

Strategic analysis of the construction of nomadic tourism Eco-camps in Kermanshah province

Ali Asghar Mirakzadeh

Associate Professor, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

(Corresponding Author). mirakzadeh@razi.ac.ir

Faranak Karamian

Ph.D of Agricultural Development, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

karamian.faranak@razi.ac.ir

Mosayeb Gholami

Ph.D in Agricultural Extension and Education, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University, Kermanshah, Iran.

gholami.mosayeb@gmail.com

Somayeh Shahbazi

Ph.D student, Department of Agriculture Extension and Education, Faculty of Agriculture, Razi University Kermanshah, Iran.

somayeh.shahbazi22@gmail.com.

Ehsan Khosravi

Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran.

khosravi.ehsan@razi.ac.ir

Khalil Safaei

Ph.D of Ruminant Nutrition, Head of Nomadic comprehensive Studies Department, Administrative of Nomadic Affairs, Kermanshah, Iran.

K.safaei@alumin.iut.ac.ir

Abstract

The present research seeks to develop implementation and effective strategies for the purpose of building a nomadic tourism Eco-camp in the nomadic areas of Kermanshah province, emphasizing the strategic planning approach. In order to conduct this research, first, interviews and focused group discussions were conducted with 11 experts from the Department of Nomadic Affairs and the Department of Cultural Heritage, Handicrafts and Tourism of Kermanshah province, as well as key and knowledgeable nomads of the province. The criterion for determining the sample size was reaching data saturation, and the purposeful snowball sampling method was used. In the second step, the data was analyzed using the technique of content analysis and SWOT analysis; Then, using the IE internal and external evaluation matrix to identify the regional situation and quantitative strategic planning matrix (QSPM), the strategies for creating and developing nomadic tourism Eco-camps in Kermanshah province were classified and prioritized. The results showed that in the nomadic areas of the province, strengths prevail over weaknesses in the internal environment, and opportunities prevail over threats in the external environment and aggressive strategy (SO) for establishing nomadic tourism Eco-camps in susceptible areas had a higher priority than other strategic patterns. Therefore, according to the research results, the nomadic areas of Kermanshah province have the ability to become tourist attractions and with planning according to the presented strategies, it can be introduced as a hub of nomadic tourism in the country.

Keywords: Eco-camp, Aggressive strategy, Development, Nomadic tourism, Quantitative strategic planning matrix.

تحلیل راهبردی احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در استان کرمانشاه

علی اصغر میرک زاده

دانشیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی،
کرمانشاه، ایران.

میرک‌زاده@razi.ac.ir (نویسنده مسئول)

فرانک کرمیان

دکتری توسعه کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی،
کرمانشاه، ایران.

karamiyan.faranak@razi.ac.ir

مصیب غلامی

دکترای ترویج و آموزش کشاورزی، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی،
کرمانشاه، ایران.

gholami.mosayeb@gmail.com

سمیه شهبازی

دانشجوی دکتری، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه رازی،
کرمانشاه، ایران.

somayeh.shahbazi22@gmail.com

احسان خسروی

گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی،
کرمانشاه ایران.

khosravi.ehsan@razi.ac.ir

خلیل صفائی

دکترای تغذیه نشخوارکنندگان، رئیس گروه مطالعات جامع عشایری، اداره کل امور عشایر،
کرمانشاه، ایران.

K.safaei@alumin.iut.ac.ir

چکیده

تحقیق حاضر با تأکید بر رویکرد برنامه‌ریزی راهبردی، درصدد تدوین راهبردهای اجرایی و مؤثر به‌منظور احداث اکوکمپ گردشگری عشایری در مناطق عشایری استان کرمانشاه می‌باشد. برای انجام این پژوهش ابتدا مصاحبه و بحث گروهی متمرکز با ۱۱ نفر از کارشناسان و صاحب‌نظران اداره امور عشایر و اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه و همچنین عشایر کلیدی و مطلع استان انجام گرفت. معیار تعیین حجم نمونه رسیدن به اشباع داده بود و از روش نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی استفاده شد. در گام دوم با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا و تحلیل SWOT داده‌ها تحلیل شد؛ سپس با استفاده از ماتریس ارزیابی داخلی و خارجی IE جهت شناسایی وضعیت منطقه و ماتریس برنامه‌ریزی استراتژیک کمی (QSPM)، راهبردهای ایجاد و توسعه اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در استان کرمانشاه طبقه‌بندی و اولویت‌بندی شد. نتایج نمایانگر آن بود که مناطق عشایری استان در محیط داخلی نقاط قوت بر نقاط ضعف و در محیط خارجی فرصت‌ها بر تهدیدها غالب است و الگوی تهاجمی (SO) برای احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد، نسبت به سایر الگوهای راهبردی از اولویت بالاتری برخوردار بود. لذا با توجه به نتایج تحقیق، مناطق عشایری استان کرمانشاه، توانایی تبدیل به جاذبه‌های گردشگری را دارا می‌باشد و با برنامه‌ریزی متناسب با راهبردهای ارائه شده، می‌تواند به عنوان قطب گردشگری عشایری در کشور معرفی گردد.

کلیدواژه: اکوکمپ، استراتژی تهاجمی، توسعه، گردشگری عشایری، ماتریس ارزیابی استراتژیک کمی

سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان کرمانشاه

فصلنامه پیشرفت و توسعه استان کرمانشاه، دوره ۲، شماره ۳، ص ۹۸-۱۲۰.

تاریخ ارسال: ۱۴۰۲/۰۳/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۴/۲۸

۱- مقدمه

صنعت گردشگری یکی از پدیده‌های قرن حاضر است که بعد از صنعت نفت و خودروسازی، سومین صنعت مهم جهان شمرده می‌شود و علاوه بر فقرزدایی، عدالت گستره و اشتغال‌زایی، درآمد بالایی را ایجاد کرده و به همه منافذ زندگی بشر نفوذ کرده است (میلن کواشکا، ۲۰۱۲)، به گونه‌ای که سازمان گردشگری در بیانیه مانیل، گردشگری را نیاز اساسی در هزاره سوم معرفی نموده است (تقوایی و صفرآبادی، ۱۳۹۰). امروزه گردشگری به شکل‌های مختلفی از قبیل گردشگری شهری، فرهنگی، مذهبی، کشاورزی، روستایی، عشایری، ژئوتوریسم و گردشگری طبیعی مشاهده می‌شود. در این میان گردشگری عشایری سبک جدیدی از گردشگری است (ضیائی و همکاران، ۱۴۰۰) که ترکیبی از اکوتوریسم و گردشگری فرهنگی می‌باشد (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹) و در آن، گردشگران در یک دوره زمانی معین در قلمرو زیستی گروه‌های ایلی و کوچ‌رو به سفر می‌پردازند و توأم با خرید محصولات جوامع محلی، برداشت‌های فرهنگی، معنوی، دیدار جاذبه‌های طبیعی و لذت‌جویی از پدیده‌های متنوع است (انصاری و همکاران، ۱۳۹۸). توسعه گردشگری عشایری سبب ارائه تجربه‌های منحصر به فرد به گردشگران (وانگ و همکاران، ۲۰۲۰)، احیای فرهنگ‌های محلی و سنتی، تشویق فعالیت‌های جمعی، افزایش درآمد، ایجاد منابع جدید درآمدی (ورما و موردی، ۲۰۱۷)، حفظ محیط طبیعی، فرهنگی و اجتماعی مناطق عشایرنشین شده و از مهاجرت جمعیت عشایری به مناطق دیگر جلوگیری خواهد کرد (اکبری‌ان رونی‌زی، ۱۳۹۵).

کشور ایران یکی از کشورهایی است که با سابقه‌ای دیرین و کهن، با قومیت‌های مختلف و اقلیم‌های متفاوت دارای بستر مناسبی برای برنامه‌ریزی گردشگری عشایری است (میرواحدی و اسفندیاری بیات، ۱۳۹۵)، با این وجود گردشگری عشایری در ایران همانند دیگر بخش‌های بوم‌گردی، آن‌طور که باید و شاید مورد توجه قرار نگرفته است (قنبری و همکاران، ۱۳۹۳). با توجه به نقشی که عشایر در زندگی اقتصادی کشور دارند، مانند تولید بیش از ۲۰ درصد از فراورده‌های دامی و لبنی، تولید ۵ درصد از محصولات کشاورزی و ۳۵ درصد از صنایع دستی، هرگونه تغییر و تحولی در اقتصاد این قشر انعکاس‌های مستقیمی بر زندگی اقتصادی جوامع یکجانشین اعم از روستایی و شهری به دنبال خواهد داشت (میرواحدی و اسفندیاری بیات، ۱۳۹۵).

در این راستا، در استان کرمانشاه ۱۴ هزار خانوار عشایری در قالب ۱۳ ایل و یک طایفه مستقل مشغول زندگی هستند. عشایر استان یک میلیون و ۵۰۰ هزار واحد دامی در اختیار دارند که عمده آنها را دام‌سبک تشکیل می‌دهد که این رقم معادل ۳۰ درصد دام‌سبک استان و ۷ درصد دام کل عشایر کشور می‌باشد (پاپ‌زن و افشارزاده، ۱۳۹۴). سنت و فرهنگ جامعه عشایر استان کرمانشاه، کوچ عشایر، طبیعت منحصر بفرد و مواهب طبیعی خدادادی، شیوه زندگی، موسیقی و لباس و غذاهای سنتی، تولیدات دامی و فراورده‌های لبنی سالم طبیعی، تولیدات صنایع دستی با ارزش، گیاهان دارویی و صنعتی و خوراکی موجود در محیط زندگی عشایر همگی می‌توانند الهام بخش فعالیت‌های اقتصادی پایدار و زمینه ساز اشتغال مولد و جذب گردشگر به‌عنوان اشتغال پایدار و مکمل شیوه معیشتی و افزایش

1. Milen Kovashka
2. Wong et al.
3. Verma & Murdia

درآمد اقتصاد مبتنی بر دامداری باشد. با توجه به داشتن تنوع بالای جمعیت عشایری در استان کرمانشاه، توسعه این گونه از گردشگری می‌تواند به‌عنوان یکی از مزیت‌های رقابتی در حوزه صنعت گردشگری باشد.

