



Research Paper

Analysis of Factors Affecting the Development of Tourism in Mountainous Areas (Case Study: Villages of Paveh County)

Mashood Safari Aliakbari^a , Mahsomeh Ahmadvand^b, Hossein Koravand^c

^a Assistant Professor, Department of Geography, Payam Noor University, Tehran, Iran

^b M.A, Department of Geography, Payame Noor University, Tehran, Iran

^c PhD Student, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran

ARTICLE INFO

Received: 2025/05/08

Accepted: 2025/07/12

PP: 75-92

Use your device to scan and
read the article online



Keywords: Sustainable development, Tourism, Mountain Areas, Rural Development.

Abstract

Tourism is one of the important economic approaches that can lead to the development of mountainous territories. The villages of Paveh county in Kermanshah province, despite having diverse capacities in the field of tourism, have not been able to have favorable conditions in terms of tourism. To change this situation, it is necessary to know and analyze various factors in this field. The purpose of this research is to identify and analyze the factors affecting the development of tourism in the mountainous territories as a case study of the villages of Paveh county. The research method is descriptive-analytical and based on the collection of survey data through questionnaires. The statistical population of the research was made up of tourists, whose exact statistics were not available. The sample size of 400 people was determined and the data analysis model was Swat. The result showed that the existence of diverse natural resources and suitable landscapes such as rivers, springs, forests in the village for the development of the tourism sector with a weight of 0.48 is the most important strength; inappropriateness and inadequacy of health facilities, services, accommodation and welfare facilities and equipment with a weight of 0.36, the most important weakness; The possibility of creating job opportunities for the villagers, especially the youth with a weight of 0.44 the most important opportunity; Increasing the attention of the private and public sector to invest in the tourism sector in competing areas with a weighted score of 0.52 is known as the most important threat. The most important strategy for the development of tourism in the region is the defensive strategy, which shows that the various potentials of tourism should be used efficiently and the weaknesses and threats should be reduced to a minimum.

Citation: Safari Aliakbari, M., Ahmadvand, M., & Koravand, H. (2025). Analysis of Factors Affecting the Development of Tourism in Mountainous Areas (Case Study: Villages of Paveh County). *Journal of Environmental Research in Mountainous Regions*, 1(3), 75-92.

DOI: <https://doi.org/10.22034/ermr.2024.63529>



© The Author(s).

Publisher: University of Kurdistan

Extended Abstract

Introduction

Tourism is one of the world's keys and rapidly growing industries, playing a vital role in the economic, social, and cultural development of countries. Unlike many other civilization indicators limited by political borders, tourism transcends national boundaries. Ranking as the third-largest global industry after oil and automotive sectors, tourism significantly contributes to foreign exchange earnings and job creation worldwide. In recent decades, various branches of tourism including rural, cultural, health, adventure, and others have emerged, each playing a distinct role in sustainable settlement development. Among these, rural tourism has been recognized as an effective tool for developing underprivileged areas, enhancing local economies, preserving environmental resources, and strengthening social cohesion. However, tourism development in some regions faces challenges such as inadequate planning, natural resource degradation, and economic instability. Paveh County, endowed with diverse historical, natural, and ecological assets, stands out as a promising area for rural tourism development. Given global transformations and environmental threats, identifying the driving and inhibiting factors influencing tourism growth in this mountainous region is crucial. This study aims to analyze the factors affecting tourism development in the rural villages of Paveh County, emphasizing the local potentials and mountain environment. The findings intend to provide a foundation for informed and sustainable tourism planning in the region.

Methodology

This study was conducted using a descriptive-analytical and survey method. Data were collected through questionnaires and analyzed using the SWOT model to identify factors influencing rural tourism development in three villages of Paveh County. The statistical population included tourists who visited Hajij, Khanqah, and Shamshir villages between December 2023 and June 2024. A sample size of 400 was determined using the snowball sampling method. The questionnaire's validity was confirmed by experts, and its reliability was measured with a Cronbach's alpha coefficient of 0.781. The questionnaire consisted of

questions with a five-point Likert scale, and the data were analyzed using Excel software and the SWOT framework. The SWOT model, focusing on strengths, weaknesses, opportunities, and threats, helps identify internal and external factors and provides a basis for formulating policies and strategies for tourism development.

Results and Discussion

In this study, internal factors (strengths and weaknesses) and external factors (opportunities and threats) affecting rural tourism in Paveh County were analyzed using a four-column table including factors, weight, rating, and weighted score. The most important strengths from the perspective of the statistical population included the presence of diverse natural resources and attractive landscapes such as rivers, springs, and forests (weighted score 0.48), scenic villages (0.44), and the region's readiness for investment (0.36). Conversely, the main weaknesses identified were inadequate health and accommodation facilities (0.36), weak management and lack of tourism infrastructure such as roads (0.32), and lack of coordination between public and private institutions (0.28). Regarding external factors, the most significant opportunities included job creation for rural youth (0.44), increased motivation of the private sector to invest (0.40), government attention to planning and investment in tourism (0.36), and local people's willingness to preserve their culture and art to attract tourists (0.24). On the other hand, major threats included increased investment competition in rival regions (0.52), insufficient awareness of tourists about the area (0.48), flood risk in villages (0.44), and the absence of a systematic structure for rural tourism development (0.36). By combining these factors, the most critical strategic factor was identified as the threat from investment competition in rival areas, with a weight of 0.52. The QSPM matrix was used to evaluate and prioritize strategies, showing that the strategy of providing better and more appropriate services and facilities in tourist sites, with a score of 14.45, was the highest priority. Revising resource distribution and increasing cooperation between public and private sectors, with scores of 14.23 and 14.01 respectively, ranked second and third. Strategies to improve facilities, develop infrastructure, and enhance

regulatory management were also among subsequent priorities.

Conclusion

Today, tourism is one of the profitable and clean industries, receiving special attention due to its economic and environmental benefits. Each region, because of its unique geographical, economic, and social characteristics, requires appropriate planning. Paveh County, with its mountainous location, possesses significant potential for the development of rural tourism. This study analyzes the factors affecting the development of tourism in the villages of Paveh. The results indicate that the region's main strengths are the presence of ecotourism and cultural attractions, scenic villages, and readiness for investment. Key opportunities

include job creation for youth, motivation for private sector investment, and government support. Weaknesses include inadequate facilities, weak management, lack of infrastructure, and lack of coordination among institutions. Major threats involve competitive investment in rival areas, insufficient information dissemination, and flood risks. Despite structural weaknesses, by removing obstacles and implementing strategies such as improving services, revising resource distribution, enhancing cooperation between public and private sectors, and strengthening infrastructure, sustainable tourism development in Paveh can be achieved.

Financial sponsor

According to the responsible author, this article has no financial sponsor.

Contribution of the authors to the research

The first author: Developed the theoretical framework, supervised the research process, conducted the final data analysis, and edited the final version of the article.

Second author: Collected field data, conducted interviews, drafted the initial version of the article, and contributed to the formulation of the findings.

Third author: Contributed to data analysis.

Conflict of interest

The authors declare that they have no conflict of interest in writing or publishing this article.

Appreciation and thanks

The authors sincerely thank all the people who have cooperated with them in collecting field data.



مقاله پژوهشی

تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری در قلمروهای کوهستانی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان پاوه)

مسعود صفری علی اکبری*  : استادیار، گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

معصومه احمدوند: کارشناس ارشد، گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

حسین کوراوند: دانشجوی دکتری، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

چکیده	اطلاعات مقاله
گردشگری از رویکردهای مهم اقتصادی است که می‌تواند به توسعه قلمروهای کوهستانی منجر شود. روستاهای شهرستان پاوه در استان کرمانشاه، با وجود ظرفیت‌های متنوع در حوزه گردشگری، اما نتوانسته‌اند از لحاظ گردشگری شرایط مطلوبی داشته باشند. برای تغییر این وضعیت نیاز به شناخت و تحلیل عوامل مختلف در این زمینه است. هدف این پژوهش، شناخت و تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری در قلمروهای کوهستانی به صورت مطالعه موردی، روستاهای شهرستان پاوه است. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر گردآوری داده‌های پیمایشی از طریق پرسش‌نامه است. جامعه آماری پژوهش را گردشگران تشکیل داده‌اند که آمار دقیقی از آنها در دسترس نبوده است. حجم نمونه ۴۰۰ نفر تعیین و مدل تحلیل داده‌ها، سوات بوده است. نتیجه نشان داد که وجود منابع طبیعی متنوع و چشم اندازهای مناسب مانند رودخانه، چشمه، جنگل در روستا جهت توسعه بخش گردشگری با وزن ۰/۴۸ مهمترین قوت؛ نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی با وزن ۰/۳۶ مهمترین ضعف؛ امکان ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان بویژه جوانان با وزن ۰/۴۴ مهمترین فرصت؛ افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب با امتیاز وزنی ۰/۵۲ مهمترین تهدید شناخته شده است. مهم‌ترین راهبرد برای توسعه گردشگری منطقه، راهبرد تدافعی شناخته شد که مبین این امر است که باید از پتانسیل‌های مختلف گردشگری به نحو احسن استفاده گردد و نقاط ضعف و تهدید را به حداقل کاهش داد.	تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۳/۳۰ شماره صفحات: ۷۵-۹۲ از دستگاه خود برای اسکن و خواندن مقاله به صورت آنلاین استفاده کنید  واژه‌های کلیدی: توسعه پایدار، گردشگری، قلمروهای کوهستانی، توسعه روستایی.

استناد: صفری علی اکبری، مسعود؛ احمدوند، معصومه و کوراوند (۱۴۰۴). تحلیل عوامل موثر بر توسعه گردشگری در قلمروهای کوهستانی (مطالعه موردی: روستاهای شهرستان پاوه). نشریه علمی پژوهش‌های محیطی در قلمروهای کوهستانی، ۱(۳)، ۷۵-۹۲.

DOI: <https://doi.org/10.22034/ermr.2024.63529>

ناشر: دانشگاه کردستان



نویسندگان ©

مقدمه

از میان شاخص‌های حیاتی و نمادین تمدن‌های دنیای قدیم و جدید، گردشگری تنها نمادی است که گستره جغرافیایی آن را مرزهای سیاسی کشورها، تقسیمات اداری و قلمرو اقتدار قومی تعیین نمی‌کند (خسروی، ۱۳۸۵). صنعت گردشگری پس از نفت و خودرو، سومین صنعت بزرگ جهان به شمار می‌آید. این صنعت در گردش مالی کشورها جایگاه ویژه‌ای دارد و در آینده به‌حتم یکی از صنایع نخست جهان خواهد بود. گردشگری یکی از بخش‌های مهم اقتصادی و یکی از مهم‌ترین صنایع جهان است (صادقی و همکاران، ۱۴۰۱) که امروزه نقش مهمی در ابعاد مختلف توسعه سکونتگاه‌های انسانی ایفا می‌نماید. سال‌ها قبل مراکز گردشگری شکلی عمومی داشت. با گذر زمان و پیشرفت این صنعت، کم‌کم زیرشاخه‌های فراوانی چون گردشگری شهری، گردشگری روستایی، گردشگری فرهنگی، گردشگری الکترونیکی و مجازی، گردشگری غذا، گردشگری فضایی، گردشگری ماجراجویانه، گردشگری ساحلی، کوهستانی، گردشگری اقلیمی، گردشگری نوستالژیک و گردشگری سلامت به آن اضافه شد. براساس برآورد بانک جهانی، میزان ثروت جهان تا سال ۲۰۲۰ سالیانه ۰٫۳ رشد خواهد کرد، در حالی که تعداد گردشگران بین‌المللی سالیانه ۴٫۱ درصد رشد می‌کند (رنجبریان و زاهدی، ۱۳۸۸). لذا به‌منظور تنوع بخشیدن به منابع رشد اقتصادی و درآمدهای ارزی و همچنین ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در کشور، توسعه صنعت گردشگری از اهمیت فراوانی برخوردار است (استیمیکینه^۱ و همکاران، ۲۰۲۱)؛ چراکه ایران از نظر جاذبه‌های گردشگری جزو ده کشور برتر جهان و از حیث تمدنی جزو پنج کشور تمدنی جهان قرار دارد که این امر نشان‌دهنده جاذبه‌های متنوع و منحصربه‌فرد تاریخی، مذهبی، فرهنگی و طبیعی کشور است (طیعی و همکاران، ۱۳۸۶).

