

## Investigating the strengths, weaknesses, opportunities and threats of rural tourism in Kermanshah province

Aeizh Azmi

Assistant Professor in Geography, Faculty of Literature and Humanities, Razi University, Kermanshah, Iran.

(Corresponding Author). a.azmi@razi.ac.ir

Samaneh Sanjabi

PhD in Agricultural Development, Razi University, Kermanshah, Iran.

samane.110.san@gmail.com

Somayyeh Azimi

PhD student of geography and rural planning in University of Tehran, Iran.

somyyyazimi953@gmail.com

### Abstract

Rural tourism has been noticed by planners as one of the important tools for the development of rural communities. Based on this, the identification of tourism development strategies can play an important role in the development of the country's villages. Based on this, the development of rural tourism in Kermanshah province has been the focus of planners. To help with this issue, the above research has been proposed with the aim of examining the strengths, weaknesses, opportunities and threats of rural tourism in Kermanshah province. The descriptive research method is a survey that uses a questionnaire to collect information. The statistical population consisted of 140 villagers and members of the village Islamic council and local trustees. The sample was determined using the full count and census of local administrators. The technique used was SWOT. The current research is applied research. The software used was Excel. The findings show that overall, the rural tourism development strategy with a score of 10.905 was superior to the strategy of not developing rural tourism with an average of 9.08. Having tourism potential in the region and the existence of a diverse culture with high natural and cultural tourism capabilities are among the advantages of the province, but the lack of infrastructure and communication and welfare facilities is one of the most important obstacles to the development of the province. Finally, in the form of two development and practical strategies, it is suggested to provide the conditions for the development of rural tourism with regard to the category of advertising and infrastructure development in addition to taking advantage of border benefits with neighboring countries.

**Key words:** rural tourism, rural development, development strategies, Kermanshah province

## بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات گردشگری روستایی در استان کرمانشاه

آئیژ عزمی

دانشیار گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

(نویسنده مسئول) a.azmi@razi.ac.ir

سمانه سنجابی

دکتری توسعه کشاورزی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

samane.110.san@gmail.com

سمیه عظیمی

دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی روستایی، کرمانشاه، ایران.

somyyyazimi953@gmail.com

### چکیده

گردشگری روستایی به عنوان یکی از ابزار مهم توسعه جوامع روستایی مورد توجه برنامه ریزان قرار گرفته است. بر این اساس شناسایی راهبردها توسعه گردشگری می تواند نقش مهمی برای توسعه روستاهای کشور داشته باشد. بر این اساس توسعه گردشگری روستایی در استان کرمانشاه مورد توجه برنامه ریزان قرار گرفته است. برای کمک به این موضوع، پژوهش حاضر با هدف بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت ها و تهدیدات گردشگری روستایی استان کرمانشاه مطرح شده است. روش تحقیق توصیفی پیمایشی است که از ابزار پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری مشتمل بر ۱۴۰ نفر از دهیاران و اعضای شوراهای اسلامی روستاها و معتمدان محلی بودند. نمونه با استفاده از تمام شماری و سرشماری از مدیران محلی تعیین شد. تکنیک بکار رفته SWOT بوده است. روش پژوهش از نوع کاربردی است. جهت تجزیه و تحلیل داده ها از نرم افزار اکسل استفاده شده است. یافته ها نشان داد که در مجموع راهبرد توسعه گردشگری روستایی با امتیاز ۱۰/۹۰۵ نسبت به راهبرد عدم توسعه گردشگری روستایی با میانگین ۹/۰۸ برتری داشته است. داشتن پتانسیل های گردشگری در منطقه و وجود فرهنگ متنوع با قابلیت های گردشگری طبیعی و فرهنگی بالا از جمله مزیت های استان است اما نبود زیرساخت ها و امکانات ارتباطی و رفاهی از مهمترین موانع توسعه استان است. در نهایت در قالب دو راهبرد توسعه ای و عملی پیشنهاد می شود با توجه به مقوله تبلیغات و توسعه زیرساخت ها در کنار بهره بردن از مزایای مرزی با کشورهای همسایه شرایط توسعه گردشگری روستایی فراهم شود.

**کلمات کلیدی:** گردشگری روستایی، توسعه روستایی، راهبردهای توسعه، استان کرمانشاه

سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان کرمانشاه

فصلنامه پیشرفت و توسعه استان کرمانشاه، دوره ۴، شماره ۱، ص ۱۰۴-۱۲۱

تاریخ ارسال: ۱۴۰۳/۰۸/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۱۴

## ۱- مقدمه

روستاها به طور فزاینده‌ای از رویدادها و جاذبه‌های طبیعی و انسانی جهت دستیابی به اهداف گوناگون اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی استفاده می‌کنند. همچنین برای درآمدزایی، انسجام اجتماعی و بهبود تصویر روستا از گردشگری بهره می‌برند (ریهارد و پالمر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۰). از دهه پایانی قرن ۲۰ روند برگزاری برنامه‌های توسعه گردشگری روستایی در نقاط مختلف جهان به دلیل عواملی چون تغییر در انگیزه‌های گردشگران، تحولات فرهنگی و اجتماعی، تفاوت‌های میان فرهنگ بومی و گردشگران و مطرح شدن فرهنگ به عنوان ابزاری برای تولید اشتغال و سرمایه با چالش‌های متعددی روبرو شده است (کوین<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵: ۹۲۷).

گردشگری روستایی از طریق توسعه تعاملات اجتماعی، مشارکت مردمی و افزایش همبستگی اجتماعی برای بستر خود تاثیرات مثبت اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی به همراه دارند. همچنین علاوه بر اینکه به معرفی روستا در سطح ملی و بین‌المللی کمک می‌کنند و منجر به توسعه روستایی می‌شوند، در سطح محلی نیز موجب افزایش سرزندگی، مشارکت مدیران محلی، تعاملات اجتماعی، حس تعلق به روستا و تقویت اقتصاد محلی می‌شوند که زمینه ساز توسعه روستایی می‌باشند. با توجه به حضور ساکنین در روستاها، گردشگری روستایی می‌تواند فرصت‌های شغلی بیشتری ایجاد کند و باعث ارتقای تصویر روستا و استان و حس تعلق و افتخار بین ساکنین شود (دفندر و لابراندیس<sup>۳</sup>، ۲۰۰۵: لابراندیس، ۲۰۰۵، ریچارد و ویلسون<sup>۴</sup>: ۲۰۰۴، روچه<sup>۵</sup>، ۱۹۹۴: ۱۳). با این همه گردشگری روستایی امروزه با چالش‌های بسیاری روبرو است که عدم توجه به این چالش‌ها و عدم ارائه راه حل مناسب می‌تواند روند روبه رشد گردشگری روستایی را با بحران روبرو کند.