بررسی‌ها نشان می‌دهد یکی از راهکارهای گسترش گردشگری عشایری، شناسایی وضعیت موجود به‌منظور ایجاد اکوکمپ‌های گردشگری عشایری یا همان سیاه چادر عشایر برای گردشگران و همچنین برنامه‌ریزی دقیق برای امکان‌سنجی و مکان‌یابی این اکوکمپ‌ها است که نقش مؤثری را در جذب بازدیدکنندگان ایفا می‌نماید (شهادی و همکاران، ۱۳۹۸). اکوکمپ‌های گردشگری عشایری به‌عنوان یک فعالیت گردشگری طبیعت‌گرا و ابزاری برای توسعه اقتصادی و رفاه جامعه محلی (پالمر و چاموانگفان^۱، ۲۰۱۸) علاوه بر سازگاری با محیط‌زیست و حفاظت از آن، در توسعه آگاهی و اخلاق زیست‌محیطی مؤثر بوده و از آن به‌عنوان گردشگری سبز نیز یاد می‌شود (سورجانتی و همکاران^۲، ۲۰۲۰). بررسی مطالعات مختلف حاکی از آن است در استان کرمانشاه تاکنون هیچ مطالعه نظام‌مندی در ارتباط با برنامه‌ریزی راهبردی به‌منظور ایجاد اکوکمپ‌های گردشگری عشایری به‌عمل نیامده است. لذا هدف مطالعه حاضر، تحلیل راهبردی احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در استان کرمانشاه می‌باشد. مطالعه حاضر از این جهت اهمیت دارد که شناسایی نقاط ضعف، قوت؛ تهدیدها و فرصت‌ها و ارائه راهبردهایی برای ایجاد و توسعه اکوکمپ‌های گردشگری عشایری می‌تواند موجب توانمندسازی جامعه محلی، ایجاد اشتغال پایدار، مهاجرت معکوس، توسعه اقتصاد محلی، رونق گردشگری، کاهش بیکاری و دیگر معضلات پیش روی جامعه عشایری استان کرمانشاه و در سطوح بالاتر در روند کاهش معضلات اقتصادی استان کرمانشاه که همواره در رتبه‌های نخست کشور می‌باشد، گردد.

۱- مبانی نظری و مرور پیشینه‌ها

محققانی که گردشگری را مطالعه می‌کنند، طیف وسیعی از تعاریف را برای گردشگری ارائه کرده‌اند. به عقیده مهدوی (۲۰۱۹) اصطلاح گردشگری از سفرهای ماجراجویانه اقوام مغولی نشأت گرفته است. هالتمن و هال^۳ (۲۰۱۲) نیز گردشگری را به‌عنوان یک پدیده اجتماعی می‌دانند که ماهیت چند بعدی دارد و نقش عمده‌ای در توانمندسازی و ایجاد تغییرات اجتماعی - اقتصادی سیستم جامع دارد. اهمیت گردشگری آنچنان زیاد است که هر کشور متناسب با شرایط منطقه تعریف متفاوتی از آن داشته و آن را به‌عنوان عاملی در جهت رشد و اشتغال عنوان می‌کنند؛ به‌طوریکه امبایوا^۴ (۲۰۰۵) در مقاله خود به این موضوع اشاره دارد که گردشگری در مکاتب مختلف متناسب با شرایط منطقه تعریف ویژه‌ای داشته اما عامل مشترک در تمام مکاتب و کشورها توجه به جنبه اقتصادی گردشگری و ایجاد اشتغال برای جامعه میزبان است؛ به‌طوری‌که معمولاً گردشگری توسط یک کشور برای ترویج توانایی‌های توسعه اقتصادی و کاهش نابرابری در توزیع درآمد از طریق ایجاد اشتغال برای مردم در یک منطقه جغرافیایی خاص می‌باشد و از آنجا که گردشگری به توسعه اقتصادی کشورها کمک می‌کند، لذا دولت‌ها به‌ویژه در کشورهای جهان سوم سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری را تشویق می‌کنند.

1. Palmer & Chuamuangphan
2. Surjanti et al
3. Hultman & Hall
4. Mbaiwa

تاریخ معاصر توسعه گردشگری ایران به دهه ۱۹۳۰ برمی گردد، یعنی زمانی که اولین تأسیسات گردشگری از جمله برخی مهمانسراها و هتل‌ها ساخته شد (سیفی و هال^۱، ۲۰۱۸). باتلر^۲ (۱۹۸۰)، توسعه گردشگری معاصر ایران را در چهار مرحله طبقه‌بندی کرده است:

مرحله ۱ (سال‌های ۱۹۳۰-۱۹۶۷): اکتشاف و مشارکت^۳

➤ مرحله ۲ (سال‌های ۱۹۶۷-۱۹۷۷): توسعه و تحکیم^۴

➤ مرحله ۳ (سال‌های ۱۹۷۷-۱۹۸۸): افسردگی و زوال^۵

➤ مرحله ۴ (سال‌های ۱۹۹۸-۲۰۱۸): جوان‌سازی ناپایدار^۶

براین اساس، ایران از سال ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۷ عملکرد خوبی در زمینه گردشگری داشته است و به‌عنوان یکی از موفق‌ترین مقاصد گردشگری خاورمیانه شناخته می‌شود. سرزمین باستانی ایران با توجه به تنوع آب و هوایی و محیط جغرافیایی از روزگاران کهن شاهد سه شیوه زیستی شهری، روستایی و عشایری بوده است و هر کدام از آنها نقش سازنده در تمدن آفرینی فلات ایران ایفا نموده‌اند، با این حال تأثیر عشایر در ساخت تمدنی با توجه به سبک زندگی کوچ‌روانه و فرهنگ شفاهی کمتر شناخته شده است (پورمحمدی و زیلاب پور، ۱۳۹۳). زندگی عشایری واقعی است که در طول تاریخ، از مادها و پارس‌ها گرفته تا دولت مدرن در ایران، وجود داشته است (لطفی و همکاران، ۱۳۹۰). گردشگری عشایری گونه جدیدی از تجربه گردشگری است که به‌منظور مشاهده سبک زندگی افراد بومی و عشایر و آئین‌ها از جمله جذابیت‌های این نوع گردشگری است و برخی نیز جهت درک بهتری از موقعیت خود و یا با دنیای معاصر به اینگونه سفرها روی می‌آورند (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹). تحقیقات مختلف نشان دهنده این امر است که قومیت و فرهنگ عشایر جاذبه اصلی این نوع گردشگری است. باید گفت افراد بومی و عشایری در تمام نقاط جهان دارای یک ویژگی مشترک تحت عنوان "محرومیت" هستند که اغلب در برنامه ریزی‌های مربوط به اشتغال نادیده گرفته می‌شود (پاکراه و همکاران، ۲۰۲۰). در این راستا، برای رفع محرومیت و ایجاد معیشت پایدار برای عشایر می‌توان از گزینه‌های متنوع اقتصادی از جمله گردشگری عشایری استفاده نمود. کشورهایی که جوامع عشایری دارند، می‌توانند از جذابیت‌های آنها جهت جذب گردشگران و کسب درآمد و مبادله ارز برای جوامع محلی استفاده کنند. در عین حال، این نوع گردشگری به یک نیروی قدرتمند برای تقویت هویت گروه‌های قومی و عشیره‌ای تبدیل شده و فرصت‌های قابل ملاحظه‌ای برای نشان دادن فرهنگ جوامع محلی و احیای سنت‌ها، زبان‌ها و غرور فرهنگی ارائه می‌نماید (دورگا و گوپتا^۷، ۲۰۱۲). با این وجود، توسعه این نوع گردشگری دارای اثرات منفی فرهنگی - اجتماعی بر جامعه میزبان می‌باشد که از آن جمله می‌توان به تهاجم فرهنگی، تخریب مبانی اعتقادی و ارزشی، تحمیل تغییرات فرهنگی بدون آمادگی جامعه میزبان اشاره نمود (غضنفرپور و همکاران، ۱۳۹۳). توسعه گردشگری عشایری در کشور ایران با چالش‌هایی همچون ۱) کمبود و

1. Seyfi & Hall

2. Butler

3. Exploration & involvement

4. Development & consolidation

5. Depression & decline

6. Unsteady rejuvenation

7. Dogra & Gupta

نارسایی خدمات زیربنایی مانند راه، آب بهداشتی، تلفن و برق، ۲) عدم شناخت کامل پدیده‌های جذاب زندگی عشایری و صنایع آنها و شناساندن آنها به گردشگران، ۳) کمبود مدیران متخصص در امر گردشگری عشایری، ۴) عدم حمایت‌های مالی دولت و عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در زمینه توریسم عشایری و ۵) عدم وجود مراکز اقامتی مناسب در نزدیکی مناطق عشایری روبرو است (انصاری، ۱۳۹۷).

در زمینه گردشگری عشایری و توسعه آن تحقیقات مختلفی صورت گرفته است. به‌عنوان مثال شهادی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود ضمن ارزیابی پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های بوم‌گردی در دهستان وردشت شهرستان سمیرم، مناسب‌ترین مکان‌ها برای توسعه اکوکمپ‌های عشایری در این منطقه را شناسایی نمودند. در این پژوهش برای پتانسیل‌سنجی از تکنیک SWOT و برای انتخاب مناسب‌ترین مکان‌های توسعه اکوکمپ‌های عشایری از تکنیک AHP در محیط GIS استفاده شد. بخشی از نتایج حاصل از پژوهش نشان داد برای توسعه بوم‌گردی در منطقه مورد مطالعه، استراتژی تهاجمی دارای برتری نسبی در مقایسه با سایر استراتژی‌های چهارگانه است؛ یعنی در منطقه باید نقاط قوت و فرصت را به حداکثر رساند.