در قرن حاضر، هنوز توسعه برخی از مناطق در کشورها با مسائل و چالش‌های متعددی مواجه است. لذا به‌نظر می‌رسد که راهبردهای گذشته در زمینه توسعه نواحی خیلی موفقیت‌آمیز نبوده و نتوانسته‌اند مسائلی همچون فقر، اشتغال، بهداشت، امنیت غذایی و پایداری محیط‌زیست را تأمین کنند (چاپو^۲، ۲۰۱۲). این راهبردها در توزیع منافع حاصل از رشد و توسعه نیز چندان موفق نبوده و سبب ایجاد مشکلات متعددی برای برخی نواحی شده‌اند. امروزه یکی از راهبردهایی که اخیراً در اغلب کشورهای جهان مورد توجه قرار گرفته، توسعه و گسترش توریسم در نواحی محروم و دارای پتانسیل‌های لازم برای گسترش گردشگری می‌باشد (بونگز^۳، ۲۰۱۶). گردشگری یکی از بخش‌های مهم اقتصادی است که توانسته است به‌عنوان یک صنعت پاک مطرح شود و ضمن افزایش درآمدهای ارزی برای اقتصاد ملی، کمک شایسته‌ای به رونق اشتغال و ایجاد درآمدها نیز نماید. این صنعت به‌عنوان یک صنعت جلورونده در توسعه مجموعه‌ای از صنایع دیگر، به‌ویژه هتل‌داری، رستوران‌داری، حمل‌ونقل داخلی و بین‌المللی و صنایع‌دستی نقش مهمی داشته و دارد (لی^۴ و همکاران، ۲۰۱۸). در دهه‌های اخیر رشد و توسعه صنعت گردشگری و اتخاذ آن به‌عنوان یکی از فعالیت‌های عمده اقتصادی از طرف کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه و رقابت مقاصد عمده گردشگری در جهت جذب گردشگران، برنامه‌ریزان را بر آن داشته تا جهت افزایش درآمدهای حاصله از فعالیت‌های گردشگری به دو مقوله مهم توجه نمایند: اول، افزایش رضایت گردشگران و ارتقای لذت و کیفیت تجربه گردشگری؛ دوم، تلاش در جهت حفظ منافع جوامع میزبان (اینسکیپ^۵، ۱۹۹۱).

گردشگری تأثیر فراوانی در ابعاد اقتصادی، فرهنگی و سیاسی کشور می‌گذارد. گردشگری اشتغال ایجاد می‌کند، سرمایه‌های اقتصادی را به جریان می‌اندازد، به‌دنبال افزایش تقاضا برای سفر به داخل کشور، امنیت داخلی را افزایش می‌دهد و به مشروعیت سیاسی در سطح بین‌المللی می‌انجامد و امروزه سفر نه اسباب تفریح و سرگرمی، که به‌تدریج به ابزار شناخت و آگاهی زندگی مردمان، تفاهم با دیگران و فراتر از آن به شناخت جهان پیرامون، حقایق آن و غنای بینش و نگرش آدمیان به مفاهیم زندگی‌شان تبدیل شده است (جعفری و همکاران، ۲۰۲۰). گردشگری روستایی نیز از این تأثیرات و پیامدها مبرا نیست، به‌گونه‌ای که گردشگری سبب بهبود رقابت کشاورزی، بهبود حمایت از مدیریت زمین و محیط‌زیست و تنوع‌بخشی به اقتصاد روستایی می‌شود (جمینی و همکاران، ۱۴۰۲). رشد صنعت گردشگری در سال‌های اخیر اثرات بسیاری بر روابط فرهنگی، اقتصادی و سیاسی ملت‌های مختلف داشته است. با توجه به گستردگی این صنعت و نقش آن در شکوفایی ابعاد گوناگون زندگی جوامع بشری، شناخت موانع توسعه و تعیین استراتژی‌ها و راهکارهای بهبود آن، برای همه کشورها به‌ویژه ایران از اهمیت فراوانی برخوردار است (فرتوک‌زاده، ۲۰۱۶).

شهرستان پاره در استان کرمانشاه به‌عنوان یکی از مناطقی مطرح است که روستاهای گردشگری زیادی را به‌واسطه منابع تاریخی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و طبیعی دارا است. موقعیت جغرافیایی و وجود جاذبه‌های مختلف، به‌ویژه منابع اکوتوریسمی، جایگاه ویژه‌ای را برای این شهرستان جهت جذب گردشگر در بخش روستایی فراهم نموده است (صفری علی‌اکبری، ۱۴۰۱). منابع توسعه گردشگری روستایی این منطقه

1. Steimikiene
2. Csapo
3. Bunghez
4. Li
5. Inskeep

متنوع بوده و به واسطه همین تنوع و موقعیت جغرافیایی، همواره گردشگران بسیاری را به سمت خود جذب نموده است. آنچه که در زمینه منابع توسعه گردشگری روستایی این منطقه مهم است، عوامل پیشران یا تأثیرگذار در رشد گردشگری است؛ چراکه بخش زیادی از منابع توسعه گردشگری منطقه، ریشه در منابع طبیعی و فرهنگی آن دارد. به واسطه تغییرات نظام جهانی و تأثیرات تکنولوژی، گردشگری تغییرات زیادی به خود دیده است و این تأثیرگذاری سبب زوال برخی منابع طبیعی و فرهنگی می شود. منطقه پاوه و روستاهای آن نیز از این موضوع نمی تواند مستثنی باشد. بنابراین مسأله اصلی این است که برای توسعه گردشگری روستاهای شهرستان پاوه، چه عواملی می تواند به عنوان عوامل بازدارنده یا پیش برنده عمل نمایند. شناخت درست این مسأله کمک می نماید که توسعه گردشگری در منطقه با بینش مناسبی انجام شود. شناخت این موضوع در واقع مسیر را برای برنامه ریزی باز می نماید. لذا هدف پژوهش حاضر شناخت و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری در قلمروهای کوهستانی، به صورت مطالعه موردی، روستاهای شهرستان پاوه است.

مرور ادبیات و سوابق پژوهش

گردشگری و توسعه آن نیازمند برنامه ریزی اصولی و مبتنی بر شناخت صحیح است. در قرن اخیر، گردشگری آن چنان توسعه پیدا کرده که در سراسر جهان به عنوان یک صنعت مورد توجه قرار گرفته است (صادقی و صیدی، ۲۰۲۳). گردشگری صنعتی است که می تواند به طور فعال بر اقتصاد یک کشور یا منطقه تأثیر بگذارد (صیبرجاخونفا، ۲۰۱۹) و بر همین اساس مفهومی چندجانبه و وابسته به مقولات و عوامل متنوعی است (کو^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). لذا گردشگری در ایجاد رشد اقتصادی - اجتماعی هر کشوری حیاتی است (اهلان، ۲۰۱۷). هرچند همواره توسعه گردشگری، به ویژه توسعه گردشگری پایدار، به طور گسترده مورد انتقاد قرار می گیرد که برای خدمت به رشد اقتصادی مستمر، منجر به تخریب محیط زیست و نابرابری های اجتماعی می شود (بلاتو^۳ و همکاران، ۲۰۲۳)؛ در هر منطقه ای توسعه گردشگری نیازمند توجه به تمامی ابعاد (صادقی، ۱۴۰۲) و انواع مختلف گردشگری است.

توسعه گردشگری نیازمند شناخت عوامل مختلف در این زمینه است. عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری شامل وجود جاذبه های طبیعی مانند حیات وحش و مناطق جنگلی بکر، شرایط اقتصادی، شرایط اقلیمی، شرایط سیاسی، روابط بین المللی و شاخص های فرهنگی و اجتماعی است. این عناصر در مجموع پتانسیل و موفقیت گردشگری یک منطقه را تعیین می کنند (سولاکیس^۴ و همکاران، ۲۰۲۴).

توسعه گردشگری وابسته به مجموعه ای از عوامل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و محیطی است که همگی در تعامل با یکدیگر این صنعت را شکل می دهند. برای رشد پایدار گردشگری، نیاز به زیرساخت های قوی و مناسب، امنیت، تبلیغات مؤثر و سیاست گذاری های حمایتی است. همچنین، فرهنگ میزبان و نحوه تعامل با گردشگران، به همراه حفظ منابع طبیعی و تاریخی، نقش کلیدی در جذب و نگهداری گردشگران دارد. عواملی مانند سهولت دسترسی، بهبود کیفیت خدمات و مدیریت صحیح منابع انسانی نیز می تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشد و باعث افزایش تمایل به بازدید مجدد شود. به علاوه، اقتصاد محلی و تمایل به ارائه خدمات و کالاهای محلی با کیفیت نیز در توسعه این صنعت تأثیرگذار است (رسول و همکاران، ۲۰۲۱).

توسعه گردشگری فرایندی پیچیده و چندوجهی است که به مجموعه ای از عوامل داخلی و خارجی وابسته است. از جنبه اقتصادی، گردشگری می تواند منبع درآمدی قابل توجه برای مناطق مختلف باشد که باعث رونق کسب و کارهای محلی، ایجاد اشتغال و بهبود زیرساخت های عمومی می شود. اما برای این که این پتانسیل اقتصادی به درستی به کار گرفته شود، نیاز به سیاست گذاری دقیق و برنامه ریزی های جامع وجود دارد. دولت ها و نهادهای مربوطه باید تسهیلات مناسبی برای گردشگران فراهم کنند؛ از جمله بهبود حمل و نقل عمومی، ساخت و توسعه فرودگاه ها، هتل ها و دیگر امکانات رفاهی. علاوه بر این، آموزش نیروهای انسانی در حوزه های خدماتی مانند هتلداری و راهنمایی گردشگران می تواند کیفیت تجربه سفر را افزایش دهد و تمایل به بازدید مجدد را تقویت کند.

از سوی دیگر، عوامل اجتماعی و فرهنگی نیز نقش مهمی ایفا می کنند. یکی از چالش های اصلی در توسعه گردشگری، حفظ هویت فرهنگی و اجتماعی جامعه میزبان در عین جذب گردشگران است. تعامل مثبت بین گردشگران و جامعه محلی می تواند باعث تبادل فرهنگی و رشد آگاهی شود، اما بدون مدیریت صحیح ممکن است منجر به تخریب فرهنگی یا حتی ایجاد تنش های اجتماعی شود. حفظ و ارتقای جاذبه های فرهنگی و تاریخی نیز باید با توجه به این نکات انجام شود تا از آسیب های احتمالی جلوگیری گردد (مک کیب و چپائو^۵، ۲۰۲۰).

1. Sabirdjahnovna

2. Koo

3. Bellato

4. Solakis

5. McCabe & Qiao

در نهایت، بُعد محیطی نیز بسیار حائز اهمیت است. توسعه گردشگری نباید به بهای تخریب منابع طبیعی یا محیط‌زیست محلی تمام شود. حفظ پایداری اکولوژیکی و مدیریت صحیح منابع طبیعی مانند پارک‌های ملی، دریاچه‌ها و سواحل، از جمله مسائل کلیدی است که باید در برنامه‌های توسعه گردشگری مد نظر قرار گیرد. به این ترتیب، گردشگری می‌تواند به‌عنوان یک صنعت پایدار، هم به رونق اقتصادی و اجتماعی کمک کند و هم به حفظ و احترام به منابع طبیعی و فرهنگی یاری رساند (ورونکوا^۱ و همکاران، ۲۰۲۱).