کرمانشاه، به واسطه ظرفیت‌های بسیار در زمینه گردشگری و شرایط متنوع آب و هوایی شرایط مناسبی برای تبدیل شدن به یکی از قطب گردشگری روستایی کشور را دارا است. اکنون ثبت جهانی اورامانات نقطه آغازی برای این استان جهت تبدیل شدن از معبر گردشگری به مقصد گردشگری است. گردشگری و خدمات محور توسعه استان کرمانشاه محسوب می‌شود و مدیران ارشد استان تلاش کرده از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های این حوزه در راستای ایجاد رونق اقتصادی و اشتغال پایدار بهره بگیرد. در همین راستا طی این چند سال اخیر ریزنی‌ها و پیگیری‌های گسترده‌ای به منظور توسعه گردشگری روستایی و معرفی این مناطق به عنوان مقصد گردشگری مطرح شده است.

استان کرمانشاه، با پهنه وسیع و چشم اندازهای دلنواز، جزو معدود مکان‌هایی می‌باشد که از امکانات و مواهب گردشگری از طبیعت زیبا تا جنگل‌های پهناور و کوهستان‌های بلند و دشت‌های سرسبز برخوردار می‌باشد. در کنار این مواهب خداداد طبیعی، تنوع مذهبی و قومی - قبیله ای با نمادهای خاص خود و دارا بودن نمادهای باستانی و تاریخی، این استان را از نظر پتانسیل گردشگری (گردشگری طبیعت گردی، گردشگری مذهبی و...)

1. Rihards&palmer
2. Quinn
3. Deffner&Labrianidis
4. Richards&Wilson,2004
5. Roche

در موقعیت ممتاز و برجسته ای قرار داده است. شایان ذکر است که با توجه به ساخت مورفولوژیکی استان و وجود روستاهای قابل توجه در این بخش از کشور، تعداد قابل توجهی از این امکانات و ثروت‌های جاذب گردشگری در نواحی روستایی استان قرار دارند. مطلبی که گواه آن، وجود ۱۴ روستای هدف گردشگری و ۵۰ روستای مستعد گردشگری استان می‌باشد (میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمانشاه، ۱۴۰۲).

روستاهای استان کرمانشاه از منظر فرهنگی دارای ظرفیت بسیار گسترده‌ای هستند و روستاهای استان در طول چهار فصل سال از قابلیت گردشگر پذیری برخوردارند که یک قابلیت بی‌نظیر محسوب می‌شود. استان کرمانشاه به‌عنوان یکی از قطب‌های گردشگری روستایی کشور محسوب می‌شود که در بخش خدمات‌رسانی به گردشگران فعال بوده و ده‌ها روستای استان، از جمله ۱۴ روستای ثبت شده فهرست ملی روستاهای هدف گردشگری کشور، با توانمندی‌های بالای اکوتوریسم و گردشگری هر ساله با توجه به طبیعت زیبا و چهار فصل، هزاران گردشگر را به استان جذب کرده و باعث ایجاد اشتغال برای بسیاری از اهالی روستا و دیگر ارائه‌دهندگان خدمات به گردشگران در زمینه‌های پذیرایی، حمل و نقل و... می‌شوند؛ اما این روستاهای گردشگرپذیر با تغییرات و چالش‌هایی در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، طبیعی و... روبرو هستند که می‌تواند منجر به تضعیف توانمندی‌های موجود و نهایتاً عدم جذابیت برای گردشگران شود. لذا نیاز برنامه‌ریزی توسعه پایدار گردشگری روستایی و مدیریتی این مقصد به‌عنوان عوامل مهم در موفقیت آنها کاملاً مشهود است. با این اوصاف سؤال اصلی این تحقیق عبارتست از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات توسعه گردشگری روستایی در استان کرمانشاه چیست؟

## ۲- پیشینه تحقیق

اولین نوشته‌ها راجع به گردشگری در دایره‌المعارف گردشگری و مسافرت، بر ابعاد تاریخی این پدیده تمرکز داشته‌اند (بریجز، ۱۹۵۹: ۱۲۵). براساس تعریف سازمان جهانی گردشگری، گردشگر؛ فردی که برای مدت زمانی، دست کم یک شب و کمتر از یک سال متوالی، به کشوری غیر از وطن یا محل سکونت معمولی خود مسافرت می‌کند و هدف او کار کردن و کسب درآمد نیست (شعاعی، ۱۲: ۱۳۹۴).

صنعت که یک پدیده هنری و ابداع تکنولوژی متنوع زایده فکر و دست بشر بود. در جریان گردش معاملات درآمد حاصل آن در گردش چرخ‌های اقتصادی کشوری به کار گرفته می‌شود. در جهانگردی هم که از نظر اقتصادی پدیده‌ای است سودآور که با انجام آن و ورود افراد به کشور نیز به ذخایر ارزی آن می‌افزاید. عصر ما که عصر ارتباطات است و جهانگردی به‌ویژه برای معرفی جاذبه‌های متنوع و باارزش طبیعی و فرهنگی کشور ما امری ضروری است (نبوی فر، ۱۳۸۹).

مفهوم «توریسم» به معنای جهانگردی و سیر و سیاحت در خارج از کشور تا حدود زیادی تغییر کرده و به مفهوم عام گردشگری در عرصه‌های مختلف محلی، داخلی و خارجی نزدیک شده است (مهدی زاده، ۲۳: ۱۳۹۹).

از مهم‌ترین مقاصد سکونتگاهی گردشگران شهرها هستند و گردشگری شهری نوعی از گردشگری است که شهروندان علاقه‌مند به جاذبه‌های فرهنگی، تاریخی و مذهبی و طبیعی بخشی از اوقات فراغت خود را در این مکان‌ها می‌گذارند (هیگام لوئک<sup>۱</sup>، ۲۰۰۲: ۳۹).

گردشگری در نیمه دوم قرن ۱۸ میلادی با گسترش شهرنشینی، ارتقای وسایل حمل‌ونقل و به‌ویژه گسترش خطوط راه‌آهن، تغییرات اجتماعی و افزایش طبقه میانی اجتماع و اوقات فراغت بیشتر توسعه یافت (راسق قزلباش، ۱۳۸۸: ۵۳).

محیط‌های شهری از دو نقطه نظر در صنعت توریسم اهمیت دارند. از یک سو، کانون‌های شهری به لحاظ تمرکز جمعیت در آن‌ها فشارها و خستگی‌های ناشی از کار و تلاش و فعالیت به عنوان مبدا فرصت‌های توریستی محسوب می‌شوند. از سوی دیگر، به علت وجود امکانات معیشتی و رفاهی، فعالیت‌های اقتصادی، بازرگانی، صنعتی، فرهنگی، سیاسی، بهداشتی، ارتباطی، فراغتی و داشتن جاذبه‌های تاریخی و توریستی به عنوان مقصد مسافرت‌های جهانگردی نیز به شمار می‌آیند. در ادامه به برخی از نظریات موجود در گردشگری روستایی پرداخت می‌شود.