کریمپور ریحان و شریف‌جاهد (۱۳۹۶) در پژوهشی به مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی توسعه پایدار در کویر شهادت با تأکید بر گردشگری پرداختند. نتایج حاصل از بررسی‌ها نمایانگر آن است که این منطقه در بخش گردشگری در محیط خارجی با فرصت و در محیط داخلی با قدرت روبرو است. همچنین طبق نتایج، در کویر شهادت فرصت‌هایی همچون افزایش اوقات فراغت و میل به سفر، مشوق‌های مالی و وام‌های بلندمدت برای توسعه گردشگری عشایری وجود دارد.

قبری و همکاران (۱۳۹۳) با استفاده از تکنیک SWOT به بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری عشایری ایل بختیاری پرداختند. در این پژوهش ضمن ارائه ۱۵ راهبرد، مواردی همچون عدم وجود برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری هدفمند در بخش گردشگری، عدم آگاهی عشایر نسبت به مزیت‌های گردشگری و پذیرش آن و نبود نیروی متخصص بومی در امر گردشگری عشایری را از نقاط ضعف توسعه گردشگری عنوان کردند.

مقصودی و همکاران (۱۳۹۱) در مطالعه‌ای با عنوان "تحلیل ارزیابی پتانسیل‌ها و راهبردهای توسعه بوم‌گردی در منطقه مرنجاب" با استفاده از تکنیک SWOT به بررسی برنامه‌های مدیریت گردشگری در منطقه و اهداف و سیاست‌ها در راستای توسعه بوم‌گردی پرداختند. استخراج ماتریس داخلی و خارجی نشان داد که راهبردهای WO اولویت بیشتری برای اجرا دارند که این عوامل توسط برنامه‌ریزی راهبردی (QSPM) عبارتند از: ۱) احداث و بهبود وضعیت واحدهای اقامتی خدماتی ۲) ارائه تبلیغات گسترده ۳) حفاظت از جاذبه‌های گردشگری ۴) ارتقا شبکه حمل و نقل منطقه ۵) تربیت نیروی متخصص با بهره‌گیری از مراکز آموزشی و ۶) آشنا کردن مردم بومی با فرهنگ گردشگری.

همان‌طور که مرور مطالعات نشان می‌دهد ضعف مطالعه‌ای در زمینه تدوین برنامه راهبردی برای احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری به‌ویژه در استان کرمانشاه مشهود است. بنابراین با توجه به آنچه که بیان شد، این پژوهش در نظر دارد به بررسی نقاط ضعف، قوت و تهدیدها و فرصت‌های مناطق عشایری استان کرمانشاه به‌منظور ایجاد اکوکمپ‌های گردشگری عشایری بپردازد.

۲- روش‌شناسی پژوهش

رویکرد حاکم پژوهش، آمیخته (کیفی - کمی) و جزء تحقیقات توصیفی- تحلیلی است. به منظور ارائه برنامه راهبردی جهت احداث اکو کمپ‌های گردشگری عشایری از تکنیک SWOT و برنامه‌ریزی استراتژیک کمی^۱ (QSPM) استفاده شد. به طور کلی، SWOT فهرستی از عوامل را ارائه می‌دهد که می‌تواند برای توصیف روندهای حال و آینده محیط‌های داخلی و خارجی استفاده شود (یاواز و بایکان^۲، ۲۰۱۳؛ ویکراماسینگه و تاکانو^۳، ۲۰۱۰). به منظور شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای احداث اکو کمپ‌های گردشگری عشایری ابتدا ادبیات مربوطه بررسی شد. علاوه بر این، از سه منبع اولیه (۱) بحث گروهی متمرکز با کارشناسان و صاحب‌نظران اداره امور عشایر استان کرمانشاه (۲) مصاحبه نیمه ساختاریافته با کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان (۳) جلسه گروهی با عشایر کلیدی و مطلع استان کرمانشاه استفاده شد. برای انتخاب نمونه مورد مطالعه از جامعه مذکور از نمونه‌گیری هدفمند از نوع گلوله برفی استفاده شد که با انجام مصاحبه با ۱۱ نفر اشباع داده حاصل گردید. اطلاعات به دست آمده از جلسه، بحث گروهی متمرکز، مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته و مرور ادبیات، با استفاده از تکنیک تحلیل محتوا و در قالب SWOT ساماندهی شد و سپس توسط محققان دانشگاهی و کارشناسان فنی شرکت‌کننده در جلسه تأیید شد. ماتریس تحلیلی سوات متشکل از یک جدول مختصات دو بعدی است که هر ناحیه آن نشانگر یک دسته راهبرد می‌باشد و عبارت‌اند از: استراتژی‌های SO، بهره‌گیری از نقاط قوت درونی برای حداکثر استفاده از فرصت‌های بیرونی؛ استراتژی‌های ST، حذف یا کاهش تهدیدات با استفاده از نقاط قوت؛ استراتژی‌های WO، بهره‌گیری از فرصت‌ها از طریق غلبه بر نقاط ضعف و تبدیل نقاط ضعف به قوت؛ استراتژی‌های WT، کاهش تأثیر تهدیدات از طریق کاهش دادن نقاط ضعف (خسروی و کرمان، ۱۳۹۷).

از آنجا که در تکنیک SWOT مرسوم، تنها به استخراج استراتژی‌ها بسنده می‌شود، اما اهمیت هر یک از عناصر ماتریس بر روی استراتژی‌ها محاسبه نمی‌شود، ابزار مناسبی برای تعیین اهمیت نسبی استراتژی‌ها و عناصر تشکیل دهنده آنها محسوب نمی‌گردد (نظری و همکاران، ۲۰۱۸). بنابراین، برای جبران نقص مذکور و اولویت‌بندی راهبردهای استخراجی، از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی و وزن‌دهی به آن با استفاده از نظر متخصصان استفاده شد. تعیین وزن به عوامل SWOT پاسخ‌دهندگان را وادار می‌کند تا وضعیت را دقیق‌تر و عمیق‌تر از مورد استاندارد SWOT تجزیه و تحلیل کنند (یاواز و بایکان، ۲۰۱۳). با استفاده از عوامل SWOT شناسایی شده، پرسشنامه‌ای برای نمونه مورد مطالعه به منظور تعیین وزن عوامل SWOT طراحی شد. پس از وزن‌دهی به هر یک از عوامل استراتژیک داخلی (نقاط ضعف و قوت) توسط کارشناسان، ضریب وزنی هر یک از عوامل بین صفر (بی‌اهمیت) تا یک (بسیار مهم) محاسبه شد. به گونه‌ای که جمع ضرایب وزنی تخصیص یافته مساوی یک گردید. امتیاز موزون هر عامل از طریق ضرب وزن هر مورد در امتیاز وضع موجود مربوطه، محاسبه و با جمع نمودن امتیازهای موزون عوامل داخلی، نمره نهایی به لحاظ محیط درونی به دست آمد. لازم به یادآوری است

1. Quantitative Strategic Planning Matrix
2. Yavuz and Baycan
3. Wickramasinghe and Takano

که مجموع امتیاز موزون هر یک از عناصر سوات، حداقل ۱ و حداکثر ۴ (میانگین ۲/۵) می‌باشد. اگر نمره نهایی نظام کمتر از ۲/۵ باشد، یعنی احداث اکوکمپ از نظر عوامل داخلی دچار ضعف است و اگر از ۲/۵ بیشتر باشد یعنی احداث اکوکمپ از نظر عوامل داخلی دارای قوت می‌باشد.

توضیحاتی که در خصوص ماتریس عوامل داخلی ارائه شد، در سازماندهی ماتریس عوامل خارجی نیز صادق است، با این تفاوت اگر نمره نهایی نظام کمتر از ۲/۵ باشد، یعنی احداث اکوکمپ از نظر عوامل خارجی دچار تهدید است و اگر از ۲/۵ بیشتر باشد یعنی احداث اکوکمپ از نظر عوامل خارجی دارای فرصت می‌باشد. براساس

متوسط نمره نهایی ماتریس‌های IFE و EFE، امتیاز هر یک از استراتژی‌های چهارگانه مندرج در ماتریس تحلیل سوات تعیین و براساس آن مشخص شد که راهبردهای احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد، در ماتریس داخلی و خارجی کدامند؟ (جدول ۱). برای تشکیل این ماتریس، مجموع امتیاز نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی بر روی محور X ها و مجموع نمره نهایی ماتریس EFE بر روی محور Y ها قرار گرفت، تا در نقطه تلاقی این دو امتیاز، مشخص گردد منطقه برای احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری، با تکیه بر کدامین الگوی استراتژیک، می‌بایست حرکت کند. در نهایت به منظور اولویت‌بندی استراتژی‌ها و انتخاب راهبردهای برتر از QSPM استفاده شد.

جدول ۱. ماتریس داخلی و خارجی به منظور تعیین جایگاه استراتژیک فراروی احداث اکوکمپ‌های گردشگری

عشایری در مناطق مستعد

مجموع نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (IFE)		مجموع نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (EFE)	
۱	۲/۵		۴
WO			SO
WT			۲/۵
			۱
			ST

۳- یافته‌ها و بحث

نتایج تجزیه و تحلیل SWOT امکان‌شناسایی ۲۴ عامل حیاتی مؤثر بر احداث اکوکمپ گردشگری عشایری در استان کرمانشاه را فراهم کرد (جدول ۲). این عوامل محیط داخلی و خارجی احداث اکوکمپ گردشگری عشایری را تشکیل می‌دهند و می‌توان آنها را به چهار گروه قوت، ضعف، فرصت و تهدید تقسیم کرد.