گردشگری مزایا و تأثیرات متنوعی دارد که آن را به یکی از ابزارهای مهم توسعه اقتصادی و اجتماعی تبدیل کرده است. این صنعت از طریق هزینه‌های مرتبط با اقامت، غذا، بازدید از جاذبه‌ها و فعالیت‌های تفریحی، منبع درآمد قابل توجهی برای کشورها و جوامع محلی فراهم می‌کند و هم‌زمان طیف گسترده‌ای از فرصت‌های شغلی، چه به‌صورت مستقیم در بخش‌هایی مانند هتل‌داری و رستوران‌ها و چه به‌صورت غیرمستقیم در حوزه‌هایی مانند حمل‌ونقل، خرده‌فروشی و خدمات، ایجاد می‌نماید. همچنین رشد گردشگری منجر به بهبود و توسعه زیرساخت‌هایی نظیر جاده‌ها، فرودگاه‌ها و سیستم‌های حمل‌ونقل عمومی می‌شود که در نهایت به نفع ساکنان محلی است. این صنعت نقشی مهم در تقویت تبادل فرهنگی میان گردشگران و جوامع میزبان دارد و باعث ارتقای آگاهی و درک متقابل از فرهنگ‌های مختلف می‌گردد. از سوی دیگر، گردشگری می‌تواند منبع مالی لازم برای حفاظت از محیط‌زیست و نگهداری از میراث فرهنگی را فراهم کند، چرا که بخشی از درآمد حاصل از آن صرف این اهداف می‌شود. علاوه بر آن، با متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی در مناطقی که وابستگی بالایی به صنایع خاص دارند، به توسعه متوازن منطقه‌ای کمک می‌کند. افزایش تعداد گردشگران همچنین موجب رونق کسب‌وکارهای محلی، از جمله صنایع دستی و خدمات غذایی، و ارتقای کارآفرینی می‌شود و بستر مناسبی برای جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی فراهم می‌آورد. در نهایت، تمامی این تحولات می‌تواند منجر به ارتقای کیفیت زندگی ساکنان محلی از طریق بهبود خدمات عمومی و زیرساخت‌های شهری شود. این مزایا اهمیت گردشگری را به‌عنوان ابزاری برای توسعه اقتصادی و اجتماعی برجسته می‌سازند؛ اگرچه مدیریت پایدار آن برای به‌حداقل رساندن هرگونه تأثیر منفی، امری ضروری است (جونایدی^۲، ۲۰۲۰).

حفظ و پایداری منابع توسعه گردشگری، از جمله گردشگری روستایی، تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارد. این عوامل، جنبه‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، تاریخی و زیربنایی را در بر می‌گیرند. مهدیزاده (۱۳۸۶) در پژوهش خود درباره مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران، با بررسی صنعت گردشگری کشور، راهکارهایی نظیر گسترش فعالیت‌های شهرداری و دیگر سازمان‌های مرتبط را پیشنهاد داده و به این نتیجه رسیده است که بسیاری از مسائل مربوط به گردشگری ایران، تنها از طریق همکاری سازمان‌های ذی‌ربط قابل حل است. حجاری و مرادی (۱۳۹۱) در بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری شهرستان پاوه نشان داده‌اند که زیرساخت‌های گردشگری نقشی کلیدی در توانمندسازی این صنعت دارند و برای تداوم حضور گردشگران در تمام فصول سال، توسعه و ایجاد تنوع در محصولات گردشگری (شامل مقاصد، جاذبه‌ها، کالاها و خدمات) امری ضروری است. دلشاد (۱۳۹۶) پنج عامل مؤثر در فرآیند توسعه و تکامل مقاصد گردشگری را شناسایی کرده است: نوع و فعالیت گردشگران، ظرفیت تحمل و محدودیت‌های رشد، نسبت تعداد گردشگران به ساکنان، رقابت، و توسعه تسهیلات و خدمات. همچنین، وی سیاست‌ها و پشتیبانی دولت را مؤثرترین عامل بر سایر عوامل دانسته و بر این باور است که رقابت، توسعه زیرساخت‌ها و فناوری‌های نوین بیشترین تأثیرپذیری را از سایر عوامل دارند. عالی و صادقی (۱۴۰۰) در ارزیابی عوامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم در نواحی روستایی منطقه اورامانات، تأمین زیرساخت‌ها، تبلیغات، بازاریابی و حفظ آثار معماری را مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار دانسته‌اند. غلامی و شفیعی (۱۴۰۰) نیز توسعه گردشگری روستایی را متأثر از شش عامل اصلی دانسته‌اند: عوامل طبیعی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، کالبدی و نهادی. صفری، علی‌اکبری و صادقی (۱۴۰۱) در پژوهش خود مهم‌ترین موانع و عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری را در چهار بُعد اصلی طبقه‌بندی کرده‌اند: محیطی، اجتماعی - فرهنگی، مدیریتی و زیربنایی.

در سطح بین‌المللی نیز پژوهشگران متعددی بر عوامل کلیدی در پایداری منابع گردشگری تأکید کرده‌اند. گارا^۳ (۲۰۱۵) بر نقش حمایت‌های دولتی، بهبود زیرساخت‌ها، تربیت نیروی انسانی متخصص، تبلیغات در راستای افزایش آگاهی نسبت به منابع گردشگری، تأمین امنیت و ارائه خدمات رفاهی به گردشگران تأکید دارد. تولون و بسرا^۴ و همکاران (۲۰۱۶) نیز عواملی نظیر اطلاع‌رسانی درباره جاذبه‌های خاص، امنیت، سهولت دسترسی، وجود خدمات مناسب، رضایت جامعه میزبان از حضور گردشگران، حفاظت از منابع توسط گردشگران و فرهنگ نگهداری از ظرفیت‌های گردشگری را در پایداری منابع مؤثر می‌دانند. گاسلینگ^۵ (۲۰۱۷) به نقش فناوری‌های نوین و توسعه تکنولوژی در ایجاد پایداری

1. Voronkova

2. Junaidi

3. Garau

4. Tolon-Becerra

5. Garau

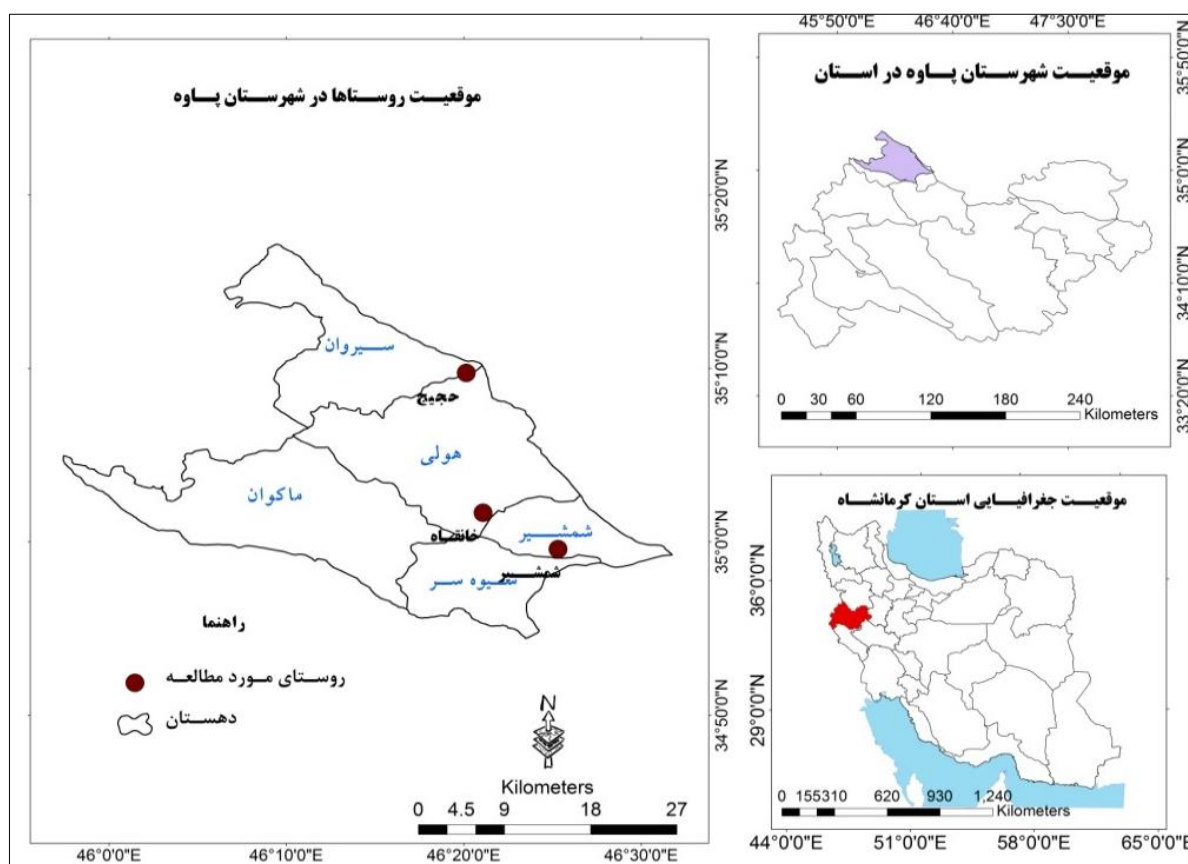
در صنعت گردشگری اشاره می‌کند. در همین راستا، مارتینز و همکاران (۲۰۱۹) نقش مهم اجتماعات محلی و تأمین منابع مالی را به‌عنوان دو عنصر کلیدی در حفظ و پایداری منابع گردشگری مورد تأکید قرار داده‌اند.

مرور ادبیات پژوهش حاکی از آن است با وجود اهمیت توسعه گردشگری در شهرستان پاوه و جذابیت‌های طبیعی و انسانی بکر این شهرستان، تاکنون در خصوص عوامل موثر بر توسعه گردشگری روستایی در این شهرستان مطالعه منسجمی صورت نگرفته است. از این رو مطالعه حاضر علاوه بر داشتن جنبه کاربردی، می‌تواند مبنایی برای سایر پژوهش‌ها در خصوص توسعه گردشگری در منطقه اورامانات و سایر مناطق مشابه باشد.

روش‌شناسی پژوهش

محدوده مورد مطالعه

شهرستان پاوه یکی از ۱۴ شهرستان استان کرمانشاه می‌باشد که در منتهی الیه شمال غربی این استان واقع شده است. این شهرستان از جنوب به شهرستان‌های جوانرود و روانسر، از غرب به کشور عراق، از شرق به استان کردستان و از شمال نیز به استان کردستان محدود می‌باشد. مرکز این شهرستان شهر پاوه است که در ۴۶ درجه و ۲۱ دقیقه طول جغرافیایی و ۳۵ درجه و ۳ دقیقه عرض جغرافیایی و ارتفاع ۱۵۴۰ متری از سطح دریا واقع شده است. پاوه مرکز شهرستان در ۱۲۴ کیلومتری کرمانشاه و در ۵۶۶ کیلومتری تهران (فاصله هوایی) قرار گرفته است. روستاهای مورد مطالعه شامل روستاهای شمشیر، خانقاه و هجیج بزرگ می‌باشد. روستای شمشیر در فاصله ۱۰ کیلومتری شهر پاوه و ۱۷۸ کیلومتری شهر کرمانشاه؛ روستای خانقاه نیز در فاصله دو کیلومتری شهر کرمانشاه و ۱۸۶ کیلومتری شهر کرمانشاه و همچنین روستای هجیج در فاصله ۳۰ کیلومتری شمال غربی شهر پاوه و در فاصله ۲۰۵ کیلومتری شهر کرمانشاه قرار دارد. شکل (۱) موقعیت شهرستان و روستاهای مورد مطالعه را نشان داده است.