نظریه چرخه توسعه گردشگری<sup>۲</sup>: این نظریه به طور کلی بر اساس مفهوم ظرفیت تحمل اجتماعی مطرح است. فرض اساسی این نظریه بر این پایه استوار است که کیفیت زندگی ساکنان در طول مراحل اولیه توسعه گردشگری بهبود خواهد یافت اما در رسیدن به یک ظرفیت یا سطحی از تغییر قابل قبول، که فراتر از آن توسعه اضافی باعث تغییرات منفی در جامعه می‌شود؛ چرا که جوامع محلی دارای ظرفیت خاصی برای جذب گردشگران هستند. آستانه یا رشد فراتر از ظرفیت، در نتیجه تغییرات منفی اجتماعی، اثرات زیست محیطی و بازده نزولی سرمایه‌گذاری گردشگری را در پی خواهد داشت. این نظریه بر این تأکید دارد که اگر تحمل ظرفیت تعیین شود؛ سپس منافع اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی می‌تواند بهینه‌سازی و عواقب منفی به حداقل خود برسد (کیم<sup>۳</sup>، ۲۰۰۲: ۹-۱۰).

نظریه افراد ذی‌نفع: منظور از افراد ذی‌نفع کسانی هستند که بر اساس علاقه یا نیاز مشترک گرد هم آمده و تلاش دارند تا بر فرآیند سیاست‌گذاری‌ها تأثیر بگذارند، مانند گروه‌های حامی مصرف‌کننده، طرفداران محیط زیست و... امروزه این گروه‌ها در ارتباط با گردشگری و گردشگری روستایی به عنوان مؤلفه‌های اساسی به شمار می‌روند. البته با افزایش گروه‌های ذی‌نفع، وظیفه و همین‌طور پاسخگویی به انتظارات دشوارتر می‌شود. با این حال شیوه‌ی نفوذ آن‌ها در فرآیند سیاست‌گذاری شکل پیچیده‌ای به خود می‌گیرد و به دلیل پیچیده بودن ماهیت گردشگری به طور دقیق مشخص نیست که کدام یک از گروه‌ها از نظر قانونی در فرآیند سیاست‌گذاری گردشگری مشارکت دارند و توسعه گردشگری فرآیندی است که احتمال دارد تأثیر منفی بر گروه‌های خاصی داشته باشد و از سویی گروهی دیگر از آن سود برند. برای همین در موفقیت توسعه گردشگری باید ذی‌نفعان

1. Higham, Lueck  
2. Tourism Development Cycle Theory  
3. Kim

مورد توجه و شناسایی قرار گیرند. چهار گروه: ساکنان، گردشگران، مقامات محلی و کارآفرینان به دلیل داشتن روابط متقابل، ذی‌نفعان عمده‌ی گردشگری محسوب می‌شوند (رضوانی، ۱۳۹۰: ۱۶۹).

نظریه همگرایی<sup>۱</sup>: منظور از اصطلاح همگرایی وضعیتی است که در آن گروهی یا سازمانی برای حفظ منابع جمعی خود با دیگر گروه یا سازمان به همکاری گسترده بپردازند و در واقع نوعی وحدت را به وجود آورند. نظریه‌ی همگرایی اولین بار توسط پژوهشگر انگلیسی دیوید میترا<sup>۲</sup> مطرح شد. نظریه‌ی همگرایی در زمینه‌ی گردشگری به عنوان یک ابزار جهت بدست آوردن نرخ رشد اقتصادی متفاوت در مناطق توسعه یافته و کمتر توسعه یافته دیده می‌شود و این که بتوان این مناطق را به یکدیگر نزدیک‌تر کرد. در این نظریه مصرف گردشگری به سمت کشورهای کمتر توسعه یافته یا مناطق محیطی سرشار از جاذبه‌های گردشگری طبیعی، اجتماعی و فرهنگی است؛ که منجر به هدایت توزیع مجدد درآمد ملی به نفع مقصد میزبان می‌شود. افزایش منابع مالی در بعد تقاضا مستلزم افزایش عرضه در جامعه‌ی میزبان می‌باشد. تحریک مستقیم در فعالیت‌های مرتبط با گردشگری، افزایش در تولید غیر مستقیم در تجارت گردشگری است؛ مانند ایجاد مشاغل جدید، درآمد فراوان و سرمایه‌گذاری است. در نظریه‌ی همگرایی نتیجه‌ای که بدست می‌آید افزایش درآمد ملی در مقصد است؛ در حالیکه افزایش چیزهای دیگر برابر با هزینه یا مصرف نهایی در مکان بازدیدکنندگان است.

نظریه رضایت‌مندی جهت‌مند گردشگری: نظریه‌ی رضایت‌مندی جهت‌مند<sup>۳</sup> گردشگری به روی خصوصیات شخصی ذاتی گردشگر یا نوعی از مسافر متمرکز است. در این نوع از گردشگری میزان خطرپذیری به روی رضایت‌مندی گردشگر مؤثر بوده و هرچه خطرپذیری وی بیشتر باشد، رضایت‌مندی گردشگری بیشتر می‌شود. در مطالعات مختلف مفهوم خطرپذیری با رضایت از گردشگری در ارتباط است (سیرجی<sup>۴</sup>، ۲۰۱۰: ۲۴۶).

ترکمنی فروغ و همکاران (۱۴۰۳) در تحقیقی بیان کردند که آسیب شناسی گردشگری نشان می‌دهد، آلودگی‌های زیست‌محیطی و تأثیرات گردشگران بر باورها و دیدگاه‌های میزبانان از جمله نگرانی‌های گردشگری است. با توجه به یافته‌های این پژوهش، به نظر می‌آید که رویدادها و جشنواره‌های محلی و منطقه‌ای فرصتی برای توسعه فرهنگی و اقتصادی در مناطق هدف است؛ البته توجه به آسیب‌ها و تهدیدهای این رویدادها اهمیت ویژه‌ای دارد. نقش آفرینی دولت و مشارکت مردمی، در کنار همکاری دوجانبه نیز می‌تواند بسیاری از مسائل مربوطه را برطرف کند.

زردشتیان و همکاران (۱۴۰۲) در مقاله‌ای معتقد بودند که الگوی تهاجمی (SO) برای توسعه گردشگری رویدادمحور، نسبت به سایر الگوهای راهبردی از اولویت بالاتری برخوردار بود. همچنین براساس نتایج، استراتژی‌های "تقویت بازارچه‌های مرزی اورامانات با هدف ایجاد انگیزه و جذب گردشگران"، "ارائه تسهیلات

---

1. Convergence Theory  
2. David Mitrany  
3. Dispositional  
4. Sirgy

و مشوق‌های مالی از سوی دولت به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی " و "تقویت و توسعه زیرساخت‌ها و تأسیسات و تجهیزات خدماتی در روستاهای مستعد گردشگری رویدادمحور" در اولویت اول تا سوم قرار گرفتند.

تقدیسی و همکاران (۱۴۰۱) بر پایه یافته‌های تحقیق، مشخص کردند که چهار چالش: مشکلات مدیریتی و برنامه‌ریزی، مشکلات زیرساختی، مشکلات فرهنگی-اجتماعی و مشکلات اقتصادی دارای همبستگی بیشتری با یکدیگر بوده و بر اساس نتایج مدل رگرسیونی، چیزی در حدود ۹۲ درصد از تغییرات شاخص ترکیبی چالش‌های توسعه گردشگری روستایی را تبیین می‌کنند.