جدول ۲. ماتریس تحلیل سوات در برای احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد

نقاط قوت (S)	نقاط ضعف (W)
S1: وجود تجربه‌های مقطعی و موردی موفق قبلی در زمینه نحوه پذیرش گردشگران	W1: ضعف مدیریتی و نبود برنامه مناسب جهت توسعه اکوکمپ
S2: حفظ و ترویج فرهنگ عشایری (سنت‌ها و سبک زندگی) بکر در حد قابل قبول	W2: عدم آشنایی و ناآگاهی عشایر با اکوکمپ و مزایای آن
S3: وجود نیروهای جوان در خانواده‌های عشایری مجهز به تکنولوژی‌های جدید (ابزارهای ارتباطی - اطلاعاتی)	W3: عدم تسلط عشایر به زبان‌های غیر از کردی (انگلیسی و...) جهت جذب و ارائه خدمات به گردشگران بین‌المللی
S4: وجود تقاضای بالای برای اکوکمپ به واسطه وجود علاقه و کنجکاوی در خصوص اکوکمپ‌های عشایری	W4: عدم آگاهی کافی از ارزش و جایگاه زندگی عشایری در بین گردشگران و شهرنشینان
S5: وجود جاذبه‌های طبیعی فراوان و تسلط و شناخت کافی عشایر نسبت به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری منطقه	W5: عدم وجود افراد آموزش دیده و ماهر جهت بازاریابی، جذب و توسعه اکوکمپ در بین عشایر
S6: وجود انسجام نسبی بین خانوارهای عشایری (وجود حس انسجام، تعهد و مسئولیت‌پذیری) نسبت به پذیرش گردشگران	W6: وجود ضعف در زیرساخت‌های مختلف بخصوص ارتباطی - اطلاعاتی
فرصت‌ها (O)	تهدیدها (T)
O1: رویکرد موافق ادارات ذیربط و ذی‌نفع و همچنین وجود کارشناسان آگاه، علاقه‌مند و پیگیر در زمینه توسعه اکوکمپ	T1: عدم فعالیت اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها (به‌طور کلی عدم توسعه نهادی و ساختاری در جوامع عشایری با گذر زمان)
O2: حمایت و ارائه تسهیلات از سوی دولت برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (وام‌های بلندمدت، معافیت‌های مالیاتی و...)	T2: تضعیف و تهاجم فرهنگ محلی و از بین رفتن پاره‌ای از آداب و رسوم به واسطه نبود مدیریت فرهنگی مناسب
O3: وجود جاذبه‌های گردشگری متنوع در سطح منطقه و امکان استفاده از سایر جاذبه‌های گردشگری منطقه در کنار هم	T3: عدم وجود مدیریت صحیح آلودگی منابع زیست محیطی و طبیعی (آب و هوا، زمین و...)
O4: مرزی بودن منطقه (همسایگی با کردستان عراق) و امکان جذب گردشگران بین‌المللی	T4: مدت زمان اقامت کم گردشگران اکوکمپ و نبود برنامه مدون برای افزایش طول اقامت گردشگران در منطقه
O5: نیاز و علاقه گردشگران به سفر و حضور در اکوکمپ‌ها و بهره بردن از دامن طبیعت و فضای سبز و همچنین فرهنگ جامعه محلی به‌منظور تمدد و آرامش اعصاب	T5: توزیع نامناسب حضور گردشگران در طول سال (فصلی بودن گردشگری)
O6: گستردگی شبکه دینفعان عشایری در سطح منطقه، ملی و بین‌المللی	T6: فقدان بسترهای لازم جهت نظارت ارگان‌های مربوطه در راستای اجرای اکوکمپ با حفظ اصول رویه مدیریت توسعه پایدار

منبع: یافته‌های پژوهش

همان‌طور که در جدول (۲) مشاهده می‌شود وجود جاذبه‌های طبیعی فراوان و تسلط و شناخت کافی عشایر نسبت به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری منطقه به‌عنوان یک نقطه قوت در منطقه می‌تواند موجب جذب گردشگران داخلی و خارجی و در نتیجه رونق و توسعه زندگی عشایری باشد. از طرفی، عدم آشنایی و ناآگاهی عشایر با اکوکمپ و مزایای آن، خود یکی از موانع اساسی توسعه این صنعت است؛ چراکه عدم اطلاع عشایر از اثرات مثبت گردشگری، مشارکت آنها در توسعه گردشگری را کاهش می‌دهد؛ درحالی‌که مشارکت این قشر به‌عنوان جامعه میزبان یکی از ملزومات اساسی در توسعه گردشگری است.

ارزیابی استراتژی‌های مختلف و انتخاب برترین الگوی راهبردی که در ادبیات برنامه‌ریزی استراتژیک، "انتخاب استراتژیک" نامیده می‌شود، در پژوهش حاضر با بهره‌گیری از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی انجام

پذیرفت. در جداول (۳) و (۴)، ضریب اهمیت، رتبه وضع موجود و امتیاز (حاصل ضرب ضریب اهمیت در رتبه وضع موجود) محیط داخلی و محیط خارجی مناطق نمونه گردشگری به لحاظ احداث اکوکمپ‌های گردشگری، درج شده است. یادآوری می‌گردد، ضرایب اهمیت از ۱ محاسبه شده است.

جدول ۳. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق

مستعد

آیتم	گویه	ضریب اهمیت	رتبه* (۱-۴)	امتیاز کل
نقاط قوت	S1: وجود تجربه‌های مقطعی و موردی موفق قبلی در زمینه نحوه پذیرش گردشگران	۰/۰۸۰	۳	۰/۲۴۰
	S2: حفظ و ترویج فرهنگ عشایری (سنت‌ها و سبک زندگی) بکر در حد قابل قبول	۰/۰۹۵	۴	۰/۳۸۰
	S3: وجود نیروهای جوان در خانواده‌های عشایری مجهز به تکنولوژی-های جدید (ابزارهای ارتباطی - اطلاعاتی)	۰/۰۸۵	۳	۰/۲۵۵
	S4: وجود تقاضای بالای برای اکوکمپ به واسطه وجود علاقه و کنجکاوی در خصوص اکوکمپ‌های عشایری	۰/۰۸۹	۴	۰/۳۵۶
	S5: وجود جاذبه‌های طبیعی فراوان و تسلط و شناخت کافی عشایر نسبت به ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های گردشگری منطقه	۰/۰۹۳	۴	۰/۳۷۲
	S6: وجود انسجام نسبی بین خانوارهای عشایری (وجود حس انسجام، تعهد و مسئولیت‌پذیری) نسبت به پذیرش گردشگران	۰/۰۸۷	۴	۰/۳۴۸
نقاط ضعف	W1: ضعف مدیریتی و نبود برنامه مناسب جهت توسعه اکوکمپ	۰/۰۸۴	۳	۰/۲۵۲
	W2: عدم آشنایی و ناآگاهی عشایر با اکوکمپ و مزایای آن	۰/۰۷۲	۲	۰/۱۴۴
	W3: عدم تسلط عشایر به زبان‌های غیر از کردی (انگلیسی و...) جهت جذب و ارائه خدمات به گردشگران بین‌المللی	۰/۰۷۷	۲	۰/۱۵۴
	W4: عدم آگاهی کافی از ارزش و جایگاه زندگی عشایری در بین گردشگران و شهرنشینان	۰/۰۷۴	۲	۰/۱۴۸
	W5: عدم وجود افراد آموزش دیده و ماهر جهت بازاریابی، جذب و توسعه اکوکمپ در بین عشایر	۰/۰۷۹	۲	۰/۱۵۸
	W6: وجود ضعف در زیرساخت‌های مختلف به‌خصوص ارتباطی-اطلاعاتی	۰/۰۸۵	۲	۰/۱۷۰
جمع		۱		۲/۹۷۷

* ۱- ضعف اساسی ۲- ضعف کم ۳- قوت نسبی ۴- قوت بالا

مأخذ. یافته‌های پژوهش

براساس ارزیابی محیط داخلی، مهم‌ترین قوت‌های که برای احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد با آن در ارتباط است عبارتند از "حفظ و ترویج فرهنگ عشایری (سنت‌ها و سبک زندگی) بکر در حد قابل قبول" با امتیاز کل ۰/۳۸۰، "وجود جاذبه‌های طبیعی فراوان و تسلط و شناخت کافی عشایر نسبت به ظرفیت‌ها و

پتانسیل‌های گردشگری منطقه " با امتیاز کل ۰/۳۷۲ و " وجود تقاضای بالا برای اکو کمپ به واسطه وجود علاقه و کنجکاوی در خصوص اکو کمپ‌های عشایری " با امتیاز کل ۰/۳۵۶، سایر نقاط در اولویت‌های بعدی قرار گرفتند. همچنین طبق نتایج "ضعف مدیریتی و نبود برنامه مناسب جهت توسعه اکو کمپ" با امتیاز کل ۰/۲۵۲، "ضعف در زیرساخت‌های مختلف به خصوص ارتباطی-اطلاعاتی" با امتیاز کل ۰/۱۷۰ و "عدم وجود افراد آموزش دیده و ماهر جهت بازاریابی، جذب و توسعه اکو کمپ در بین عشایر" با امتیاز کل ۰/۱۵۸ به عنوان مهم‌ترین نقاط ضعف مطرح شد.

در این راستا مرور مبانی نظری مربوط به چالش‌های توسعه گردشگری حاکی از آن است که کمبود و نارسایی خدمات زیربنایی و کمبود مدیران متخصص در امر گردشگری عشایری از جمله چالش‌های مطرح در این زمینه می‌باشد که در این پژوهش نیز به آن اشاره شد. از طرفی انصاری (۱۳۹۷) معتقد است عدم وجود مراکز اقامتی مناسب در نزدیکی مناطق عشایری یکی دیگر از چالش‌های مهم در زمینه توسعه گردشگری عشایر می‌باشد. حال آنکه طبق نتایج این پژوهش، وجود تقاضای بالای برای اکو کمپ به واسطه وجود علاقه و کنجکاوی در خصوص اکو کمپ‌های عشایری یکی از نقاط قوت منطقه مورد مطالعه می‌باشد؛ بنابراین باید از این نقطه قوت برای غلبه بر چالش‌های موجود استفاده نمود تا به توان از مزایای گردشگری عشایری حداکثر استفاده را برد.