شکل ۱. موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه

منبع: سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه، ۱۴۰۰

جدول ۱. فهرست جاذبه‌های گردشگری روستاهای مورد مطالعه

نام جاذبه	نوع جاذبه	روستای تسمشیر
رودخانه گلال	رودخانه	روستای تسمشیر
باغ‌های اطراف روستا	باغ	
پارک جنگی چم شارا	پارک جنگلی	
منطقه جنگلی درک	جنگل	
باغ خداویس	باغ	
غار قوری قلعه	غار	
جنگل‌های متراکم	جنگل	
چشمه شلم ناو	چشمه	روستا خانقاه
کوه دالانی	کوه	
کوه آتشگاه	کوه	
باغات روستا	باغ	
جنگل‌های انبوه بلوط	جنگل	
رودخانه روستا	رودخانه	
معماری پلکانی روستا	کوره	
حوضخانه قدیمی	بنای تاریخی	روستای هجیج
رودخانه سیران	رودخانه	
چشمه‌های روستا	چشمه	
آبشار بل	آبشار	
امامزاده کوسه حجیج (امامزاده عبید اله)	امامزاده	
چله خانه	بنای تاریخی	
عبادتگاه کوسه	بنای تاریخی	

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

روش تحقیق

تحقیق حاضر بر اساس روشی تحلیلی-توصیفی و از نوع تحقیقات پیمایشی است. روش گردآوری داده‌های پرسش‌نامه بوده است. در واقع با بهره‌گیری از داده‌های حاصل از پرسش‌نامه و استفاده از منابع موجود در این زمینه و در چهارچوب مدل SWOT به تدوین عوامل و استراتژی توسعه گردشگری روستاهای شهرستان پاوه پرداخته شده است. جامعه آماری مورد پژوهش در این تحقیق شامل گردشگران وارد شده به سه روستای هجیج، خانقاه و شمشیر می‌باشد که در طی ماه ۱۴۰۲ تا خرداد ۱۴۰۳ به این روستاها مراجعه نموده‌اند. تعداد حجم نمونه برابر با ۴۰۰ گردشگر تعیین شد. روش تعیین حجم نمونه از طریق روش گلوله برفی بوده است. روایی ابراز مورد استفاده با کسب نظرات نخبگان حوزه گردشگری، پس از انجام اصلاحات لازم مورد تأیید قرار گرفت. در واقع روایی پرسش‌نامه توسط نخبگان و پایایی آن توسط ۳۰ نفر خارج از نمونه و از طریق ضریب کرونباخ با مقدار $0/781$ تأیید شد. تجزیه و تحلیل در چارچوب مدل SWOT انجام شد.

در ابتدا متغیرها در ارتباط با موضوع جمع‌آوری و یکپارچه شد. سپس عوامل مهم، انتخاب و ابزار پرسش‌نامه در قالب طیف لیکرت (۱=اهمیت خیلی کم، ۲=اهمیت کم، ۳=اهمیت متوسط، ۴=اهمیت زیاد، ۵=اهمیت خیلی زیاد)، طراحی شد. پرسش‌نامه در اختیار افراد قرار گرفت و نسبت به تکمیل آن‌ها اقدام شد. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Excel و مدل SWOT استفاده شده است. یکی از مدل‌های مهم در فرآیند برنامه‌ریزی و شناسایی نقاط قوت و ضعف، مدل SWOT است. SWOT مخفف واژه‌های (قوت‌ها)، (ضعف‌ها)، (فرصت‌ها) و (تهدیدها) است و ابزاری بسیار مهم برای تحلیل سیستماتیک عوامل داخلی و خارجی یک سازمان است. از طریق این مدل سعی می‌شود ضعف‌ها به قوت‌ها تبدیل شوند و با به حداقل رساندن ضعف‌های داخلی و تهدیدهای خارجی، از فرصت‌ها حداکثر استفاده به عمل آید. زمانی که مدل SWOT در برنامه‌ریزی به صورت کامل اجرا گردد می‌تواند پایه‌ای مناسب برای فرمول‌بندی سیاست‌ها و خط‌مشی ارائه دهد.

یافته‌ها و بحث

تحلیل SWOT به منظور شناسایی و بررسی عوامل مؤثر درونی (نقاط قوت و نقاط ضعف) و عوامل تأثیرگذار بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) بر توسعه به کار برده می‌شود. در حقیقت از این روش به عنوان ابزاری جهت شناسایی مسائل استراتژیک و ارائه استراتژی‌های مناسب استفاده

می‌گردد. در این پژوهش، در ابتدا با سنجش محیط داخلی و محیط خارجی، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات مورد شناسایی قرار گرفت و سپس به وسیله نظر خواهی با گردشگران، عوامل تحلیل شد. بر اساس مطالعات انجام گرفته شده مهم‌ترین عوامل داخلی و خارجی در توسعه گردشگری روستاهایی منطقه شناسایی شد. بر اساس مدل برنامه‌ریزی استراتژیک (SWOT) اقدام به بررسی و اهمیت‌دهی آن‌ها شد.

شناخت عوامل داخلی مؤثر بر گردشگری منطقه

در این قسمت سه مقوله استراتژی‌های موجود، عملکردها و منابع مورد توجه و بررسی قرار گرفته و تحت عنوان نقاط قوت و نقاط ضعف و در چهارچوب ابعاد توسعه اکوتوریسم (اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، زیست محیطی، نهادی و تشکیلاتی، جغرافیایی، زیرساختی و بازاریابی) به شرح ذیل تقسیم‌بندی شده است (جدول ۲ و ۳).

شناخت عوامل خارجی مؤثر بر گردشگری منطقه

هدف این مرحله بررسی دقیق محیط خارجی منطقه مورد مطالعه به منظور شناسایی فرصت‌ها و تهدیدهای موجود است که منطقه در ارتباط با گسترش توریسم با آن مواجه است. در این راستا باید گفت که فرصت‌ها، مجموعه امکانات و قابلیت‌هایی است که خارج از منطقه بر عملکرد نواحی توریستی بطور مستقیم یا غیر مستقیم مؤثر واقع می‌شوند و همچنین تهدیدها نیز مجموعه عوامل خارج از منطقه محسوب می‌شوند که در عدم کارایی این نواحی تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم دارند. بر اساس مطالعات انجام شده و بررسی وضعیت پیرامون منطقه مورد مطالعه، مجموعه فرصت‌ها و تهدیدهای موجود و مؤثر بر این منطقه از لحاظ توریستی (اقتصادی، اجتماعی - فرهنگی، زیست محیطی، نهادی و تشکیلاتی، جغرافیایی، زیرساختی و بازاریابی) مورد توجه و بررسی قرار گرفتند که به صورت زیر قابل ترسیم می‌باشند (جدول ۴ و ۵).

جدول ۲. نقاط قوت (Strenghts)

عوامل	قوت‌ها
اقتصادی	* مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری و برنامه‌ریزی توریسم در جهت استفاده از منابع طبیعی و انسانی و معرفی آن به عنوان قطب مهم گردشگری * وجود میوه‌های متنوع و محصولات کشاورزی و بازار مناسب برای فروش این محصولات کشاورزی به گردشگران * نزدیکی به بازار داخلی و خارجی با بهره‌گیری از مسیر راه‌های ارتباطی * وجود روستاهای بسیار جذاب و دیدنی * سهم بالای نیروی انسانی آماده به کار
اجتماعی-فرهنگی	* وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی و صنایع دستی متعدد * وجود بافت سنتی و بنای بارزش تاریخی برای جذب گردشگران
زیست محیطی	* وجود منابع طبیعی متنوع و چشم اندازهای مناسب مانند رودخانه، چشمه، جنگل در روستا جهت توسعه بخش گردشگری * وجود چشمه‌های متعدد در منطقه * آب و هوای مطبوع در فصل گرم سال * داشتن محیطی آرام و بدون سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تمدد اعصاب * وجود جنگل به عنوان جذابیت ویژه گردشگری در منطقه
نهادی و تشکیلاتی	* اعتقاد مسئولین به اشتغال زایی به وسیله گسترش توریسم به عنوان یکی از مهمترین ساز و کارهای مناسب در جهت توسعه و آبادانی منطقه
جغرافیایی	* همجواری با کشور عراق * قرار گرفتن در ناحیه با آب و هوای معتدل
زیرساختی	* احداث سد داریان * برخورداری روستاها از زیرساخت‌های ضروری (آب، برق، گاز و ...) * فعالیت چندین اقامتگاه بوم گردی * دسترسی همه روستاها به جاده ارتباطی
بازاریابی	* وجود راه‌های ارتباطی جهت ورود گردشگران خارجی * استفاده گسترده از شبکه های اجتماعی * تبلیغات شفاهی در میان جامعه محلی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۳. نقاط ضعف (Weaknesses)

عوامل	ضعف‌ها
اقتصادی	*عدم تمایل بخش خصوصی و دولتی منطقه جهت سرمایه‌گذاری *افزایش مهاجرت روستاییان به شهر به دلیل کمبود شغل *عدم بهره‌برداری مناسب از مزیت و راه‌های ارتباطی جهت جذب توریسم
اجتماعی-فرهنگی	*توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم زیاد در بهار و تابستان) *تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم بومی *گرایش غالب مردم به استفاده از زمین‌ها در امر کشاورزی، دامپروری و فعالیت‌های غیر رسمی *عدم تمایل مردم بومی جهت برنامه‌ریزی گردشگری و اقبال مناسب جذب توریسم
زیست محیطی	*عدم توجه به قوانین محیط زیست و تخریب محیط
نهادی و تشکیلاتی	*عدم آشنایی مردم بومی و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران *عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در ناحیه *ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن *ناهماهنگی بین کارگزاران بخش عمومی با یکدیگر و مستقل عمل کردن آن‌ها و عدم هماهنگی بین بخش خصوصی و عمومی *فقدان زیرساخت‌های گردشگری نظیر راه‌ها و تأسیسات مورد نیاز
جغرافیایی	*دوری از مراکز جمعیتی و شهرهای بسیار بزرگ *وجود محدودیت‌های جغرافیایی نظیر دره و کوهستان و ... *شیب نامناسب روستا جهت ساخت و ساز
زیرساختی	*نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی *نامناسب بودن راه‌های ارتباطی و امکانات حمل و نقل *نامناسب بودن تجهیزات و امکانات تفریحی، فراغتی و ورزشی
بازاریابی	*ضعف تبلیغات *عدم برنامه‌ریزی در راستای جذب توریسم با استفاده از امتیاز نزدیکی به کشورهای غربی

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۴. فرصت‌ها (Opportunities)

عوامل	فرصت‌ها
اقتصادی	*افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری *افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در نواحی توریستی در راستای سیاست‌های دولت *امکان ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان بویژه جوانان *افزایش تمایل به سرمایه‌گذاری گردشگری خارجی از سوی مسئولین
اجتماعی-فرهنگی	*افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و حومه *مبادلات فرهنگی *افزایش تمایل مردم محلی جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ و هنر خود جهت جذب توریسم *بهبود اقبال مردم و مسئولین نسبت به گردشگران
زیست محیطی	*بهبود نگرش مردم، گردشگران و مسئولین جهت محافظت بیشتر محیط زیست و عدم آلودگی محیط
نهادی و تشکیلاتی	*وجود نیروهای متخصص و باتجربه در شهرهای اطراف که امکان استفاده از آن‌ها وجود دارد. *نگرش مثبت به توسعه گردشگری در ساختار مدیریتی شهرستان و استان *روند تدوین و تدارک طرح‌های توسعه شامل طرح توسعه ناحیه‌ای، آمایش استان و ساماندهی و سطح‌بندی سکونتگاه‌های
جغرافیایی	*عدم وجود منابع و چشم اندازهای متنوع طبیعی و فرهنگی در حوزه منطقه *موقعیت ویژه روستا در شهرستان پاوه و استان
زیرساختی	*عدم ارائه امکانات، خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب *افزایش و بهبود مسیرهای ارتباطی به این ناحیه
بازاریابی	*نزدیکی به کشورهای شمالغربی و غربی *استفاده از نیروهای مجرب جهت برنامه‌ریزی و تبلیغات جهت جذب توریسم

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۵. تهدیدها (Threats)