مهدی چراغی و همکاران (۱۴۰۱) روستاهای دارای جاذبه‌های گردشگری منطقه آزاد ارس با چالش‌هایی مانند آسیب‌پذیری اجتماعی، نبود سیاست‌گذاری مناسب، ضعف زیرساخت‌ها، کمبود سرمایه‌گذاری، حمایت مالی ناچیز از کسب‌وکار گردشگری، ضعف شبکه اطلاع‌رسانی، فصلی بودن گردشگری، نارسایی در نظارت بر طرح‌های اجرایی، فقدان پژوهش، امنیت ضعیف، مشارکت اندک روستائیان و سازمان‌های گردشگری، آسیب به معماری سنتی روستا و تخریب محیط زیست روبرو هستند.

ایمانی و همکاران (۱۴۰۱) معتقد بودند که مشارکت ضعیف مردم محلی در امور گردشگری، ریسک‌پذیر بودن سرمایه‌گذاری، کمبود مراکز خرید، نبود فضای مناسب برای پارک خودرو، عدم تبلیغات و اطلاع‌رسانی، نبود مراکز و فعالیت‌های آموزشی و اقامت کوتاه‌گردشگران به عنوان مهم‌ترین مشکلات گردشگری در این منطقه شناخته شدند.

احسانی فر و همکاران (۱۳۹۵) با بهره‌گیری از مدل پارادایمی شرایط زمینه‌ای، شرایط علی (همچون: ناکارآمدی فرآیند هدایت سرمایه‌گذاران و کارآفرینان در حوزه گردشگری روستایی، ناکارآمدی فرآیند هدایت سرمایه‌گذاران و کارآفرینان در حوزه گردشگری روستایی، کمبود امکانات زیرساختی در روستاها)، شرایط مداخله‌گر (نظیر: سالخوردگی و کاهش جمعیت روستایی، مالکیت خصوصی اراضی و مسائل و مشکلات امنیتی)، راهبردها و پیامدهای مرتبط با این پدیده همچون مهاجرت روزافزون به شهرها، افزایش تقاضا برای مشاغل غیرمفید و کاذب و رکود اقتصادی روستاها، نارضایتی از شرایط زندگی و زیست اقتصادی و ناشناخته ماندن ظرفیت‌های طبیعی، فرهنگی و گردشگری روستاها، مورد واکاوی قرار دادند.

یاسوری و همکاران (۱۳۹۷) معتقد هستند که گردشگری به واسطه گسترش امکانات خدماتی اعم از اقامتی و تسهیلاتی و همچنین از طریق توجه بیشتر مسئولان به بهداشت روستا شرایطی را فراهم می‌کنند که سبب می‌گردند، اشتغال زایی روستایی بیشتر شود. همچنین روستائیان بخش قابل توجهی از درآمد خود را صرف سوغاتی و هزینه اقامت و تفریح در روستا می‌کنند که این امر موجب رونق بخش‌های فروشگاه‌های و مغازه‌های خرده‌فروش روستایی شده است. در نهایت آزمون همبستگی رگرسیون نشان می‌دهد که گردشگران با ایجاد نیاز به ارائه برخی خدمات می‌توانند منجر به توسعه اشتغال زایی روستایی شوند که این امر از طریق سرمایه‌گذاری خصوصی و دولتی مهیا می‌شود.

میرزایی و همکاران (۱۳۹۸) معتقد هستند که توسعه ی فعالیت‌های گردشگری یکی از عوامل مؤثر در بروز تغییرات اقتصادی و اجتماعی در سطح ناحیه ی بیستون بوده است. از طرفی، اثرات مخرب زیست محیطی را می‌توان به عنوان موانع و آسیب‌های جدی در تخریب محیط زیست ناحیه ی مذکور برشمرد.

رضایی و جلیلیان (۱۳۹۸) معتقد هستند که از میان راهبردهای چهار گانه برای توسعه ی گردشگری روستایی از نظر جامعه آماری مورد مطالعه راهبردهای تهاجمی مناسب ترین راهبرد می‌باشد. با توجه به نتایج ماتریس کمی راهبردی می‌توان راهبردهای ذیل را به منظور مدیریت هرچه موثرتر گردشگری روستایی در نظر گرفت. ترتیب اولویت راهبردها براساس میزان و وزن کلی آن‌ها در اصلاح و حرکت به سمت توسعه ی پایدار است. برای نمونه راهبرد "بازنگری جهت استفاده بهینه و هدفمند از منافع گردشگری"، جذابیت بالایی به لحاظ اجرای مدیریت گردشگری پایدار روستایی دارد. همچنین نتایج نشان داد که بنابر نظر مدیران و کارشناسان، راهبرد اصلی شناسایی شده، راهبرد بازنگری (WO) با نمره ۳/۶۱ می‌باشد.

در مجموع با توجه به مطالب گفته شده در بخش پیشینه می‌توان گفت که مجموعه ای از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات در گردشگری روستایی وجود دارد که لازم است تمامی این ابعاد شناسایی شوند. طیف وسیعی از متغیرهای اقتصادی و اجتماعی و زیرساختی وجود دارند که بر گردشگری روستایی اثر می‌گذارند. همچنین نقش و وظایف متعددی برای سازمان‌های دولتی و خصوصی وجود دارد که سبب می‌شود روند توسعه گردشگری روستایی تحت تاثیر قرار گیرد. در کنار این موضوع توسعه زیرساخت‌ها و راه‌های ارتباطی نقش مهمی بر توسعه گردشگری دارد. گردشگری روستایی با هدف توسعه اشتغال و کاهش نرخ بیکاری شده است تا بتواند جلوی مهاجرت نیروی کار به شهرهای دیگر گرفته شود.

### ۳- روش شناسی

روش تحقیق توصیفی پیمایشی است که از ابزار پرسشنامه جهت جمع آوری اطلاعات استفاده شده است. جامعه آماری مشتمل بر ۱۴۰ نفر از دهیاران و اعضای شوراهای اسلامی روستاها و معتمدان محلی بودند. نمونه با استفاده از تمام شماری و سرشماری از مدیران محلی تعیین شد. تکنیک بکار رفته SWOT بوده است. پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی است.

ابزار جمع آوری اطلاعات شامل مطالعه کتابخانه ای و منابع دست دوم، پرسشنامه، به همراه مصاحبه محقق ساخته ساختار مند است (جدول ۱).

جدول ۱. نمونه مورد مطالعه

نام روستاها	تعداد کل نمونه‌ها
پیران، چرمه، حجیج، حریر، خانقاه، سراب هرسم، سرخه دیزه، شمشیر، فش، شالان، کندوله، گلین، نجوبران، ورمقان	۱۴۰ نفر (هر روستا ۱۰ نفر شامل دهیار و اعضای شورا و برخی معتمدان محلی)

تحلیل سوات در مفهوم کلی، ابزاری برای بهره برداری در مراحل مقدماتی تصمیم گیری و به عنوان پیش درآمد در امر برنامه ریزی راهبردی در نوع کاربردی آن است. تحلیل سوات، تحلیل منظم برای شناسایی عوامل و

زیر عوامل و تدوین استراتژی در راستای تطابق مناسب میان آنهاست. از دیدگاه این مدل، راهبرد مناسب، قوت‌ها و فرصت‌ها را به حداکثر و ضعف‌ها و تهدیدها را به حداقل می‌رساند. تکنیک SWOT یک ابزار حمایتی برای تصمیم‌گیری است که عموماً برای تحلیل سیستماتیک محیط داخلی و محیط خارجی استفاده می‌شود. با تعریف نقاط قوت و نقاط ضعف و نیز فرصت‌ها و تهدیدها استراتژی‌هایی را برای تقویت نقاط قوت و برطرف کردن نقاط ضعف و همچنین استفاده از فرصت‌ها و تهدیدها بررسی و تحلیل می‌کند و حاصل جایگذاری عوامل و زیرعوامل سوات و تشکیل ماتریس آن بوده و از ترکیب آنها استراتژی‌ها یا راهبردهای مختلف ارائه می‌شود.