از طرفی، متوسط امتیاز عوامل داخلی، ۲/۹۷۷ محاسبه شد که بیشتر از ۲/۵ بوده است. این بدان معناست که در این منطقه، برای احداث اکو کمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد، نقاط قوت بر نقاط ضعف غالب شده‌اند. مطالعه کریم‌پور ریحان و شریف‌جاهد (۱۳۹۶) نیز نشان داد که در زمینه عوامل داخلی بخش گردشگری کویر شهداد نقاط قوت بر نقاط ضعف غالب است. قنبری و همکاران (۱۳۹۳) نیز در مطالعه خود عدم وجود برنامه‌ریزی برای سرمایه‌گذاری هدفمند در بخش گردشگری، عدم آگاهی عشایر نسبت به مزیت‌های گردشگری و پذیرش آن و نبود نیروی متخصص بومی در امر گردشگری عشایری را از نقاط ضعف توسعه گردشگری عنوان کردند که در پژوهش حاضر نیز به این نقاط ضعف اشاره شد.

با توجه به غلبه نقاط قوت بر ضعف می‌توان اینگونه استنباط کرد که جوامع عشایری می‌توانند از طریق توسعه گردشگری و احداث اکو کمپ‌های گردشگری در منطقه فعالیت خود، به سرمایه‌های متنوع و نقاط قوتی که دارند تکیه کنند. با این حال، بدون توسعه گردشگری، برخی از این سرمایه‌ها ممکن است نادیده گرفته شوند (مثلاً تولید صنایع دستی، موسیقی، آیین‌ها و آداب و رسوم) یا تضعیف شوند (مانند سرمایه اجتماعی). علاوه بر این، برخی از سرمایه‌ها ممکن است عملکرد انحصاری داشته باشند. به عنوان مثال، عشایر تنها می‌توانند از مراتع برای چرای دام، چادر برای اسکان و صنایع دستی یا لبنیات برای مصرف محلی استفاده کنند. با این حال، گردشگری کارکردهای جدید یا جایگزینی به فعالیت‌های مختلف عشایری می‌دهد. به عنوان مثال، مراتع می‌توانند به عنوان جاذبه‌های گردشگری طبیعی عمل کنند (حتی اگر در شرایط نامناسبی باشند و نتوانند یونجه برای دام‌ها تهیه کنند) و لباس‌ها، ظروف سیاه یا غذا می‌توانند به جاذبه‌های فرهنگی تبدیل شوند. در این میان توسعه گردشگری برای برخی از سرمایه‌ها ارزش افزوده ایجاد می‌کند. به عنوان مثال، عشایر ممکن است تشویق شوند به جای خام فروشی با قیمت پایین، به بافتن، رنگرزی و ساخت صنایع دستی از پشم گوسفند یا موی بز تشویق شوند. توسعه محصولات

گردشگری برای عشایر پرهزینه نیست زیرا جامعه عشایری با نقاط قوتی که دارند، می‌توانند با سرمایه‌های موجود خود آن را تولید کنند.

ماتریس ارزیابی عوامل خارجی مرتبط با احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد در جدول (۴) نمایش داده شده است.

جدول ۴. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در

مناطق مستعد

آیتم	گویه	ضریب اهمیت	رتبه* (۱-)	امتیاز کل
فرصت‌ها	O1: رویکرد موافق ادارات ذیربط و ذی‌نفع و همچنین وجود کارشناسان آگاه، علاقه‌مند و پیگیر در زمینه توسعه اکوکمپ	۰/۰۸۹	۳	۰/۲۶۷
	O2: حمایت و ارائه تسهیلات از سوی دولت برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (وام‌های بلندمدت، معافیت‌های مالیاتی و...)	۰/۰۹۰	۴	۰/۳۶۰
	O3: وجود جاذبه‌های گردشگری متنوع در سطح منطقه و امکان استفاده از سایر جاذبه‌های گردشگری منطقه در کنارهم	۰/۰۹۳	۴	۰/۳۷۲
	O4: مرزی بودن منطقه (همسایگی با کردستان عراق) و امکان جذب گردشگران بین‌المللی	۰/۰۸۴	۳	۰/۲۵۲
	O5: نیاز و علاقه گردشگران به سفر و حضور در اکوکمپ‌ها و بهره بردن از دامن طبیعت و فضای سبز و همچنین فرهنگ جامعه محلی به‌منظور تمدد و آرامش اعصاب	۰/۰۸۷	۴	۰/۳۴۸
	O6: گستردگی شبکه ذینفعان عشایری در سطح منطقه، ملی و بین‌المللی	۰/۰۷۵	۲	۰/۱۵۰
تهدیدها	T1: عدم فعالیت اتحادیه‌ها و تعاونی‌ها (به‌طور کلی عدم توسعه نهادی و ساختاری در جوامع عشایری با گذر زمان)	۰/۰۷۱	۲	۰/۱۴۲
	T2: تضعیف و تهاجم فرهنگ محلی و از بین رفتن پاره‌ای از آداب و رسوم به واسطه نبود مدیریت فرهنگی مناسب	۰/۰۸۹	۳	۰/۲۶۷
	T3: عدم وجود مدیریت صحیح آلودگی منابع زیست محیطی و طبیعی (آب و هوا، زمین و...)	۰/۰۷۴	۲	۰/۱۴۸
	T4: مدت زمان اقامت کم گردشگران اکوکمپ و نبود برنامه مدون برای افزایش طول اقامت گردشگران در منطقه	۰/۰۸۶	۲	۰/۱۷۲
	T5: توزیع نامناسب حضور گردشگران در طول سال (فصلی بودن گردشگری)	۰/۰۸۴	۲	۰/۱۶۸
	T6: فقدان بسترهای لازم جهت نظارت ارگان‌های مربوطه در راستای اجرای اکوکمپ با حفظ اصول رویه مدیریت توسعه پایدار	۰/۰۷۸	۲	۰/۱۵۶
جمع		۱		۲/۸۰۲

* ۱- تهدید اساسی ۲- تهدید کم ۳- فرصت کم ۴- قوت اساسی

منبع: یافته‌های پژوهش

یافته‌های مندرج در ماتریس ارزیابی عوامل خارجی (جدول ۴)، گویای آن است که "وجود جاذبه‌های گردشگری متنوع در سطح منطقه و امکان استفاده از سایر جاذبه‌های گردشگری منطقه در کنارهم"، با امتیاز کل

۰/۳۷۲، "حمایت و ارائه تسهیلات از سوی دولت برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی (وام‌های بلندمدت، معافیت‌های مالیاتی و...) با امتیاز کل ۰/۳۶۰ و "مرزی بودن منطقه (همسایگی با کردستان عراق) و امکان جذب گردشگران بین‌المللی" با امتیاز کل ۰/۳۴۸ به ترتیب بیشترین امتیاز کل را به خود اختصاص دادند که از فرصت‌های استثنایی بوده‌اند که احداث اکو کمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد می‌توان از آنها بهره گرفت. همان گونه که مرور مبانی نظری نشان داد طبق نظر باتلر (۱۹۸۰)، ایران از سال ۱۹۶۷ تا ۱۹۷۷ عملکرد خوبی در زمینه گردشگری داشته است اما بعد از آن دچار یک رکود و زوال شد. نتایج پژوهش نشان داد ادارات ذی‌ربط به دنبال توسعه گردشگری در ابعاد مختلف و قوت گرفتن دوباره گردشگری در ایران هستند. به همین منظور تسهیلات مختلفی همچون وام‌های بلندمدت، معافیت‌های مالیاتی و... را در نظر گرفته‌اند. این فرصت‌های ویژه در کنار جاذبه‌های گردشگری فراوان در استان کرمانشاه می‌تواند سبب قوت گرفتن دوباره توسعه گردشگری بخصوص گردشگری عشایری در ایران باشد.

بر اساس نتایج پژوهش، "تضعیف و تهاجم فرهنگ محلی و از بین رفتن پاره‌ای از آداب و رسوم به واسطه نبود مدیریت فرهنگی مناسب" با امتیاز کل ۰/۲۶۷، "مدت زمان اقامت کم گردشگران اکو کمپ و نبود برنامه مدون برای افزایش طول اقامت گردشگران در منطقه" با امتیاز کل ۰/۱۷۲ و "توزیع نامناسب حضور گردشگران در طول سال (فصلی بودن گردشگری)" با امتیاز کل ۰/۱۶۸ به عنوان مهم‌ترین تهدیدها شناسایی شد.

در این راستا مرور مبانی نظری نیز حاکی از آن بود که توسعه گردشگری دارای اثرات منفی بر فرهنگ جامعه میزبان، تهاجم فرهنگی و تخریب مبانی اعتقادی و ارزشی می‌شود. اما باید توجه داشت که مضرات احتمالی نباید مانع توسعه گردشگری عشایری و فرهنگی گردد؛ بلکه آموزش، کنترل، نظارت و محافظت هم برای جامعه میزبان و هم جامعه مهمان، می‌تواند این نوع گردشگری را پایدار سازد. طبق نتایج این پژوهش نیز، مهم‌ترین تهدیدهای احداث و توسعه اکو کمپ گردشگری عشایری مشکلات فرهنگی است که بر اثر تلاقی دو فرهنگ جامعه میزبان و مهمان به وجود می‌آید و سبب تغییر الگوهای فرهنگ بومی می‌شود. از اینرو، در مطالعه آثار و تبعات فرهنگی منفی گردشگری، باید به فرهنگ‌زدایی و تأثیر فرهنگی منفی گردشگران بر مردم بومی توجه داشت.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، متوسط امتیاز عوامل خارجی مربوط به احداث اکو کمپ‌های گردشگری عشایری ۲/۸۰۲ محاسبه گردید که بیشتر از ۲/۵ بوده است. این بدان معناست که این منطقه از حیث عوامل خارجی، برای احداث اکو کمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد با فرصت‌های مناسبی مواجه است. مطالعه کریمپور ریحان و شریف‌جاهد (۱۳۹۶) نیز نشان داد که در زمینه عوامل خارجی بخش گردشگری کویر شهداد فرصت‌ها بر تهدیدها غالب است. همچنین طبق نتایج، در کویر شهداد فرصت‌هایی همچون افزایش اوقات فراغت و میل به سفر، مشوق‌های مالی و وام‌های بلندمدت برای توسعه گردشگری عشایری وجود دارد، که این مطالعه نتایج مطالعه حاضر را تأیید می‌کند.