عوامل	تهدیدها
اقتصادی	*افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب
اجتماعی-فرهنگی	*عدم شناخت توانمندی‌های ممتاز منطقه از طرف مسئولین استانی *شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع‌رسانی کافی *از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی (همانند، زبان، آداب و رسوم محلی و نوع پوشاک، معماری و مسکن و ...) *ورود مهاجرین با فرهنگ اجتماعی متفاوت
زیست محیطی	*از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل، تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی و آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این منطقه *تخریب بیشتر روستاهای پاوه و آلوده نمودن آن‌ها
نهادی و تشکیلاتی	*فقدان ساختار نظام‌مند در امر توسعه گردشگری روستایی *فقدان مدیریت هماهنگ در زمینه گردشگری
جغرافیایی	*سیل خیزی روستا به دلیل وجود رودخانه و سیل در داخل بافت
زیرساختی	*امکان افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب در مقایسه با این منطقه در آینده *پایین بودن سطح بهداشت و کمبود خدمات‌رسانی درمانی
بازاریابی	*تبلیغات منفی موجود در سطح جهان علیه ایران *تبلیغات بیشتر گردشگری در مناطق رقیب

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

تجزیه و تحلیل نهایی عوامل داخلی (قوت و ضعف) مؤثر بر گردشگری روستاهای شهرستان پاوه

برای تجزیه و تحلیل نهایی جدولی تشکیل داده که بر اساس عوامل داخلی (ضعف‌ها و تهدیدها) و عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) دارای ۴ ستون در بردارنده عوامل، وزن، درجه‌بندی و امتیاز وزنی است. برای سازماندهی عوامل داخلی در قالب مقوله قوت‌ها و ضعف‌های فراروی سیستم، با استفاده از عوامل درجه‌بندی و با توجه به اهمیت هر یک از قوت‌ها و ضعف‌ها و با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها بر کارکردهای توریسم روستاهای شهرستان پاوه، محاسبه و به شرح جدول ۶ تعیین گردید. از دیدگاه جامعه آماری، مهمترین نقاط قوتی که گردشگری روستایی محدوده پاوه در زمینه گردشگری، وجود منابع طبیعی متنوع و چشم اندازهای مناسب مانند رودخانه، چشمه، جنگل در روستا جهت توسعه بخش گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۴۸ در رده اول بوده است. همچنین وجود روستاهای بسیار جذاب و دیدنی با امتیاز وزنی ۰/۴۴ در جایگاه دوم و مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه‌گذاری با امتیاز وزنی ۰/۳۶ در جایگاه سوم قرار گرفته‌اند. بر اساس یافته‌های حاصل شده می‌توان چنین عنوان کرد که نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی با امتیاز وزنی ۰/۳۶ در جایگاه نخست ضعف‌ها قرار دارند که این امر نشانگر ضعف اساسی و زیرساختی و نداشتن برنامه‌ریزی از سوی مسئولین مربوطه جهت برنامه‌ریزی گردشگری می‌باشد. همچنین ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن و فقدان زیرساخت‌های گردشگری نظیر راه‌ها و تأسیسات مورد نیاز با امتیاز ۰/۳۲ در جایگاه دوم و ناهماهنگی بین کارگزاران بخش عمومی با یکدیگر و مستقل عمل کردن آن‌ها و عدم هماهنگی بین بخش خصوصی و عمومی و شیب نامناسب روستاها جهت ساخت و ساز به لحاظ امتیاز وزنی با مقدار ۰/۲۸ در جایگاه سوم قرار گرفته است. جدول (۷) دیگر ضعف‌های موجود در زمینه توسعه گردشگری روستاهای منطقه را نشان می‌دهد.

تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت و تهدید) مؤثر بر گردشگری روستاهای شهرستان پاوه

برای سازماندهی عوامل خارجی در قالب مقوله‌های فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی سیستم، با استفاده از عوامل درجه‌بندی و با توجه به اهمیت هر یک از عوامل و با توجه به میزان تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها بر کارکردهای منطقه‌ای روستاهای شهرستان پاوه، محاسبه و به شرح جدول ذیل تعیین گردید (جدول ۸).

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	قوت‌ها
۰/۳۶	۴	۰/۰۹	* مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه گذاری
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	* وجود میوه‌های متنوع و محصولات کشاورزی و بازار مناسب برای فروش این محصولات کشاورزی به گردشگران
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	* وجود آداب و رسوم و فرهنگ محلی و سنتی و صنایع دستی متعدد
۰/۱۲	۲	۰/۰۶	* اعتقاد مسئولین به اشتغال زایی به وسیله گسترش توریسم به عنوان یکی از مهمترین ساز و کارهای مناسب در جهت توسعه و آبادانی منطقه
۰/۴۸	۴	۰/۱۲	* وجود منابع طبیعی متنوع و چشم اندازهای مناسب مانند رودخانه، چشمه و جنگل جهت توسعه بخش گردشگری
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	* وجود چشمه‌های متعدد در منطقه
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	* آب و هوای مطبوع در فصل گرم سال
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	* داشتن محیطی آرام و بدون سر و صدا به خصوص برای شهرنشینان جهت استراحت و تمدد اعصاب
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	* نزدیکی به بازار داخلی و خارجی با بهره‌گیری از مسیر راه‌های ارتباطی
۰/۴۴	۴	۰/۱۱	* وجود روستاهای بسیار جذاب و دیدنی
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	* وجود بافت سنتی و بنای با ارزش تاریخی برای جذب گردشگران
۰/۲۱	۳	۰/۰۷	* وجود جنگل به عنوان جذابیت ویژه گردشگری در منطقه
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	* سهم بالای نیروی انسانی آماده به کار
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	* وجود راه‌های ارتباطی جهت ورود گردشگران خارجی
۳/۰۵	—	۱	جمع

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۷. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل داخلی (ضعف‌ها)

امتیاز وزنی	درجه بندی	وزن	ضعف‌ها
۰/۳۴	۴	۰/۰۶	* عدم تمایل بخش خصوصی و دولتی منطقه جهت سرمایه گذاری
۰/۳۶	۴	۰/۰۹	* نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	* عدم بهره‌برداری مناسب از مزیت و راه‌های ارتباطی جهت جذب توریسم
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	* توزیع نامناسب گردشگران در فصول مختلف سال (تراکم زیاد در بهار و تابستان)
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	* تعارض و تفاوت میان فرهنگ گردشگران و مردم بومی
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	* گرایش غالب مردم به استفاده از زمین‌ها در امر کشاورزی، دامپروری و فعالیت‌های غیر رسمی
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	* عدم تمایل مردم بومی جهت برنامه‌ریزی گردشگری و اقبال مناسب جذب توریسم
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	* عدم توجه به قوانین محیط زیست و تخریب محیط
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	* عدم آشنایی مردم بومی و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	* عدم وجود نیروهای متخصص و آموزش دیده در ناحیه
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	* ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	* ناهماهنگی بین کارگزاران بخش عمومی و مستقل کردن آن‌ها و عدم هماهنگی بین بخش خصوصی و عمومی
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	* افزایش مهاجرت روستاییان به شهر به دلیل کمبود شغل
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	* دوری از مراکز جمعیتی و شهرهای بسیار بزرگ
۰/۲	۴	۰/۰۵	* وجود محدودیت‌های جغرافیایی نظیر دره و کوهستان و ...
۰/۳۲	۴	۰/۰۸	* فقدان زیرساخت‌های گردشگری نظیر راه‌ها و تأسیسات مورد نیاز
۰/۲۸	۴	۰/۰۷	* شیب نامناسب روستا جهت ساخت و ساز
۰/۲۴	۴	۰/۰۶	* نامناسب بودن تجهیزات و امکانات تفریحی، فراغتی و ورزشی
۰/۱۵	۳	۰/۰۵	* ضعف تبلیغات
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	* نامناسب بودن راه‌های ارتباطی و امکانات حمل و نقل
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	* عدم برنامه‌ریزی در راستای جذب توریسم با استفاده از امتیاز نزدیکی به کشورهای غربی
۳/۰۴		۱	جمع

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۸. نتایج تجزیه و تحلیل عوامل خارجی (فرصت‌ها)

فرصت‌ها	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
* افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
* افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در نواحی توریستی در راستای سیاست‌های دولت	۰/۱	۴	۰/۴
* امکان ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان بویژه جوانان	۰/۱۱	۴	۰/۴۴
* افزایش تمایل به سرمایه‌گذاری گردشگری خارجی از سوی مسئولین	۰/۰۷	۳	۰/۲۱
* افزایش انگیزه بیشتر برای مسافرت و تفریح در بین مردم شهری و حومه	۰/۰۵	۲	۰/۱
* مبادلات فرهنگی	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
* افزایش تمایل مردم محلی جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ و هنر خود جهت جذب توریسم	۰/۰۶	۴	۰/۲۴
* بهبود اقبال مردم و مسئولین نسبت با گردشگران	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
* بهبود نگرش مردم، گردشگران و مسئولین جهت محافظت بیشتر محیط زیست و عدم آلودگی محیط	۰/۰۴	۲	۰/۰۸
* وجود نیروهای متخصص و باتجربه در شهرهای اطراف که امکان استفاده از آن‌ها وجود دارد.	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
* نگرش مثبت به توسعه گردشگری در ساختار مدیریتی شهرستان و استان	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
* روند تدوین و تدارک طرح‌های توسعه شامل طرح توسعه ناحیه‌ای، آمایش استان و ساماندهی و سطح‌بندی سکونتگاه‌ها	۰/۰۵	۲	۰/۱
* عدم وجود چشم اندازهای طبیعی زیاد در استان‌های مجاور	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
* موقعیت ویژه روستا در شهرستان پاره و استان	۰/۰۵	۲	۰/۱
* عدم ارائه امکانات، خدمات و تسهیلات مطلوب به گردشگران در مناطق تفریحی رقیب	۰/۰۲	۲	۰/۰۴
* نزدیکی به کشورهای شمال غربی و غرب کشور	۰/۰۵	۴	۰/۲
* استفاده از نیروهای مجرب جهت برنامه‌ریزی و تبلیغات جهت جذب توریسم	۰/۰۵	۲	۰/۱
جمع	۱	-	۳/۰۸

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

چنانچه مشاهده می‌گردد (جدول ۸) عامل امکان ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان بویژه جوانان با امتیاز وزنی ۰/۴۴ بالاترین امتیاز وزنی را داشته و در مرتبه اول فرصت‌های موجود در روستایی محدوده پاره قرار دارد و این نقش مهم سود حاصل از گردشگری در توسعه پاره بوده که باید مورد توجه بیشتر قرار گیرد تا بتواند در ایجاد اشتغال و کارافرینی منطقه و کشور مؤثر باشد. عامل بعدی افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه‌گذاری در نواحی توریستی در راستای سیاست‌های دولت با میزان ۰/۴ است که نشان‌دهنده عدم توجه بخش خصوصی به گردشگری به طور چشمگیر در حال حاضر می‌باشد که می‌تواند به عنوان فرصتی در آینده مورد توجه قرار گیرد تا بتواند این امر به توسعه گردشگری این منطقه منجر گردد. سومین فرصت چشمگیر روستاهای شهرستان پاره، افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری با امتیاز وزنی ۰/۳۶ می‌باشد که نشان‌دهنده جایگاه برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری بخش دولتی است که با توجه به بخش گردشگری می‌تواند به امر بهره‌برداری بهینه جذابیت‌های منطقه کمک نموده و زمینه ساز توسعه شود. در جایگاه چهارم افزایش تمایل مردم محلی جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ و هنر خود جهت جذب توریسم با امتیاز وزنی ۰/۲۴ شناخته شده است که می‌توان با توجه به بخش گردشگری و مشارکت بیشتر بخش بومی منطقه در نتایج و سودهای حاصل گردشگری، سبب تمایل بیشتر مردم محلی به گردشگری شود (جدول ۸).

بخش دوم عوامل خارجی مؤثر در توسعه گردشگری، تهدیدات هستند. بر اساس جدول (۹) مشاهده می‌گردد که افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب با امتیاز وزنی ۰/۵۲ در جایگاه نخست تهدیدها قرار دارد. شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع‌رسانی کافی با امتیاز ۰/۴۸ در جایگاه دوم قرار گرفته است. همچنین در جایگاه سوم، سیل خیزی روستاها به دلیل وجود رودخانه و سیل با امتیاز وزنی ۰/۴۴ قرار گرفته است. در مرتبه بعدی فقدان ساختار نظام‌مند در امر توسعه گردشگری روستایی با امتیاز وزنی ۰/۳۶ می‌باشد.