#### ۴- تحلیل داده‌ها

جهت احصای عوامل استراتژیک درونی و بیرونی، گام‌های زیر برداشته شده است: برای تعیین عوامل استراتژیک درونی بیرونی، در ابتدا اقدام به احصای فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و نقاط ضعف گردید. توضیح آنکه در این مرحله، کمیت عوامل شناسایی شده، حایز اهمیت بود. در گام دوم، اقدام به کدگذاری و دسته‌بندی عوامل استراتژیک درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) و بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) گردید. در گام سوم، فرصت‌ها، تهدیدها، نقاط قوت و ضعف مورد غربالگری قرار گرفت. در این مرحله، کیفیت عوامل استراتژیک حاصل از غربالگری دارای اهمیت بود بطوری که برخی از عوامل استراتژیک شناسایی شده در گام قبل، پالایش شده، تعدیل شده و تجمیع شدند (جدول ۲).

جدول ۲. فهرست عوامل استراتژیک بیرونی و درونی

ایجاد مراکز فروش محصولات لبنی، ایجاد مراکز فروش محصولات باغی، استفاده از طبیعت زیبا برای عکس‌برداری، پارک جنگلی، توسعه کارگاه‌های صنایع دستی و تبدیلی، ورزش‌های زمستانی، توسعه کوهنوردی، امکان ورزش‌های زمستانی، پرورش ماهی، برگزاری جشن‌های محلی، امکان احداث گلخانه برای گلپای تزیینی	فرصت‌ها	عوامل بیرونی
تخریب محیط زیست بخاطر آلودگی، عدم تمایل جامعه محلی از ورود گردشگران، مهاجرت نیروی کار به علت بیکاری، افزایش بیماری به علت آلودگی، مخدوش شدن چهره طبیعت، خسارت به محصولات کشاورزی، مهاجرت	تهدیدها	
آب و هوای مطلوب، وجود طبیعت زیبا، محصولات لبنی، وجود خانه بهداشت، امنیت در اقامتگاه، زیرساخت‌های مناسب (شامل تلفن، آب، برق، گاز)، وجود هتل و رستوران، وجود خانه‌های شخصی برای اجاره، سرویس بهداشتی مناسب، پارکینگ (فضلی باز می‌شود)، امکان توسعه کوهنوردی، توسعه صنایع دستی (قالی بافی)	قوت‌ها	عوامل درونی
نداشتن صنایع دستی، نداشتن جاده مناسب، نامناسب بودن زیرساخت‌ها، گرد و غبار حاصل از تردد وسایل نقلیه از وسط روستا، نداشتن نور پردازی و برق اطراف آبشار، رها کردن زباله، عدم نصب تابلوهای راهنمای گردشگری، حمایت ناچیز دولت، عدم آگاهی مردم و روستاییان، ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات، بیکاری، فقدان علائم و راهنمای گردشگری در ورودی و داخل روستا، نداشتن سرمایه، پرپیچ و خم بودن مسیر، آزار رساندن به اهالی روستا توسط گردشگران	ضعف‌ها	

سپس با استفاده از نظر مشارکت کنندگان در تحقیق، اقدام به وزن دهی و تعیین درجه اهمیت هر یک از عوامل استراتژیک بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) و عوامل استراتژیک درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) شد. به نحوی که عوامل

دارای بالاترین اهمیت، وزن ۵ و عوامل دارای پایین ترین اهمیت، وزن ۱ گرفتند. در گام پنجم، اوزان تعیین شده در گام قبل، نرمالایز گردید به نحوی که ضریب اهمیت هر عامل درونی یا بیرونی، از مقیاس یک تا پنج به مقیاس صفر و یک تبدیل شدند چرا که جمع ضرایب بایستی یک باشد. در گام ششم، امتیاز هر عامل استراتژیک درونی در مقیاس چهار نقطه ای (بسیار قوی = ۴، قوی = ۳، ضعیف = ۲ و بسیار ضعیف = ۱) توسط خبرگان فرهنگی، تعیین گردید. در این گام امتیاز عوامل استراتژیک بیرونی نیز تعیین گردیدند با این تفاوت که امتیاز دهی با توجه به قدرت سازگاری واحد مورد مطالعه به عوامل خارج از کنترل، انجام شده است. به طوریکه عواملی که مدیران محلی مورد مطالعه، به آن‌ها واکنش بسیار خوب داشته، نمره چهار گرفتند و عواملی که به آن‌ها واکنش بسیار ضعیف داشته، نمره یک گرفته است. در گام هفتم، اقدام به محاسبه امتیاز موزون عوامل درونی (قوت‌ها و ضعف‌ها) شده است. امتیاز موزون، از حاصل ضرب درجه اهمیت نرمالایز شده و امتیاز تعیین شده محاسبه گردیده است. فرایند طی شده برای محاسبه امتیازات موزون عوامل استراتژیک بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) همانند فرایند محاسبه امتیاز موزون عوامل درونی، طی گردیده است و در گام هشتم، عوامل استراتژیک درونی و بیرونی، با استفاده از روش میانگین موزون، رتبه بندی شدند که حاصل آن جداول ارزیابی عامل درونی و ارزیابی عوامل بیرونی است (جدول ۳ و ۴).

جدول ۳. ارزیابی عوامل درونی

امتیاز وزنی	امتیاز	وزن نرمال شده	وزن	عوامل استراتژیک داخلی	سازه
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	۲	آب و هوای مطلوب، توسعه صنایع دستی (قالی بافی)	قوت‌ها
۰/۱۵	۵	۰/۰۳	۳	وجود طبیعت زیبا	
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	۴	محصولات لبنی	
۰/۱۰	۵	۰/۰۲	۲	وجود خانه بهداشت	
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۴	امنیت در اقامتگاه	
۰/۲۵	۵	۰/۰۵	۵	زیرساخت‌های مناسب (شامل تلفن، آب، برق، گاز)	
۰/۱۲	۴	۰/۰۳	۳	وجود هتل و رستوران	
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	۴	وجود خانه‌های شخصی برای اجاره	
۰/۲۵	۵	۰/۰۵	۵	سرویس بهداشتی مناسب	
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	۴	پارکینگ (فصلی باز می‌شود)	
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۵	امکان توسعه کوهنوردی	
۰/۲۰	۵	۰/۰۴	۴	توسعه صنایع دستی (قالی بافی)	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۵	نداشتن صنایع دستی	ضعف‌ها
۰/۰۲	۱	۰/۰۲	۲	نداشتن جاده مناسب	
۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۲	نامناسب بودن زیر ساخت‌ها	
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۳	گرد و غبار حاصل از تردد وسایل نقلیه از وسط روستا	
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	۵	نداشتن نور پردازی و برق اطراف آبشار	
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۴	رها کردن زیاله	
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۳	عدم نصب تابلوهای راهنمای گردشگری	
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	۵	حمایت ناچیز دولت	
۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۳	عدم آگاهی مردم و روستاییان	