ماتریس عوامل داخلی و خارجی به منظور تبیین الگوی راهبردی برای توسعه گردشگری اکو کمپ گردشگری عشایری در جدول (۵) نمایش داده شده است.

جدول ۵. ماتریس عوامل داخلی و خارجی به منظور تعیین جایگاه استراتژیک برای احداث اکوکمپ‌های گردشگری

عشایری در مناطق مستعد

نمره نهایی ارزیابی عوامل داخلی (IFE)		نمره نهایی ارزیابی عوامل خارجی (EFE)
۲/۵	۴	
۱	WO	SO
		۲/۹۷۷
		۲/۸۰۲
	WT	۲/۵
	ST	۱

منبع: یافته‌های پژوهش

با استناد به ماتریس مذکور، الگوی تهاجمی (SO) برای احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد، نسبت به سایر الگوهای راهبردی از اولویت بالاتری برخوردار است. بنابراین براساس نقاط قوت و فرصت‌های موجود، می‌توان برای احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری در مناطق مستعد حداکثر بهره‌برداری را نمود. به عبارت دیگر اگر احداث اکوکمپ‌های گردشگری عشایری به‌خواهد حرکت خود را به سمت یک مدیریت و برنامه‌ریزی استراتژی آغاز کند، پیاده‌سازی استراتژی‌های گروه SO یا همان استراتژی‌ها تهاجمی، باید در اولویت قرار گیرند. این یافته همراستا با نتایج مطالعه شهدادی و همکاران (۱۳۹۷) می‌باشد، چراکه آنان در مطالعه خود به این نتیجه رسیدند که برای توسعه بوم‌گردی در دهستان وردشت شهرستان سمیرم، استراتژی تهاجمی دارای برتری نسبی در مقایسه با سایر استراتژی‌های چهارگانه است.

ماتریس IE نشان داد که استراتژی تهاجمی در اولویت اول قرار دارد. اکنون در جدول (۶) پاسخ به این پرسش داده می‌شود که استراتژی‌های گروه تهاجمی (SO) کدام‌اند؟

جدول ۶. استراتژی‌ها و دلایل علی‌تدوین آنها (تدوین راهبردها)

گروه	استراتژی	دلایل انتخاب استراتژی
استراتژی‌های تهاجمی - توسعه‌ای (SO)	SO۱: معرفی حمایت‌ها و تسهیلات و مشوق‌های مالی از سوی دولت به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و تشویق و ترغیب آنان جهت توسعه گردشگری اکوکمپ با تأکید بر حفظ و ترویج فرهنگ گردشگری عشایری	O3: O2: O1 S3: S2
	SO۲: توسعه بازاریابی اکوکمپ در سطح منطقه، ملی و بین‌المللی با تأکید بر معرفی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های فرهنگی و طبیعی و... از طریق فضای مجازی	O6: O5: O4: O3 S6: S5: S4: S3: S2
	SO۳: بهره‌گیری از شبکه ذینفعان عشایری در سطح منطقه، ملی و بین‌المللی به منظور معرفی و توسعه گردشگری اکوکمپ	O6: O3: O2: O5: O4: O1 S6: S5: S4: S2: S1
	SO۴: توسعه مهارت‌های بازاریابی عشایر از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی مناسب	O6: O5: O4: O3: O1 S6: S5: S4: S3: S2

گروه	استراتژی	دلایل انتخاب استراتژی
	SO5: تقویت و توسعه زیرساخت‌ها و تأسیسات و تجهیزات خدماتی در محل	06: 05:04 : 03: 02: 01
	احداث اکو کمپ‌ها	S3

منبع: یافته‌های پژوهش

در ادامه بر اساس استراتژی تهاجمی که در اولویت اول قرار دارد، با استفاده از ماتریس برنامه‌ریزی استراتژی کمی (QSPM) به اولویت‌بندی استراتژی‌های گروه تهاجمی پرداخته می‌شود (جدول ۷).

جدول ۷. ماتریس برنامه‌ریزی استراتژی کمی (QSPM)

استراتژی‌های گروه تهاجمی - توسعه‌ای (SO)

عوامل تعیین کننده موفقیت	وزن	استراتژی اول (SO1)		استراتژی دوم (SO2)		استراتژی سوم (SO3)		استراتژی چهارم (SO4)		استراتژی پنجم (SO5)	
		نقطه قوت	نقطه ضعف	نقطه قوت	نقطه ضعف	نقطه قوت	نقطه ضعف	نقطه قوت	نقطه ضعف	نقطه قوت	نقطه ضعف
نقاط قوت											
S1	۰/۰۸۰	۳	۰/۲۴۰	۲	۰/۱۶۰	۳	۰/۲۴۰	۳	۰/۲۴۰	۱	۰/۰۸۰
S2	۰/۰۹۵	۴	۰/۳۸۰	۴	۰/۳۸۰	۴	۰/۳۸۰	۴	۰/۳۸۰	۱	۰/۰۹۵
S3	۰/۰۸۵	۴	۰/۳۴۰	۴	۰/۳۴۰	۴	۰/۳۴۰	۴	۰/۳۴۰	۲	۰/۱۷۰
S4	۰/۰۸۹	۴	۰/۲۵۶	۴	۰/۳۵۶	۲	۰/۱۷۸	۳	۰/۲۶۷	۳	۰/۲۶۷
S5	۰/۰۹۳	۴	۰/۳۷۲	۴	۰/۳۷۲	۴	۰/۳۷۲	۳	۰/۲۷۹	۴	۰/۳۷۲
S6	۰/۰۸۷	۳	۰/۲۶۱	۴	۰/۳۴۸	۴	۰/۳۴۸	۳	۰/۲۶۱	۲	۰/۱۷۴
نقاط ضعف											
W1	۰/۰۸۴	۲	۰/۱۶۸	۳	۰/۲۵۲	۲	۰/۱۶۸	۲	۰/۱۶۸	۳	۰/۲۵۲
W2	۰/۰۷۲	۳	۰/۲۱۶	۳	۰/۲۱۶	۳	۰/۲۱۶	۴	۰/۲۸۸	۱	۰/۰۷۲
W3	۰/۰۷۷	۱	۰/۰۷۷	۴	۰/۳۰۸	۲	۰/۱۵۴	۳	۰/۲۳۱	۱	۰/۰۷۷
W4	۰/۰۷۴	۲	۰/۱۴۸	۳	۰/۲۲۲	۲	۰/۱۴۸	۳	۰/۲۲۲	۱	۰/۰۷۴
W5	۰/۰۷۹	۲	۰/۱۵۸	۴	۰/۳۱۶	۳	۰/۲۳۷	۴	۰/۳۱۶	۲	۰/۱۵۸
W6	۰/۰۸۵	۲	۰/۱۷۰	۲	۰/۱۷۰	۲	۰/۱۷۰	۳	۰/۲۵۵	۴	۰/۳۴
فرصت‌ها											
O1	۰/۰۸۹	۴	۰/۳۵۶	۳	۰/۲۶۷	۳	۰/۲۶۷	۳	۰/۲۶۷	۴	۰/۳۵۶
O2	۰/۰۹۰	۴	۰/۳۶۰	۳	۰/۲۷۰	۲	۰/۱۸۰	۱	۰/۰۹۰	۴	۰/۳۶۰
O3	۰/۰۹۳	۴	۰/۳۷۲	۴	۰/۳۷۲	۳	۰/۲۷۹	۱	۰/۰۹۳	۴	۰/۳۷۲
O4	۰/۰۸۴	۴	۰/۳۳۶	۴	۰/۳۳۶	۳	۰/۲۵۲	۱	۰/۰۸۴	۴	۰/۳۳۶
O5	۰/۰۸۷	۳	۰/۲۶۱	۴	۰/۳۴۸	۳	۰/۲۶۱	۲	۰/۱۷۴	۴	۰/۳۴۸
O6	۰/۰۷۵	۳	۰/۲۲۵	۴	۰/۳۰۰	۳	۰/۲۲۵	۲	۰/۱۵۰	۲	۰/۱۵۰
تهدیدها											
T1	۰/۰۷۱	۱	۰/۰۷۱	۳	۰/۲۱۳	۴	۰/۲۸۴	۲	۰/۱۴۲	۳	۰/۲۱۳

۰/۰۸۹	۱	۰/۰۸۹	۱	۰/۱۷۸	۲	۰/۲۶۷	۳	۰/۱۷۸	۲	۰/۰۸۹	T۲
۰/۱۴۸	۲	۰/۱۴۸	۲	۰/۲۲۲	۳	۰/۱۴۸	۲	۰/۱۴۸	۲	۰/۰۷۴	T۳
۰/۱۷۲	۲	۰/۱۷۲	۲	۰/۲۵۸	۳	۰/۳۴۴	۴	۰/۲۵۸	۳	۰/۰۸۶	T۴
۰/۱۶۸	۲	۰/۱۶۸	۲	۰/۲۵۲	۳	۰/۳۳۶	۴	۰/۲۵۲	۳	۰/۰۸۴	T۵
۰/۲۳۴	۳	۰/۱۵۶	۲	۰/۲۳۴	۳	۰/۳۱۲	۴	۰/۱۵۶	۲	۰/۰۷۸	T۶
۵/۰۷۷		۴/۹۸۰		۵/۸۴۳		۶/۹۵۳		۵/۸۵۹		۲	جمع

منبع: یافته‌های پژوهش

ماتریس برنامه استراتژیک کمی، جدول (۷) نشان می‌دهد که از پنج استراتژی گروه (SO)، ابتدا اولویت با استراتژی "توسعه بازاریابی اکوکمپ در سطح منطقه، ملی و بین‌المللی با تأکید بر معرفی ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های فرهنگی و طبیعی و... از طریق فضای مجازی" (با مجموع ضریب اهمیت، ۶/۹۵۳)، می‌باشد. استراتژی "معرفی حمایت‌ها و تسهیلات و مشوق‌های مالی از سوی دولت به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی و تشویق و ترغیب آنان جهت توسعه گردشگری اکوکمپ با تأکید بر حفظ و ترویج فرهنگ گردشگری عشایری" (با مجموع ضریب اهمیت، ۵/۸۵۹)، استراتژی "بهره‌گیری از شبکه ذینفعان عشایری در سطح منطقه، ملی و بین‌المللی به منظور معرفی و توسعه گردشگری اکوکمپ" (با مجموع ضریب اهمیت، ۵/۸۴۳)، استراتژی "تقویت و توسعه زیرساخت‌ها، تأسیسات و تجهیزات خدماتی در محل احداث اکوکمپ‌ها" (با مجموع ضریب اهمیت، ۵/۰۷۷)، استراتژی "توسعه مهارت‌های بازاریابی عشایر از طریق برگزاری کارگاه‌های آموزشی مناسب" (با مجموع ضریب اهمیت، ۴/۹۸۰)، به ترتیب در اولویت‌های دوم تا پنجم قرار می‌گیرند. نتایج این بخش از پژوهش با مطالعه مقصودی و همکاران (۱۳۹۱) همراستا می‌باشد؛ چراکه ایشان نیز در مطالعه خود جهت توسعه گردشگری راهبردهایی همچون ارائه تبلیغات گسترده، ارتقا شبکه حمل و نقل منطقه و تربیت نیروی متخصص با بهره‌گیری از مراکز آموزشی را ارائه کردند.