تهدیدها	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی
* افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب	۰/۱۳	۴	۰/۵۲
* عدم شناخت توانمندی‌های ممتاز منطقه از طرف مسئولین استانی	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
* شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع‌رسانی کافی	۰/۱۲	۴	۰/۴۸
* از بین رفتن فرهنگ سنتی و محلی (همانند، زبان، آداب و رسوم محلی و نوع پوشاک، معماری و مسکن و ...)	۰/۰۵	۲	۰/۱
* ورود مهاجرین با فرهنگ اجتماعی متفاوت	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
* از بین رفتن درختان و پوشش گیاهی و آثار تخریبی آن همانند افزایش سیل، تخریب زمین‌های کشاورزی و مزارع روستایی و آلودگی منابع آب، خاک و اقلیم این منطقه	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
* تخریب بیشتر روستاهای پاوه و آلوده نمودن آن‌ها	۰/۰۵	۲	۰/۱
* فقدان ساختار نظام‌مند در امر توسعه گردشگری روستایی	۰/۰۹	۴	۰/۳۶
* فقدان مدیریت هماهنگ در زمینه گردشگری	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
* سیل خیزی روستا به دلیل وجود رودخانه و سیل در داخل بافت	۰/۱۱	۴	۰/۴۴
* امکان افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب در مقایسه با این منطقه در آینده	۰/۰۷	۴	۰/۲۸
* پایین بودن سطح بهداشت و کمبود خدمات‌رسانی درمانی	۰/۰۵	۳	۰/۱۵
* تبلیغات منفی موجود در سطح جهان علیه ایران	۰/۰۶	۳	۰/۱۸
* تبلیغات بیشتر گردشگری در مناطق رقیب	۰/۰۷	۴	۰/۲۸
جمع	۱	-	۳/۳۳

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک

با استفاده از جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی و ترکیب آن‌ها، مهم‌ترین عوامل استراتژیک در گردشگری روستاهای شهرستان پاوه ارایه گردیده است. در واقع، با تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک، برنامه ریزانی که تصمیم‌های استراتژیک را اتخاذ می‌کنند، می‌توانند نقاط قوت، نقاط ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها را به تعداد کمتری از عوامل محدود نمایند. این کار با بررسی دوباره وزن‌های هر یک از عوامل موجود در جدول‌های تجزیه و تحلیل عوامل داخلی و خارجی، انجام گرفته است. در واقع، سنگین‌ترین عوامل موجود در این دو جدول از حیث وزن، باید به جدول تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک منتقل شوند. این مهم در خصوص عوامل استراتژیک تأثیرگذار بر گردشگری روستاهای شهرستان پاوه در جدول (۱۰) خلاصه شده است. بر اساس جدول مهم‌ترین عامل استراتژیک مؤثر بر توسعه گردشگری منطقه، افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب با وزن ۰/۵۲ بوده است که یک نقطه تهدید شناخته شده است.

تدوین راهبردها

پس از مشخص کردن عوامل داخلی و خارجی و تعیین ارزش‌ها، حال می‌توانیم راهبردهای مرتبط با هر بخش را تعیین کنیم. در حقیقت برای اینکه توسعه گردشگری روستاهای منطقه بهتر بتواند نقش ایفاء نمایند، بایستی از راهبردهای مختلف در این راستا استفاده نمود. راهبردهای تعیین شده در چهار بخش جداگانه صورت گرفته و به صورت ترکیبی از عوامل درونی و بیرونی می‌باشد. چهار نوع راهبرد وجود دارد. در جدول مربوطه، شماتیک این راهبردها قابل مشاهده است (جدول ۱۱).

۱- راهبرد رقابتی-تهاجمی (SO): با بهره‌گیری از نقاط قوت درصدد بهره‌برداری از فرصت‌ها باشیم.

۲- راهبرد تنوع (ST): برای احتراز از تهدیدها از نقاط قوت استفاده کنیم.

۳- راهبرد حافظه کارانه (WO): با بهره جستن از فرصت‌ها نقاط ضعف را از بین ببریم.

۴- راهبرد تدافعی (WT): نقاط ضعف را کاهش و از تهدیدات پرهیز کنیم.

در ادامه به منظور بررسی تطبیقی مدل SWOT از وضع موجود (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) و نیز ارائه استراتژی‌های مناسب، ضریب نهایی هر یک از بخش‌های چهارگانه (نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها)، محاسبه گردید (جدول ۶ تا ۹). شاخص‌های

چهارگانه نشان می‌دهد که نقاط تهدید با وزن نهایی ($O = 3/33$) نسبت به دیگر بخش‌ها برتری دارند و در رتبه بعدی نیز نقاط فرصت با وزن ($S = 3/08$) می‌باشد. با توجه به این نتایج و تلفیق چهار نقطه با همدیگر و تشکیل استراتژی‌ها، بر اساس نمودار زیر بهترین استراتژی برای هموارسازی، محقق ساختن، روند و توسعه گردشگری منطقه، استراتژی تدافعی می‌باشد که انتخاب و معرفی می‌گردد. در این استراتژی، نقاط ضعف را کاهش و از تهدیدات پرهیز می‌شود (شکل ۲).

نقاط قوت ($S = 3/05$)؛ نقاط قوت ($W = 3/04$)؛ نقاط قوت ($O = 3/08$)؛ نقاط قوت ($T = 3/33$)

جدول ۱۰. تجزیه و تحلیل عوامل استراتژیک (SFAS)

عوامل	وزن	درجه بندی	امتیاز وزنی	برنامه ریزی		
				کوتاه مدت	میان مدت	بلند مدت
S1= وجود منابع طبیعی متنوع و چشم اندازهای مناسب مانند رودخانه، چشمه، جنگل در روستا جهت توسعه بخش گردشگری	۰/۱۲	۴	۰/۴۸	*	*	*
S2= وجود روستاهای بسیار جذاب و دیدنی	۰/۱۱	۴	۰/۴۴	*	*	*
S3= مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه گذاری	۰/۰۹	۴	۰/۳۶	*	*	*
S4= وجود بافت سنتی و بنای بالارزش تاریخی برای جذب گردشگران	۰/۰۸	۴	۰/۳۲	*	*	*
W1= نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی	۰/۰۹	۴	۰/۳۶	*	*	*
W2= ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن	۰/۰۸	۴	۰/۳۲	*	*	*
W3= فقدان زیرساخت‌های گردشگری نظیر راه‌ها و تأسیسات مورد نیاز	۰/۰۸	۴	۰/۳۲	*	*	*
O1= امکان ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان بویژه جوانان	۰/۱۱	۴	۰/۴۴	*	*	*
O2= افزایش توجه دولت به برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری	۰/۰۹	۴	۰/۳۶	*	*	*
O3= افزایش تمایل مردم محلی جهت ارائه و نگهداشت فرهنگ و هنر خود جهت جذب توریسم	۰/۰۶	۴	۰/۲۴	*	*	*
O4= افزایش تمایل به سرمایه‌گذاری گردشگری خارجی از سوی مسئولین	۰/۰۷	۳	۰/۲۱	*	*	*
T1= افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه‌گذاری بخش گردشگری در مناطق رقیب	۰/۱۳	۴	۰/۵۲	*	*	*
T2= شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع‌رسانی کافی	۰/۱۲	۴	۰/۴۸	*	*	*
T3= سیل خیزی روستا به دلیل وجود رودخانه و سیل در داخل بافت	۰/۱۱	۴	۰/۴۴	*	*	*
T4= فقدان ساختار نظام‌مند در امر توسعه گردشگری روستایی	۰/۰۹	۴	۰/۳۶	*	*	*
T5= امکان افزایش امکانات و خدمات در مناطق تفریحی رقیب در مقایسه با این منطقه در آینده	۰/۰۷	۴	۰/۲۸	*	*	*

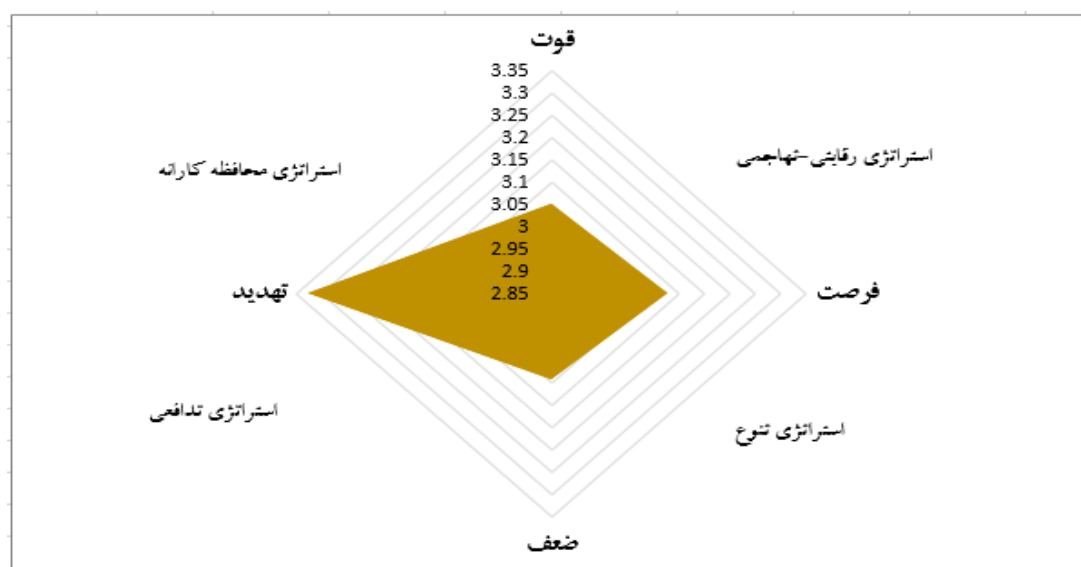
منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

جدول ۱۱. انواع استراتژی‌ها در راستای توسعه گردشگری روستایی شهرستان پاوه

استراتژی رقابتی-تهاجمی SO (فرصت‌ها و قوت‌ها)

نوع استراتژی
توجه و حمایت بیشتری توسط سازمان‌های ذی ربط برای توسعه گردشگری متکی بر طبیعت
بهره‌گیری از جذابیت‌های فرهنگی و تاریخی در کنار اکوتوریسم در راستای توسعه و مبادلات فرهنگی
توسعه توریسم حداکثری در فصل بهار و تابستان با توجه به آب و هوای مطبوع در این فصل و ارائه خدمات و تسهیلات متناسب آن
استفاده از امتیاز بازارهای جهانی در توسعه گردشگری محدوده پاه
افزایش پتانسیل‌ها و تسهیلات گردشگری و بالا بردن میزان مدیریت و نظارت دولتی در توسعه گردشگری در راستای توسعه منطقه
استراتژی تنوع ST (تهدیدها و قوت‌ها)
نوع استراتژی
بازاریابی گردشگری روستایی منطقه
افزایش سرمایه‌گذاری‌های بیشتر چه در بخش خصوصی و چه بخش عمومی در فعالیت‌های گردشگری در راستای اشتغال زایی
افزایش خدمات و امکانات رفاهی از سوی دولت در منطقه جهت گسترش صنعت گردشگری با توجه به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های طبیعی و انسانی موجود
استفاده هر چه بیشتر از پتانسیل کوه، چشمه و روستاهای بسیار جذاب در راستای جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی
استراتژی‌های محافظه کارانه WO (فرصت‌ها و ضعف‌ها)
نوع استراتژی
شناسایی ظرفیت و حد مجاز بهره‌برداری از منابع گردشگری موجود برای جلوگیری از استفاده بیش از حد
جلب مشارکت‌های خصوصی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از جذابیت‌های طبیعی و تاریخی - فرهنگی گردشگری منطقه
ارتقای سطح امکانات و خدمات گردشگری و درمانی در سطح محدوده و توسعه زیرساخت‌های گردشگری و جلب گردشگران به منطقه
استراتژی‌های تدافعی WT (تهدیدات و ضعف‌ها)
نوع استراتژی
بازنگری نحوه توزیع امکانات و حمایت‌ها و اولویت دهی تخصیص این منابع در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها
تعامل و همفکری بیشتر بین مسئولین امر به خصوص در بخش عمومی و خصوصی در توسعه گردشگری
ارائه خدمات و تسهیلات بهتر و متناسب‌تر در سطح منطقه به خصوص در مکان‌های جذاب گردشگری فرهنگی و طبیعی در راستای ایجاد اشتغال زایی و ایجاد