۰/۰۴	۲	۰/۰۲	۲	ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۳	بیکاری
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۴	فقدان علائم و راهنمای گردشگری در ورودی و داخل روستا
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۴	نداشتن سرمایه
۰/۰۶	۲	۰/۰۳	۳	پرپیچ و خم بودن مسیر
۰/۱۰	۲	۰/۰۵	۵	آزار رساندن به اهالی روستا توسط گردشگران
		۱	۹۸	جمع

جدول ۴. ارزیابی عوامل بیرونی

امتیاز وزنی	امتیاز	وزن نرمال شده	وزن	عوامل استراتژیک خارجی	سازه
۰/۲۵	۵	۰/۰۵	۴	ایجاد مراکز فروش محصولات لبنی	فرصت‌ها
۰/۲۰	۴	۰/۰۵	۴	ایجاد مراکز فروش محصولات باغی	
۰/۳۵	۵	۰/۰۷	۵	استفاده از طبیعت زیبا برای عکس برداری	
۰/۲۵	۵	۰/۰۵	۴	پارک جنگلی، توسعه کارگاه‌های صنایع دستی	
۰/۰۸	۴	۰/۰۲	۲	امکان ورزش‌های زمستانی	
۰/۱۶	۴	۰/۰۴	۳	پرورش ماهی	
۰/۳۵	۵	۰/۰۷	۵	برگزاری جشن‌های محلی	
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۳	امکان احداث گلخانه برای گل‌هایی تزئینی	
۰/۲۵	۵	۰/۰۵	۴	ورزش‌های زمستانی	
۰/۱۲	۳	۰/۰۴	۳	توسعه کوهنوردی	
۰/۳۵	۵	۰/۰۷	۵	ایجاد مراکز فروش محصولات لبنی	تهدیدها
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۳	تخریب محیط زیست بخاطر آلودگی	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۴	عدم تمایل جامعه محلی از ورود گردشگران	
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۳	مهاجرت به علت بیکاری	
۰/۰۷	۱	۰/۰۷	۵	افزایش بیماری به علت آلودگی	
۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۳	مخدوش شدن چهره طبیعت	
۰/۰۵	۱	۰/۰۵	۴	خسارت به محصولات کشاورزی	
۰/۰۸	۲	۰/۰۴	۳	مهاجرت	
		۱	۶۷	جمع	

پس از احصای استراتژی‌های ممکن از طریق ماتریس SWOT در صدد انتخاب استراتژی برگزیده بر می‌آییم. برای تصمیم‌گیری استراتژیک (انتخاب استراتژی برتر)، از ماتریس برنامه ریزی استراتژیک کمی QSPM استفاده می‌کنیم.

در این مرحله ابتدا ضریب که در واقع همان مقایسه امتیاز وزنی جداول پیشین است در نمره جذابی که توسط مدیران محلی در هر دو راهبرد توسعه گردشگری و عدم توسعه گردشگری ضرب می‌شود و خروجی حاصل در مقابل هر سازه نوشته می‌شود. در نهایت مجموع این جذابیت‌ها، جذابیت راهبرد را نشان می‌دهند (جدول ۵ و ۶).

جدول ۵. ماتریس QSPM برای ارزیابی عوامل درونی

سازه	عوامل استراتژیک داخلی	ضریب	توسعه گردشگری روستایی		عدم توسعه گردشگری روستایی		
			نمره	جمع نمره	نمره	جمع نمره	
قوت‌ها	آب و هوای مطلوب، توسعه صنایع دستی (قالی بافی)	۰/۰۸	۵	۰/۴۰	۲	۰/۱۶	
	وجود طبیعت زیبا	۰/۱۵	۴	۰/۶۰	۱	۰/۶۰	
	محصولات لبنی	۰/۱۶	۴	۰/۶۴	۱	۰/۱۶	
	وجود خانه بهداشت	۰/۱۰	۵	۰/۵۰	۱	۰/۱۰	
	امنیت در اقامتگاه	۰/۱۲	۳	۰/۳۶	۱	۰/۱۲	
	زیرساخت‌های مناسب (شامل تلفن، آب، برق، گاز)	۰/۲۵	۵	۰/۱۲۵	۲	۰/۵۰	
	وجود هتل و رستوران	۰/۱۲	۴	۰/۴۸	۲	۰/۲۴	
	وجود خانه‌های شخصی برای اجاره	۰/۱۶	۵	۰/۸۰	۱	۰/۱۶	
	سرویس بهداشتی مناسب	۰/۲۵	۳	۰/۷۵	۱	۰/۲۵	
	پارکینگ (فصلی باز می‌شود)	۰/۱۶	۵	۰/۸۰	۲	۰/۳۲	
	امکان توسعه کوهنوردی	۰/۲۰	۴	۰/۸۰	۲	۰/۲۰	
	توسعه صنایع دستی (قالی بافی)	۰/۲۰	۵	۰/۱۰۰	۱	۰/۲۰	
	ضعف‌ها	نداشتن صنایع دستی	۰/۰۵	۲	۰/۱۰	۲	۰/۱۰
		نداشتن جاده مناسب	۰/۰۲	۱	۰/۰۵	۱	۰/۰۲
نامناسب بودن زیر ساخت‌ها		۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۱	۰/۰۴	
گرد و غبار حاصل از تردد وسایل نقلیه از وسط روستا		۰/۰۳	۲	۰/۰۶	۲	۰/۰۶	
نداشتن نور پردازی و برق اطراف آبشار		۰/۱۰	۱	۰/۱۰	۲	۰/۱۰	
رها کردن زیاله		۰/۰۸	۱	۰/۰۸	۱	۰/۰۸	
عدم نصب تابلوهای راهنمای گردشگری		۰/۰۳	۲	۰/۰۶	۱	۰/۰۳	
حمایت ناچیز دولت		۰/۱۰	۲	۰/۲۰	۲	۰/۲۰	
عدم آگاهی مردم و روستاییان		۰/۰۳	۱	۰/۰۳	۱	۰/۰۳	
ضعف اطلاع رسانی و تبلیغات		۰/۰۴	۲	۰/۰۸	۱	۰/۰۴	
بیکاری		۰/۰۶	۲	۰/۱۲	۲	۰/۳۲	
فقدان علائم و راهنمای گردشگری در ورودی و داخل روستا		۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۲	۰/۲۳	
نداشتن سرمایه		۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	
پرپیچ و خم بودن مسیر		۰/۰۶	۲	۰/۱۲	۲	۰/۲۴	
آزار رساندن به اهالی روستا توسط گردشگران	۰/۱۰	۱	۰/۱۰	۲	۰/۲۰		
جمع		۱	۷/۰۹۵		۵/۱		