به‌طور کلی می‌توان گفت توسعه گردشگری عشایری از طریق راهبردهای مطرح شده جهت احداث اکوکمپ گردشگری عشایری می‌تواند توسعه اقتصادی، اجتماعی، انسانی و فرهنگی جوامع عشایری را به دنبال داشته باشد؛ از طرفی ارتباط متقابل بین انواع توسعه وجود دارد. به‌عنوان مثال فرهنگ‌سازی و شناخت ارزش فرهنگ عشایری و نیز تلاش برای احیای آن موجب تقویت سرمایه فرهنگی می‌شود. این سرمایه فرهنگی به نوبه خود به‌عنوان یک جاذبه گردشگری به بهبود سرمایه اقتصادی کمک می‌کند؛ در نتیجه درآمد و اشتغال حاصل از استفاده از سرمایه فرهنگی، جامعه عشایری انگیزه حفظ و احیای این سرمایه را پیدا می‌کنند. همچنین، تقویت سرمایه اقتصادی از طریق توسعه گردشگری باعث بهبود سرمایه فیزیکی (به‌عنوان مثال، زیرساخت‌های گردشگری بیشتر و امکانات آموزشی بهتر) می‌شود. در نهایت مجموعه این عوامل سبب کاهش مهاجرت آنان به مناطق شهری و روستایی خواهد شد. به گفته باکلی و همکاران^۱ (۲۰۲۰) مهاجرت به دلیل یک سری فرآیندهای بازخوردی اتفاق می‌افتد، اما توسعه گردشگری مجموعه‌ای از بازخوردهای مثبت ایجاد می‌کند که می‌تواند اقتصاد محلی را احیا کند. گردشگری با ایجاد شغل و تنوع بخشیدن به منابع درآمدی، وابستگی جوامع عشایری به دامپروری را کاهش می‌دهد.

دهد. اگرچه دامداری عنصر اصلی امرار معاش است، اما اتکای تنها می‌تواند جامعه را در برابر تنش‌هایی مانند خشکسالی آسیب‌پذیرتر کند.

۴- نتیجه‌گیری

این مطالعه با هدف برنامه‌ریزی راهبردی جهت احداث اکوکمپ‌های عشایری در استان کرمانشاه با استفاده از تکنیک SWOT و QSPM انجام شد. در نهایت بر اساس، نتایج به‌دست آمده و رتبه‌بندی نهایی، پنج اولویت بندی استراتژی استخراج شد و با توجه به اولویت‌بندی فوق‌اقداماتی جهت اجرایی شدن هر یک از راهبردها در نظر گرفته می‌شود که لازم است سازمان‌های متولی و سیاستگذاران به آنها توجه داشته باشند. توجه به این نکته لازم است که توسعه گردشگری عشایری می‌تواند به‌عنوان یک معیشت مکمل عمل کند و اگر تغییرات غیرمنتظره بر فعالیت معیشتی عشایر تأثیر بگذارد، می‌تواند تا حدی خسارت را جبران کند و به معیشت آنان فرصتی برای بهبودی بدهد. به عبارت دیگر موجب افزایش سازگاری و تاب‌آوری آنان می‌شود. این ویژگی "افزایش عملکردی" نامیده می‌شود. افزایش عملکردی به معنای وجود اجزایی در یک سیستم است که عملکردهای مشابه یا همپوشانی دارند. به این ترتیب، حتی اگر برخی از بخش‌های سیستم تغییرات منفی نشان دهند، سیستم مورد نظر ممکن است بتواند زنده بماند. عدم آشنایی و ناآگاهی عشایر با اکوکمپ و مزایای آن نشان می‌دهد که آنها از ظرفیت‌های گردشگری برای امرار معاش خود آگاه نیستند و گردشگری در حال حاضر سهمی از درآمد خانوارها را به خود اختصاص نمی‌دهد. لذا باید سیاستگذاران و دولتمردان این مهم را مورد توجه قرار دهند و در جهت افزایش آگاهی عمومی جامعه عشایری و توسعه هر چه بیشتر گردشگری عشایری تلاش نمایند. سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان با در نظر گرفتن نقش گردشگری به‌عنوان یک گزینه معیشتی در ارتقای تاب‌آوری معیشتی عشایری باید تلاش کنند تا موانع توسعه پایدار گردشگری عشایری را کاهش دهند.

توصیه می‌شود که سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان گردشگری از اجرای یک مدل توسعه مناسب گردشگری مبتنی بر جامعه^۱ (CBT) برای جوامع عشایری حمایت کنند تا گردشگری بتواند سرمایه‌های معیشتی را تقویت کند و منجر به توزیع متعادل منافع بلندمدت در جوامع شود. بنابراین، نیاز به آموزش و بکارگیری تسهیلگران (به‌طور ایده آل اعضای جوامع محلی) برای هموار کردن راه برای مشارکت خودجوش جامعه در احداث اکوکمپ گردشگری و در نتیجه توسعه گردشگری عشایری وجود دارد. اعضای جامعه باید مزایا و اثرات نامطلوب توسعه گردشگری عشایری را به‌وضوح و واقع‌بینانه درک کنند. تسهیلگران باید دلایل عدم تمایل احتمالی جامعه به مشارکت را شناسایی نمایند. در نهایت این افراد جامعه هستند که باید در مورد توسعه گردشگری تصمیم بگیرند. تسهیلگران باید به اعضای جامعه کمک کنند تا در توسعه گردشگری مشارکت کنند تا از مزایای اقتصادی آن بهره‌مند شوند و برای تصمیم‌گیری و اجرا توانمند شوند. به عبارت دیگر، جوامع باید دانش و مهارت‌های لازم را برای کنترل منابع خود کسب کنند. برخی از اعضای جامعه باید به‌عنوان راهنمای محلی آموزش ببینند. برخی باید در مورد طراحی بسته‌های تور عشایری، قیمت‌گذاری و بازاریابی بیاموزند. علاوه بر این، گردشگرانی که به سبک زندگی

عشایری احترام می‌گذارند باید هدف قرار گیرند. این مطالعه با نگاهی به جوامع عشایری با ویژگی‌های منحصر به فرد که توسط مدرن‌سازی به حاشیه رانده شده‌اند، مفهوم توسعه گردشگری عشایری را از طریق ایجاد اکو کمپ‌های گردشگری گسترش می‌دهد.

مطالعه حاضر با کشف اینکه چه نقاط ضعف، قوت، تهدیدها و فرصت‌هایی برای احداث و توسعه اکو کمپ‌های گردشگری عشایری وجود دارد، به بدنه روبه رشد ادبیات توسعه گردشگری کمک می‌کند. تحقیقات آینده ممکن است شامل سایر جوامع عشایری برای تحلیل وضعیت موجود جهت توسعه گردشگری عشایری باشد. از آنجایی که گردشگری فعالیتی نوظهور در جوامع عشایری ایران است، می‌توان با بررسی‌های طولی، نقش گردشگری را در معیشت این جوامع در طول زمان مشخص کرد. آنچه بر اساس یافته‌های این تحقیق می‌توان استنباط کرد اینکه همانند دیگر بخش‌های کشور، اقتصاد جامعه عشایری نیز وابسته به دولت و اقتصاد و سیاست‌های دولتی است؛ چنانچه بازار و حمایت دولتی در قالب تسهیلات دو راهبرد مهم به دست آمده می‌باشد. در این راستا دولت دو رویکرد را می‌تواند برای توسعه جامعه عشایری و به خصوص گردشگری که عملکردی چندگانه دارد، در پیش بگیرد. رویکرد اول به دست گرفتن تمام امور و سپردن بخش گردشگری عشایری به دو سازمان متولی گردشگری عشایر (اداره کل امور عشایری و اداره کل میراث فرهنگی گردشگری و صنایع دستی) و تشکیل اتاق مشترک گردشگری عشایر به منظور برنامه‌ریزی و توسعه این مهم در جامعه عشایری. رویکرد دوم که رویکردی بهینه و جهان شمول و تجربه شده در سایر کشورها در بخش توریسم است، شامل تغییر و اصلاح در قانون با هدف کاهش دخالت دولت در امور گردشگری، واگذاری این بخش به بخش تخصصی خصوصی و پرداختن به تسهیلگری از طریق اصلاح رویه‌ها، سیاست‌ها و قوانین و از سویی پستوانه‌سازی سیاسی و فرهنگی در قالب تقویت روابط داخلی با مردم و نهادها و بخش اقتصاد خصوصی و از سوی دیگر تقویت روابط خارجی با اقتصاد منطقه‌ای و بین‌المللی به منظور حمایت از فعالیت‌های بخش خصوصی و در لوای این اقدام بکارگیری پتانسل‌های جوامع بومی محلی در چرخه اقتصاد مشارکتی می‌باشد. در کنار این اقدام با رویکردهای مشارکتی مانند ارزیابی سریع روستایی (RRA) یا اقدام پژوهی نیز می‌توانند ظرفیت لازم را برای جوامع برای پذیرش تغییر و حضور مؤثر در فعالیت‌های اقتصادی که کمتر وابسته با منابع پایه باشد ایجاد کنند.