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳



شکل ۲. تعیین استراتژی و اولویت‌های اجرایی SWOT

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

اولویت‌بندی یا کمی نمودن استراتژی‌های معرفی شده

برای کمی نمودن استراتژی‌ها از ماتریس QSPM^۱ استفاده شده است. به گونه‌ای که بر اساس کمیت حاصل شده استراتژی‌ها مقایسه و اولویت‌بندی شدند. در واقع این روش مشخص می‌نماید که کدام یک از مؤلفه‌های استراتژیک انتخاب شده، امکان‌پذیر و واقعیت پیدا می‌کند. این تکنیک نیز مانند اکثر تکنیک‌ها و ابزارها نیازمند یک قضاوت تخصصی و کارشناسی می‌باشد. این ماتریس برای ارزیابی امکان‌پذیری و پایداری راهکارهای پیشنهادی در مواجهه با شرایط محیطی و وضع موجود سازمان می‌باشد. روش کار به این صورت است که در مرحله اول فرصت‌ها و تهدیدات خارجی و قوت‌ها و ضعف‌های داخلی را در ستون راست QSPM فهرست کرده، این اطلاعات باید مستقیماً از ماتریس‌های EFE و IFE حاصل شوند. در مرحله دوم برای هر عامل بحرانی، موفقیت امتیازی در نظر گرفته می‌شود. این امتیازات با توجه به ماتریس‌های IFE و EFE است و در ستون دوم در برابر عوامل بحرانی، موفقیت قرار داده می‌شوند. در مرحله سوم با در نظر گرفتن مرحله دوم فرموله کردن، یعنی مرحله تلفیق و ترکیب، استراتژی‌های شدنی و قابل اجرا در نظر گرفته می‌شود و آن‌ها را در ردیف بالای ماتریس QSPM قرار می‌دهند. در مرحله چهارم امتیازهای جذابیت AS تعیین می‌شود و آن‌ها را به صورت مقادیر عددی که نشان‌دهنده جذابیت نسبی هر استراتژی می‌باشند، تعریف می‌کنند. امتیاز جذابیت، با در نظر گرفتن هم‌زمان عوامل بحرانی موفقیت و طرح این سؤال حاصل می‌شود که «آیا این عامل در انتخاب استراتژی مذکور اثر می‌گذارد؟» پاسخ داده شده اگر مثبت باشد در یک کلاس بندی بین عدم جذابیت تا بسیار جذاب از امتیاز ۱ تا ۴ قرار می‌گیرد. در مرحله پنجم، جمع امتیازهای جذابیت‌ها را به دست آورده، این کار با ضرب امتیاز هر عامل در امتیاز جذابیت در هر ردیف حاصل می‌شود و نشان‌دهنده جذابیت نسبی آن استراتژی می‌باشد. امتیاز بالاتر به معنای جذابیت بیشتر آن استراتژی است. در جدول زیر نتایج پایانی محاسبات ذکر شده است.

جدول ۱۲. اولویت‌بندی استراتژی‌های مطرح شده در ارتباط با توسعه گردشگری روستایی در شهرستان پاوه

ردیف	عنوان راهبرد بر اساس اولویت	امتیاز QSPM
۱	ارائه خدمات و تسهیلات بهتر و متناسب‌تر در سطح منطقه به خصوص در مکان‌های جذاب گردشگری فرهنگی و طبیعی در	۱۴/۴۵
۲	بازنگری نحوه توزیع امکانات و حمایت‌ها و اولویت دهی تخصیص این منابع در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها	۱۴/۲۳
۳	تعامل و همکاری بیشتر بین مسئولین امر به خصوص در بخش عمومی و خصوصی در توسعه گردشگری	۱۴/۰۱
۴	ارتقای سطح امکانات و خدمات گردشگری و درمانی در سطح محدوده و توسعه زیرساخت‌های گردشگری و جلب گردشگران به منطقه	۱۳/۸۹
۵	افزایش پتانسیل‌ها و تسهیلات گردشگری و بالا بردن میزان مدیریت و نظارت دولتی در توسعه گردشگری در راستای توسعه منطقه	۱۳/۴۳
۶	شناسایی ظرفیت و حد مجاز بهره‌برداری از منابع گردشگری موجود برای جلوگیری از استفاده بیش از حد	۱۲/۸۰
۷	توجه و حمایت بیشتری توسط سازمان‌های ذی ربط برای توسعه گردشگری متکی بر طبیعت	۱۲/۷۶
۸	بازاریابی گردشگری روستایی منطقه	۱۲/۵۶
۹	توسعه توریسم حداکثری در فصل بهار و تابستان با توجه به آب و هوای مطبوع در این فصل و ارائه خدمات و تسهیلات متناسب آن	۱۲/۲۱
۱۰	استفاده از امتیاز بازارهای جهانی در توسعه گردشگری محدوده پاوه	۱۱/۹۸
۱۱	جلب مشارکت‌های خصوصی در ترویج، حفاظت و بهره‌مندی پایدار از جذابیت‌های طبیعی و تاریخی - فرهنگی گردشگری منطقه	۱۱/۸۷
۱۲	افزایش سرمایه‌گذاری‌های بیشتر چه در بخش خصوصی و چه بخش عمومی در فعالیت‌های گردشگری در راستای اشتغال زایی	۱۱/۶۶
۱۳	استفاده هر چه بیشتر از پتانسیل کوه، چشمه و روستاهای بسیار جذاب در راستای جذب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی	۱۱/۴۳
۱۴	افزایش خدمات و امکانات رفاهی از سوی دولت در منطقه جهت گسترش صنعت گردشگری با توجه به ظرفیت‌ها و قابلیت‌های طبیعی و انسانی موجود	۱۰/۸۶
۱۵	بهره‌گیری از جذابیت‌های فرهنگی و تاریخی در کنار اکوتوریسم در راستای توسعه و مبادلات فرهنگی	۱۰/۴۴

منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۳

بر اساس ۱۵ استراتژی ارائه شده، استراتژی ارائه خدمات و تسهیلات بهتر و متناسب‌تر در سطح منطقه به خصوص در مکان‌های جذاب گردشگری فرهنگی و طبیعی در راستای ایجاد اشتغال زایی و ایجاد زمینه تبادلات فکری و فرهنگی با امتیاز ۱۴/۴۵ مهم‌ترین استراتژی در

بین مجموع موارد شناخته شد. همچنین استراتژی بازنگری نحوه توزیع امکانات و حمایت‌ها و اولویت دهی تخصیص این منابع در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها با امتیاز ۱۴/۲۳ و استراتژی تعامل و همفکری بیشتر بین مسئولین امر به خصوص در بخش عمومی و خصوصی در توسعه گردشگری با وزن ۱۴/۰۱ در رتبه‌های دوم و سوم اهمیت شناخته شده‌اند. در رتبه‌های چهارم و پنجم نیز به ترتیب ارتقای سطح امکانات و خدمات گردشگری و درمانی در سطح محدوده و توسعه زیرساخت‌های گردشگری و جلب گردشگران به منطقه با وزن ۱۳/۸۹ و افزایش پتانسیل‌ها و تسهیلات گردشگری و بالا بردن میزان مدیریت و نظارت دولتی در توسعه گردشگری در راستای توسعه منطقه با امتیاز ۱۳/۴۳ شد. در جدول (۱۲) وضعیت استراتژی‌های توسعه گردشگری در منطقه مورد مطالعه از نظر اهمیت و اولویت مشخص شده است.

نتیجه‌گیری

گردشگری در جهان مدرن امروزی یکی از صنایع پرسود در میان صنایع بزرگ دنیا محسوب شده و رقابتی تنگاتنگ با صنایع مهم دارد و چه بسا به دلیل آلاینده‌گی سایر صنایع پرسود صنعتی، صنعت توریسم به عنوان یک صنعت پاک دارای مزایای بیشتری نیز هست و در هر کجا که صنعت گردشگری رونق گرفته منافع اقتصادی کلانی برای آن کشور یا آن منطقه به دنبال داشته است. با توجه به همین موضوع و اهمیت، شناخت درست گردشگری هر منطقه از جوانب مختلف می‌تواند در رشد و گسترش آن مؤثر باشد. هر منطقه جغرافیایی دارای شرایط و ویژگی‌های خاصی در زمینه گردشگری در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و ... است. با توجه به همین تفاوت‌های فضایی-مکانی، برنامه ریزی برای هر منطقه، مطالعه و شناخت خاص خود را می‌طلبد. شهرستان پاوه در استان کرمانشاه به عنوان یک منطقه با موقعیت کوهستانی از جمله این مناطقی است که از لحاظ گردشگری ظرفیت‌های بالقوه‌ای دارد. برای توسعه و برنامه ریزی روستاهای این منطقه در حوزه گردشگری شناخت مسائل و به طور کلی رویکرد گردشگری می‌تواند اولین اقدام مؤثر شناخته شود. لذا در این پژوهش به دنبال شناخت و تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستاهای این منطقه و سپس تدوین راهبردهای تأثیرگذار در این زمینه بوده‌ایم. نتیجه نشان داد که روستاهای شهرستان پاوه دارای ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های قابل توجهی در حوزه گردشگری هستند. بگونه‌ای که مهمترین نقطه قوت این منطقه، داشتن جاذبه‌های مختلف گردشگری به ویژه اکوتوریسمی و فرهنگی شناخته شده است و به فراخور همین نقطه قوت، مهم ترین راهبرد نیز می‌تواند در این زمینه، بهره برداری و برنامه ریزی بخش خصوصی و دولتی از جذابیت‌های متنوع گردشگری پاوه در راستای ایجاد اشتغال و توسعه هر چه بیشتر در پاوه می‌باشد که می‌تواند زمینه ساز توسعه محلی و ملی شود. همچنین وجود روستاهای بسیار جذاب و دیدنی و مستعد بودن و آماده بودن منطقه جهت سرمایه گذاری از دیگر نقاط قوت مهم گردشگری این منطقه شناخته شده است. همچنین در زمینه فرصت‌ها نیز می‌توان به امکان ایجاد فرصت‌های شغلی برای روستاییان بویژه جوانان؛ افزایش انگیزه بخش خصوصی به سرمایه گذاری در نواحی توریستی در راستای سیاست‌های دولت و همچنین افزایش توجه دولت به برنامه ریزی و سرمایه گذاری در بخش گردشگری اشاره نمود. نتیجه این بخش از پژوهش یا تحقیقات مهدیزاده (۱۳۸۶)، دلشاد (۱۳۹۶)، صفری علی اکبری و صادقی (۱۴۰۱)، گارا (۲۰۱۵) و همچنین مارتینر و همکاران (۲۰۱۶)، همخوانی دارد؛ چرا که در این تحقیقات نیز به اهمیت نقش دولت، توسعه خدمات، اهمیت جاذبه‌های اکوتوریسمی، توسعه اجتماعات محلی، ایجاد فرصت‌های شغلی و ... به عنوان شاخص‌ها و عوامل تأثیرگذار مثبت در حوزه گردشگری اشاره شده است.