جدول ۶. ماتریس QSPM برای ارزیابی عوامل بیرونی

سازه	عوامل استراتژیک خارجی	ضریب	توسعه گردشگری روستایی		عدم توسعه گردشگری روستایی	
			نمره	جمع نمره	نمره	جمع نمره
فرصت‌ها	ایجاد مراکز فروش محصولات لبنی	۰/۲۵	۵	۰/۱۲۵	۴	۰/۱۰۰
	ایجاد مراکز فروش محصولات باغی	۰/۲۰	۵	۰/۱۰	۴	۰/۸۰
	استفاده از طبیعت زیبا برای عکس برداری	۰/۳۵	۴	۰/۱۴۵	۴	۰/۱۴۰
	پارک جنگلی، توسعه کارگاه‌های صنایع دستی	۰/۲۵	۴	۰/۱۰۰	۵	۰/۱۲۵
	امکان ورزش‌های زمستانی	۰/۰۸	۵	۰/۴۰	۴	۰/۱۶
	پرورش ماهی	۰/۱۶	۵	۰/۸۰	۴	۰/۶۴
	برگزاری جشن‌های محلی	۰/۳۵	۴	۰/۱۴۰	۵	۰/۱۷۵
	امکان احداث گلخانه برای گل‌هایی تزئینی	۰/۱۲	۳	۰/۳۶	۴	۰/۴۸
	ورزش‌های زمستانی	۰/۲۵	۵	۰/۱۲۵	۴	۰/۱۰۰
	توسعه کوهنوردی	۰/۱۲	۴	۰/۴۸	۴	۰/۴۸
تهدیدها	ایجاد مراکز فروش محصولات لبنی	۰/۳۵	۵	۰/۱۷۵	۴	۰/۱۴۰
	تخریب محیط زیست بخاطر آلودگی	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۱	۰/۰۸
	عدم تمایل جامعه محلی از ورود گردشگران	۰/۰۵	۲	۰/۱۰	۱	۰/۰۵
	مهاجرت به علت بیکاری	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۶
	افزایش بیماری به علت آلودگی	۰/۰۷	۲	۰/۱۴	۲	۰/۱۴
	مخدوش شدن چهره طبیعت	۰/۰۴	۱	۰/۰۴	۱	۰/۰۴
	خسارت به محصولات کشاورزی	۰/۰۵	۲	۰/۱۰	۲	۰/۱۰
	مهاجرت	۰/۰۸	۲	۰/۱۶	۲	۰/۱۶
جمع		۱	۳/۸۱		۴/۰۷	

در نهایت مجموع خروجی‌های توسعه گردشگری و عدم توسعه گردشگری به قرار زیر است. با توجه به نتایج این جدول می‌توان فهمید که راهبرد توسعه گردشگری به جهت مقدار بیشتری (۱۰/۹۰۵) که به خود اختصاص داده است راهبرد موثر تری برای توسعه روستایی می‌باشد. در حقیقت رویکرد توسعه گردشگری می‌تواند منجر به توسعه روستایی شود (جدول ۷).

جدول ۷. راهبرد توسعه و عدم توسعه گردشگری

دسته عوامل	جمع راهبرد توسعه گردشگری روستایی	جمع راهبرد عدم توسعه گردشگری روستایی
داخلی	۷/۰۹۵	۵/۱
خارجی	۳/۸۱	۴/۰۷
جمع	۱۰/۹۰۵	۹/۰۸

در ادامه بعد از تهیه جذابیت‌های راهبرد توسعه و عدم توسعه گردشگری، راهبردها و استراتژی‌ها در قالب ۲ راهبرد توسعه ای، عملی ترسیم می‌شوند (جدول ۸).

جدول ۸. راهبردهای SWOT

توضیح	استراتژی‌ها
امکان گسترش قالی بافی و ایجاد مراکز فروش آن، استفاده از ظرفیت خانه‌های افراد مهاجرت کرده، ایجاد سرویس بهداشتی، آسفالت کردن مسیر و جاده روستا، رسیدگی به موضوع آلودگی آب، تقویت اینترنت، آب رسانی، احداث درمانگاه شبانه روزی، تقویت برق، افزایش تعداد سرویس بهداشتی، احداث پارکینگ طبقاتی، احداث سایه بان و آلاچیق، تعبیه وسایل ورزشی و سرگرمی	عملی
گسترش و توسعه کوهنوردی، ایجاد اشتغال برای زنان از طریق توسعه کارگاه، تولید صنایع دستی، ایجاد پارکینگ، ایجاد سرویس بهداشتی، برق رسانی به سمت پارکینگ، ایجاد نگهبانی (فصلی)، ایجاد و تعبیه وسایل ورزشی و سرگرمی، استفاده از ظرفیت صدا و سیما جهت تبلیغ و معرفی ظرفیت‌های گردشگری روستا، ایجاد مراکز فروش میوه و محصولات باغی،	توسعه ای

### تقدیر و تشکر

این پژوهش مستخرج از طرح پژوهشی با عنوان «بررسی و ارائه راهکار چالش‌های گردشگری روستاهای گردشگرپذیر با اولویت ۱۴ روستای هدف گردشگری در استان کرمانشاه» است که با حمایت اداره کل میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمانشاه انجام گرفته است.

### ۵- نتیجه گیری

در این تحقیق به بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات توسعه گردشگری روستایی استان کرمانشاه پرداخته شد. یافته‌ها در بخش‌های مختلف تقسیم بندی شدند

طیف وسیعی از نقاط قوت در نواحی روستایی استان کرمانشاه وجود دارد که این منطقه را برای توسعه گردشگری روستایی مناسب می‌کند. اما ضعف‌هایی هم وجود دارد. کمبود امکانات و مشکلات زیرساختی و در کنار بی توجهی سازمان‌ها و کمی سرمایه گذاری سبب شده است تا نگرانی‌هایی در مورد تحقق توسعه گردشگری روستایی ایجاد شود. فرصت‌های بی شمار در کنار محدود تهدیدات موجود شرایط را برای توسعه گردشگری فراهم می‌کند. در مجموع این تحقیق نشان داد که راهبرد توسعه گردشگری از امتیازات بالاتری نسبت به عدم توسعه گردشگری دارد و لذا می‌تواند منجر به توسعه روستایی در کرمانشاه شود. یافته‌های این تحقیق با مقایسه با دیگر محققان نتایج جالبی به همراه دارند که به شرح زیر هستند:

این تحقیق همانند تقدیمی و همکاران (۱۴۰۱) بر پایه یافته‌های تحقیق، مشخص کردند که چهار چالش: مشکلات مدیریتی و برنامه ریزی، مشکلات زیرساختی، مشکلات فرهنگی- اجتماعی و مشکلات اقتصادی مهمترین نگرانی را در مورد توسعه گردشگری دارند که باید برای حل آن‌ها راه حلی ارائه شود.