تقدیر و تشکر

این تحقیق با حمایت مالی اداره کل امور عشایری استان کرمانشاه و سازمان برنامه و بودجه استان انجام شده است. محققان از حمایت‌های ایشان و همچنین از کارشناسان این دو سازمان و کارشناسان اداره کل میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری استان کرمانشاه و عشایر محترمی که در انجام تحقیق همکاری داشته‌اند، تشکر می‌نمایند.

فهرست منابع

- اکبری‌ارونیزی، سعیدرضا (۱۳۹۵). «سنجش پایداری گردشگری در روستاهای هدف گردشگری (مورد مطالعه: شهرستان سپیدان)». پژوهش‌های روستائی، دوره ۷، شماره ۱، ص ۱۶۷-۱۹۳.
- انصاری، وحید (۱۳۹۷). «بررسی نقش بوم‌گردی عشایری بر معیشت پایدار بهره‌برداران مراتع با نگاهی به فرصت‌ها و تهدیدها (مطالعه موردی: عشایر منطقه لار البرز مرکزی)». رساله جهت دریافت درجه دکتری در رشته مرتع‌داری، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری.
- انصاری، وحید، حیدری، قدرت‌اله، مجاوریان، سیدمجتبی و شفق، رستگار (۱۳۹۸). «اثر توسعه گردشگری عشایری بر شاخص‌های معیشت پایدار مرتع‌داران (مطالعه موردی: مناطق عشایری لار، البرز مرکزی)». نشریه علمی پژوهشی مرتع، دوره ۱۳، شماره ۲، ص ۲۹۴-۳۰۵.
- پاپ‌زن، عبدالحمید و افشارزاده، نشمیل (۱۳۹۴). «بررسی میانگین وزن لاشه دام‌های سبک عشایر استان کرمانشاه به منظور ارائه راهکارهای افزایش عملکرد». طرح پژوهشی، سال ۱۳۹۵.
- پورمحمدی، نصرالله املشی و زیلاب‌پور، بابک (۱۳۹۳). «دریچه‌ای به تاریخ اجتماعی طایفه دره شوری قشقای در دوره صفویه (بر مبنای اسناد)». فصلنامه گنجینه اسناد، دوره ۲۰، شماره ۳، ص ۶-۲۷.
- تقوایی، مسعود، تقی‌زاده، محمدمهدی و کیومرثی، حسین (۱۳۹۰). «مکان‌یابی دهکده‌های گردشگری با استفاده از سیستم اطلاعات جغرافیایی و مدل SWOT (نمونه موردی: ساحل دریاچه کافترا)». مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی، سال ۲۲، شماره پیاپی ۴۲، شماره ۲، ص ۹۹-۱۲۰.
- خسروی، احسان و کرمان، فرانک (۱۳۹۷). «تدوین راهبردهای توسعه گردشگری منطقه‌های و جذب سرمایه‌گذار در استان کرمانشاه با استفاده از تکنیک SWOT». همایش ملی توسعه پایدار استان کرمانشاه: فرصت‌ها، چالش‌ها و چشم‌انداز، ۱۹ آذر ۱۳۹۷، کرمانشاه، دانشگاه رازی. ۴۲۹-۴۴۵.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا، ایمانی‌طیبی، لیلا و فرهادی یونکی، مجید (۱۳۹۹). «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری (مورد مطالعه: عشایر قشقای)». پژوهش‌های روستائی، دوره ۱۱، شماره ۴، ص ۷۱۲-۷۲۷.
- رکن‌الدین افتخاری، عبدالرضا؛ ایمانی‌طیبی، لیلا و فرهادی یونکی، مجید (۱۳۹۹). «عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تجربه محور در مناطق عشایری (مورد مطالعه: عشایر قشقای)». پژوهش‌های روستائی، دوره ۱۱، شماره ۴، ص ۷۱۲-۷۲۷.
- شهدادی، علی، قنبری، یوسف، سلمانی‌زاده، الهام و آذره، علی (۱۳۹۸). «امکان‌سنجی و مکان‌یابی مناطق مستعد احداث اکو کمپ‌های عشایری (مطالعه موردی: دهستان وردشت شهرستان سمیرم)». فصلنامه علمی- پژوهشی جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، دوره ۹، شماره ۳، ص ۲۹۴-۳۰۶.
- ضیائی، محمود، فقیهی، ابولحسن، طهماسبی، اصغر و نعمتی، ولی (۱۴۰۰). «طراحی الگوی مدیریت توسعه گردشگری عشایری با استفاده از رویکرد مدل‌سازی ساختاری-تفسیری». پژوهش‌های مدیریت عمومی، دوره ۱۴، شماره ۵۳، ص ۵-۲۷.

- غضنفرپور، حسین، کمانداری، محسن و مصطفی پور، نصرت (۱۳۹۳). **جغرافیای گردشگری با تأکید بر گردشگری شهری**. چاپ اول، تهران، نشر نور علم.
- قنبری، سیروس، رضایی، سمیه و منصوره دانشور، محمدرضا (۱۳۹۳). «**بررسی عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری عشایری با استفاده از تکنیک SWOT (مطالعه موردی: ایل بختیاری)**». فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری، دوره ۳، شماره ۱۰، ص ۱۰۵-۱۱۹.
- کریمپورریحان، مجید و شریف جاهد، شهرزاد (۱۳۹۶). «**مدیریت و برنامه ریزی راهبردی توسعه پایدار گردشگری استان کرمان با تأکید بر گردشگری کویر شهداد**». فصلنامه جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)، دوره ۷، شماره ۴، ص ۷-۱۸.
- لطفی، حیدر، یوسفی باصری، علی محمد و موسوی، سیدرضا (۱۳۹۰). **عشایر، توسعه و گردشگری**. تهران، سازمان جغرافیایی نیروهای مسلح.
- مقصودی، مهران، شمسی پور، علی اکبر، نوربخش، سیده فاطمه و یزدان پناه اسرمی، مهدی (۱۳۹۱). «**تحلیل و ارزیابی پتانسیل‌ها و راهبردهای توسعه اکوتوریسم در منطقه مرنجاب**». فصلنامه مطالعات جغرافیایی مناطق خشک، دوره ۲، شماره ۷، ص ۱-۱۷.
- میرواحدی، سیدسعید و اسفندیاری بیات، الهام (۱۳۹۵). «**بررسی پتانسیل کارآفرینی گردشگری فرهنگی در جامعه عشایر قشقایی ایران**». فصلنامه علمی پژوهشی گردشگری و توسعه، دوره ۵، شماره ۹، ص ۶۲-۷۸.

Buckley, R., Shekari, F., Mohammadi, Z., Azizi, F., & Ziaee, M. J. J. o. T. R. (2020). **“World heritage tourism triggers urban–rural reverse migration and social change”**. Journal of Travel Research, 59, 559–572.

Butler, R. (1980). **“The concept of a tourism area cycles of evolution”**. Canadian Geographer, 24, 5–12.

Dogra, R., & Gupta, A. (2012). **“Barriers to Community Participation in Tourism Development: Empirical Evidence from a Rural Destination”**. South Asian Journal of Tourism and Heritage, 5(1): 129-142.

Hultman, J. & Hall, C.M. (2012). **“Tourism Place- Making Governance of Locality in Sweden, Annedn”**. Annals of Tourism Research, 39 (2), 547-570.

Mahadewi, N. (2019). **“Nomadic Tourism, Education Tourism, Digital Tourism and Event Tourism for Sustainable Tourism”**. Journal of Adv. Research in Dynamical & Control Systems, 11 (11), 360-367.

Mbaiwa, J. E. (2005). **“The problems of prospects of sustainable tourism development in the Okavango Delta, Botswana”**. Journal of Sustainable Tourism, 13(3), 203- 227.

MilenKovashka V. (2012). **“Contemporary tendencies in the Tourism Operation”**. UTMS Journal of Economics, 2(1), 37-50.

Nazari, B., Liaghat, A., Akbari, M.R., & Keshavarz, M. (2018). **“Irrigation water management in Iran: implications for water use efficiency improvement”**. *Agricultural Water Management*, 208, 7–18.

Pakrah, M., PoorHashemi, S.A., & Parvin, M.R. (2020). **“Investigation and determination of the best strategy for sustainable development of nomadic areas of Iran based on the rights of local societies”**. *EurAsian Journal of BioSciences*, 14, 955-966.

Palmer, N. J., & Chuamuangphan, N. (2018). **“Governance and local participation in ecotourism: Community-level ecotourism stakeholders in Chiang Rai province, Thailand”**. *Journal of Ecotourism*, 3, 1-18.

Seyfi, S., & Hall, C. M. (2018). **“Tourism in Iran: Challenges, development and issues”**. 3–37. Abingdon: Routledge.

Surjanti, J., Soejoto, A., Seno, D.N & Subroto, W.T. (2020). **“Mangrove forest ecotourism: Participatory ecological learning and sustainability of students’ behavior through self-efficacy and self-concept”**. *Social Sciences & Humanities Open*, 2, 100009.

Verma, S., & Murdia, M. (2017). **“Highlighting Tribal Tourism Potentials of Southern Rajasthan”**. *International Journal of Management & Social Sciences*, 6(1), 384-390.

Wickramasinghe, V., & Takano, S. (2010). **“Application of combined SWOT and analytic hierarchy process (AHP) for tourism revival strategic marketing planning: a case of Sri Lanka tourism”**. *Journal of the Eastern Asia Society for Transportation Studies*, 8, 954–969.

Wong, I.A., Ma, J., & Xionga, X. (2020). **“Touristic experience at a nomadic sporting event: Craving cultural connection, sacredness, authenticity, and nostalgia”**. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 44, 70–78.

Yavuz, F., & Baycan, T. (2013). **“Use of SWOT and analytic hierarchy process integration as a participatory decision making tool in watershed management”**. *Procedia Technol*, 8, 134–143.