از لحاظ نقاط ضعف و تهدید نیز نتایج نشان می‌دهد که مهمترین نقاط ضعف منطقه در حوزه گردشگری شامل نامناسب بودن و عدم کفایت تسهیلات بهداشتی، خدماتی، تسهیلات و تجهیزات اقامتی و رفاهی؛ ضعف مدیریت و فقدان ثبات در آن و فقدان زیرساخت‌های گردشگری نظیر راه‌ها و تأسیسات مورد نیاز و همچنین ناهماهنگی بین کارگزاران بخش عمومی با یکدیگر و مستقل عمل کردن آن‌ها و عدم هماهنگی بین بخش خصوصی و عمومی و شیب نامناسب روستاها جهت ساخت و ساز و از لحاظ نقاط تهدید نیز می‌توان به افزایش توجه بخش خصوصی و دولتی جهت سرمایه گذاری بخش گردشگری؛ شناخت ناکافی گردشگران از منطقه و عدم اطلاع رسانی کافی و همچنین سیل خیزی روستاها به دلیل وجود رودخانه و سیل اشاره نمود. تحقیقات غلامی و شفیعی (۱۴۰۰)، صفری علی اکبری و صادقی (۱۴۰۱)، تولون و بسرا و همکاران (۲۰۱۶) نتایج این بخش از پژوهش را پشتیبانی می‌نمایند؛ چرا که در این تحقیقات به ضعف مدیریت، کمبود خدمات، نبود زیرساخت، عدم هماهنگی نهادها و عدم تبلیغات و اطلاع رسانی درست از ظرفیت‌های گردشگری، به عنوان عوامل محدودکننده اشاره شده است.

با توجه به شناخت عوامل مؤثر مثبت و منفی تأثیرگذار بر توسعه گردشگری منطقه، برتری عوامل منفی بر مثبت زیاد است که این موضوع نیز به دلیل ضعف در ساختارهای امکانات و خدمات و همچنین عدم برنامه‌ریزی مناسب جهت رشد گردشگری است. در صورتی که موانع موجود در این زمینه رفع گردد، بسترهای مناسبی برای توسعه گردشگری وجود دارد. بر پایه نتایج به‌دست‌آمده، راهبردها و پیشنهادهایی تدوین

شده‌اند که در ادامه به مهم‌ترین آن‌ها اشاره شده است: ۱- ارائه خدمات و تسهیلات بهتر و متناسب تر در سطح منطقه به خصوص در مکان‌های جذاب گردشگری فرهنگی و طبیعی در راستای ایجاد اشتغال زایی و ایجاد زمینه تبادلات فکری و فرهنگی. ۲- بازنگری نحوه توزیع امکانات و حمایت‌ها و اولویت‌دهی تخصیص این منابع در جهت توسعه و تجهیز زیرساخت‌ها. ۳- تعامل و همفکری بیشتر بین مسئولین امر به خصوص در بخش عمومی و خصوصی در توسعه گردشگری. ۴- ارتقای سطح امکانات و خدمات گردشگری و درمانی در سطح محدوده و توسعه زیرساخت‌های گردشگری و جلب گردشگران به منطقه. ۵- افزایش پتانسیل‌ها و تسهیلات گردشگری و بالا بردن میزان مدیریت و نظارت دولتی در توسعه گردشگری در راستای توسعه منطقه.

حامی مالی

بنا به اظهار نویسنده مسئول، این مقاله حامی مالی نداشته است.

سهم نویسندگان در پژوهش

نویسنده اول: تدوین چارچوب نظری، نظارت علمی بر مراحل اجرا، تحلیل نهایی داده‌ها و ویرایش نهایی مقاله.
نویسنده دوم: گردآوری داده‌های میدانی، انجام مصاحبه‌ها، تهیه پیش‌نویس اولیه مقاله و مشارکت در تدوین یافته‌ها.
نویسنده سوم: مشارکت در تحلیل داده‌ها

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از تمامی افرادی که در گردآوری داده‌های میدانی با آن‌ها همکاری کرده‌اند، صمیمانه تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

۱. جمینی، داود؛ نظری، حمید؛ صیدایی، سید اسکندر و برقی، حمید (۱۴۰۲). بررسی تأثیر شاخص‌های کارآفرینی گردشگری بر توسعه پایدار روستایی در قلمروهای عشایری ایران (مطالعه موردی: شهرستان اردل؛ استان چهارمحال و بختیاری). *مطالعات برنامه‌ریزی قلمرو کوچ‌نشینان*، ۳(۲)، ۶۱-۷۶.
<https://doi.org/10.22034/jsnap.2023.422238.1076>
۲. حجازی، سیداسدالله و مرادی، کاوه (۱۳۹۱). تحلیل عوامل مؤثر بر گسترش گردشگری در شهرستان پاوه با استفاده از مدل راهبردی SWOT. *اولین کنفرانس ملی راهکارهای دستیابی به توسعه پایدار (کشاورزی، منابع طبیعی و محیط زیست)*، تهران <https://civilica.com/doc/197618>
۳. خسروی، حسین (۱۳۸۵). *بررسی توانمندی‌های گردشگری استان قم و اثرات آن در توسعه این استان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی، دانشکده علوم زمین، گروه جغرافیای انسانی و آمایش.
۴. دلشاد، علی (۱۳۹۶). تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه و تکامل مقصدهای گردشگری. *گردشگری و توسعه*، ۶(۱)، ۱۳۵-۱۴۹.
<https://doi.org/10.22034/jtd.2020.110403>
۵. رنجبریان، بهرام و زاهدی، محمد (۱۳۸۸). *خدمات صنعت گردشگری*. اصفهان: انتشارات چهارباغ.
<https://www.gisoom.com/book/11277291>
۶. صادقی، حجت‌الله (۱۴۰۲). ارزیابی تطبیقی مدل‌های هم‌پوشانی فازی جهت تعیین پهنه‌های مستعد ایجاد اماکن اقامتی-گردشگری در منطقه دزپارت با مدل‌های Gamma و Sum، *برنامه‌ریزی فضایی*، ۱۳(۴)، ۲۲-۱.
<https://doi.org/10.22108/sppl.2023.138669>
۷. صفری علی اکبری، مسعود (۱۴۰۱). تحلیل بستر گردشگری هوشمند در روستاهای هدف گردشگری و موانع پیش‌رو (مورد مطالعه: شهرستان پاوه). *روستا و توسعه پایدار*، ۳(۴)، ۴۴-۶۴.
<https://dor.isc.ac/dor/20.1001.1.2717350.1401.3.4.3.7.64-44>
۸. صفری علی اکبری، مسعود و صادقی، حجت‌الله (۱۴۰۱). تحلیل موانع و راهبردهای توسعه گردشگری شهرستان دزپارت. *جغرافیا و برنامه‌ریزی*، ۲۶(۸۲)، ۱۲۵-۱۴۳.
<https://doi.org/10.22034/gp.2022.48735.2913>
۹. طیبیان، منوچهر؛ ستوده، احمد؛ شایسته، کامران و چلبیانلو، رضا (۱۳۸۶). جستاری بر مفاهیم و روش‌های برآورد کمی ظرفیت برد و ارائه یک نمونه کاربردی بر پایه تجربه برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری دره عباس‌آباد - گنجانم همدان. *هنرهای زیبا*، ۲۹(۲)، ۲۸-۱۷.
<https://www.sid.ir/paper/5780/fa>
۱۰. طیبی، کمیل؛ بابکی، روح‌الله و جباری، امیر (۱۳۸۶). بررسی رابطه توسعه گردشگری و رشد اقتصادی ایران. *پژوهشنامه علوم انسانی و اجتماعی*، ۲۶(۲)، ۱۱۰-۸۳.
<https://www.sid.ir/paper/389316/fa>

۱۱. عالی، نگین و صادقی، لقمان (۱۴۰۰). ارزیابی میزان تأثیرگذاری عوامل مؤثر بر توسعه اکوتوریسم در نواحی روستایی (مطالعه موردی: مسیر گردشگری اورامانات). مسکن و محیط روستا، ۴۰(۱۷۴)، ۱۵-۲۸. <https://doi.org/10.22034/40.174.15>
۱۲. غلامی، یونس و شفیع، زهرا (۱۴۰۰). بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری روستایی با تأکید بر روستای هدف گردشگری (مطالعه موردی: روستای فش؛ شهرستان کنگاور). جغرافیا و روابط انسانی، ۴(۲)، ۳۹۸-۳۷۱. <https://doi.org/10.22034/gahr.2021.299682.1598>
۱۳. مهدیزاده، جواد (۱۳۸۶). مبانی و راهکارهای توسعه گردشگری در ایران. مجله مجلس و راهبرد، ۴۴(۱)، ۱۲۱-۱۵۲.
14. Bellato, L., Frantzeskaki, N., & Nygaard, C. A. (2023). Regenerative tourism: A conceptual framework leveraging theory and practice. *Tourism Geographies*, 25(4), 1026–1046. <https://doi.org/10.1080/14616688.2022.2044376>
15. Bunghez, C. L. (2016). The importance of tourism to a destination's economy. *Journal of Eastern Europe Research in Business & Economics*, 2016, 1–9. <https://www.ibimapublishing.com/articles/JEERBE/2016/143495/143495.pdf>
16. Csapo, J. (2012). The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. In *Strategies for tourism industry – Micro and macro perspectives* (pp. 201–212). <https://books.google.com/books>
17. Garau, C. (2015). Perspectives on cultural and sustainable rural tourism in a smart region: The case study of Marmilla in Sardinia (Italy). *Sustainability*, 7(5), 12–25. <http://dx.doi.org/10.3390/su7066412>
18. Gössling, S. (2017). Tourism, information technologies and sustainability: An exploratory review. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 1024–1041. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2015.1122017>
19. Inskeep, E. (1991). *Tourism planning: An integrated approach to sustainable development*. New York: Amazon. <https://www.amazon.com/Tourism-Planning-Integrated-Sustainable-Development/dp/047129392X>
20. Junaidi, J. (2020). Halal-friendly tourism and factors influencing halal tourism. *Management Science Letters*, 10(8), 1755–1762. <https://growingscience.com/beta/msl/3688>
21. Koo, C., Kwon, J., Chung, N., & Kim, J. (2023). Metaverse tourism: Conceptual framework and research propositions. *Current Issues in Tourism*, 26(20), 3268–3274. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2122781>
22. Li, K. X., Jin, M., & Shi, W. (2018). Tourism as an important impetus to promoting economic growth: A critical review. *Tourism Management Perspectives*, 26, 135–142. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.10.002>
23. Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, J. A. S., & Mogorrón-Guerrero, H. (2020). An analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100(2), 165–174. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.033>
24. McCabe, S., & Qiao, G. (2020). A review of research into social tourism: Launching the *Annals of Tourism Research* Curated Collection on Social Tourism. *Annals of Tourism Research*, 85(2), 1–16. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.103103>
25. Ohlan, R. (2017). The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*, 3(1), 9–22. <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.003>
26. Rasool, H., Maqbool, S., & Tarique, M. (2021). The relationship between tourism and economic growth among BRICS countries: A panel cointegration analysis. *Future Business Journal*, 7(1), 1–18. <https://link.springer.com/article/10.1186/s43093-020-00048-3>
27. Sabirdjahnova, K. D. (2019). Strategy of tourism development in Uzbekistan. *Problems of Modern Science and Education*, (11–2), 42–43. <https://cyberleninka.ru/article/n/strategy-of-tourism-development-in-uzbekistan>
28. Sadeghi, H. O., & Seidaïy, S. (2023). Tourism and rural development. In *Rural Areas—Development and Transformations*. IntechOpen Press. <https://doi.org/10.5772/intechopen.111400>
29. Solakis, K., Katsoni, V., Mahmoud, A. B., & Grigoriou, N. (2024). Factors affecting value co-creation through artificial intelligence in tourism: A general literature review. *Journal of Tourism Futures*, 10(1), 116–130. <https://doi.org/10.1108/JTF-06-2021-0157>
30. Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskis, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/sd.2133>
31. Voronkova, O. Y., Akhmedkhanova, S. T., Nikiforov, S. A., Tolmachev, A. V., Vakhrushev, I. B., & Sergin, A. A. (2021). Tourism market relies heavily on environmental and natural factors. *Caspian Journal of Environmental Sciences*, 19(2), 365–374. <https://doi.org/10.22124/cjes.2021.4753>