این تحقیق همانند یافته‌های ایمانی و همکاران (۱۴۰۱) معتقد بودند که مشارکت ضعیف مردم محلی در امور گردشگری، ریسک پذیر بودن سرمایه گذاری، کمبود مراکز خرید، نبود فضای مناسب برای پارک خودرو، عدم تبلیغات و اطلاع رسانی، نبود مراکز و فعالیت‌های آموزشی و اقامت کوتاه گردشگران به عنوان مهمترین مشکلات گردشگری محسوب می‌شوند.

این تحقیق همانند احسانی فر و همکاران (۱۳۹۵) شرایط علی (همچون: ناکارآمدی فرایند هدایت سرمایه گذاران و کارآفرینان در حوزه گردشگری روستایی، ناکارآمدی فرآیند هدایت سرمایه گذاران و کارآفرینان در حوزه گردشگری روستایی، کمبود امکانات زیرساختی در روستاها)، را مانع توسعه می‌دانند.

تحقیق مزبور همانند یاسوری و همکاران (۱۳۹۷) معتقد هستند که گردشگری به واسطه گسترش امکانات خدماتی اعم از اقامتی و تسهیلاتی و همچنین از طریق توجه بیشتر مسئولان به بهداشت روستا شرایطی را فراهم می‌کنند که سبب می‌گردند، اشتغال زایی روستایی بیشتر شود.

این تحقیق همانند میرزایی و همکاران (۱۳۹۸) معتقد هستند که توسعه فعالیت‌های گردشگری یکی از عوامل مؤثر در بروز تغییرات اقتصادی و اجتماعی است.

در نهایت پیشنهادت زیر برای پیشبرد گردشگری روستایی ارائه می‌شوند:

۱- تبلیغات به ویژه در سطح ملی برای جذب گردشگران علاقه مند به محیط‌های روستایی کم است که باید برنامه ریزی مناسبی جهت گسترش آن صورت بگیرد.

۲- زیرساخت‌های توسعه گردشگری روستایی محدود است. هنوز برخی مکان‌های دیدنی خاکی هستند و یا امکانات اقامتی ندارد که جالب نیست و نیاز است سرمایه گذاری لازم صورت گیرد.

۳- جلب سرمایه گذاری بخش خصوصی بهترین راهکار لازم برای توسعه گردشگری روستایی است که نیاز است بستر آن فراهم شود.

## فهرست منابع

- احسانی فر، تهمینه، شاهرادی، مهنا، شهبازی، سمیه، رستمی، فرحناز (۱۳۹۸). **تحلیل کیفی چالش‌های گردشگری روستایی در استان کرمانشاه**، پژوهش‌های روستائی ۱۰ (۴): ۵۶۸-۵۸۱.
- ایمانی، بهرام، یاری حصار، ارسطو، حاجبانی، حسین (۱۴۰۱). **چالش‌های فراروی توسعه گردشگری روستایی، مطالعه موردی: روستاهای بخش مرکزی شهرستان مشکین‌شهر**، فصلنامه جغرافیایی فضای گردشگری ۱۱ (۴۳): ۲۳-۳۶.
- ترکمنی فروغ، مهدی، عزمی، آئیژ، مرادی، امید علی (۱۴۰۳). **نقش رویداد گردشگری آسیایی همدان ۲۰۱۸ در توسعه گردشگری روستایی و شناسایی آسیب‌های آن در استان همدان**. گردشگری و اوقات فراغت، ۹ (۱۸)، ۱۲۶-۱۰۷.
- تقدیسی، احمد، گودرزی، سمیه، بیگ محمدی، حسن (۱۳۹۴). **بررسی و تحلیل چالش‌های توسعه توریسم روستایی از دیدگاه روستائیان روستاهای هدف گردشگری استان آذربایجان غربی**، برنامه‌ریزی فضایی ۵ (۱)، ۸۳-۱۰۰.
- چراغی، مهدی، قلی‌زاده، حیدر، توحیدلو، شادعلی؛ علیپور، حسن (۱۴۰۱). **شناسایی چالش‌های توسعه گردشگری روستایی در مناطق مرزی (مورد مطالعه: منطقه آزاد ارس)**، مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی ۹ (۱)، ۱۷-۳۶.
- رضایی، عبدالمطلب و جلیلیان، سارا (۱۳۹۸). **بررسی عوامل راهبردی مدیریت گردشگری روستایی با استفاده از تکنیک SWOT و تشکیل ماتریس QSPM در استان کرمانشاه**، تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران (علوم کشاورزی ایران)، ۵۰ (۱)، ۲۰۱-۲۱۸.
- رضوانی، علی اصغر (۱۳۸۲). **جغرافیا و صنعت توریسم**، تهران، انتشارات پیام نور، چاپ اول.
- زردشتیان، شیرین، نادری، نادر، خسروی، احسان، کرمان، فرانک (۱۴۰۲). **تحلیل استراتژیک توسعه گردشگری روستایی از دیدگاه فرهنگی در اورامانات با تأکید بر گردشگری رویدادمحور**. فصلنامه پیشرفت و توسعه استان کرمانشاه، ۲ (۴)، ۱-۲۴.
- شعاعی، شروان (۱۳۹۴). **راه‌نما و دستورالعمل گردشگری پایدار در منطقه زاگرس مرکزی**، انتشارات معارف
- مهدی‌زاده، ج (۱۳۹۹). **گردشگری شهری**، مجموعه کتاب سبز (۱۴۰۰ راهنمای عمل شهرداری‌ها)، شماره ۱۳.
- میراث فرهنگی و گردشگری استان کرمانشاه (۱۴۰۲). **گردشگری استان کرمانشاه**.
- میرزایی، آتنا، فلاح تبار، نصراله، استعلاجی، علیرضا، فلاح تبار، نصراله (۱۳۹۸). **آسیب‌شناسی اکوتوریسم مناطق نمونه گردشگری روستایی کرمانشاه (مطالعه موردی: ناحیه بیستون)**. نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی (جغرافیای انسانی)، ۱۱ (۴)، ۳۷۵-۳۸۸.

ياسوری، مجید، عزمی، آئیز، حیدری، فائزه (۱۳۹۷). بررسی پتانسیل‌های اشتغال‌زایی گردشگری در روستاهای هدف گردشگری شهرستان پاوه. فضای جغرافیایی گردشگری، ۷ (۲۸)، ۹۵-۱۰۸.

Bridges, J. G., 1959, **A short History of tourism** Travel and tourism Encyclopedia in H. P. sales, (Ed), travel world, London.

Deffner, A., Labriandis, L. (2005), **Planning culture and time in a Mega-event: Thessaloniki as the European City of Culture in 1997**. International Planning studies, 3(10), 241-246.

Higham, J, Lueck, M (2002), **Urban Ecotourism: A Contradiction in Terms? Journal of Ecotourism**. Ecotourism. Vol. 1, no. 1, pp. 36-51.

Richards,R. , Wilson,J (2004). **The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001**. Urban Studies,vol. 41, (10), 1931-1951.

Rohe, W. (2009). **From Local to Global: One Hundred Years of Neighborhood**.

Rohe,W (1994). **Mega-events and urban policy**. Annals of tourism research, vol 21, 1 -19.