



Delineating the future of smart agricultural tourism in Kermanshah province and its development Strategies

Amirhossein Alibaygi¹ , Masoumeh Taghibaygi² 

1. Corresponding Author, Department of Agricultural Extension and Education, College of Agriculture & Nature Resources, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: bagyi1@razi.ac.ir
2. Department of Agricultural Extension and Education, College of Agriculture & Nature Resources, Razi University, Kermanshah, Iran. E-mail: resina2011@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	The current study attempted to investigate on the future of smart agricultural tourism and identify development strategies based on force field analysis in Kermanshah Province using a mixed-methods approach (qualitative and quantitative). The research population consisted of experts from the agricultural and tourism sectors and key informant farmers, totaling 18 individuals. These participants were selected purposefully using specific criteria and snowball sampling methods. Data analysis for the qualitative phase was performed using two stages of open and axial coding through MaxqdaWin18 software, resulting in the identification of 55 barriers and 43 facilitators across seven dimensions: economic, institutional, infrastructural, social, educational, psychological, and cultural factors. The identified barriers and facilitators were compiled into a questionnaire, which was then used to assess their current status. After collecting the completed questionnaires, the data were coded, described, and analyzed using force field analysis methods with SPSSWin20 and Pathmakerwin5.5 software. The results indicated that the scores for barrier forces across all seven identified factors were higher than those for facilitators. This negative outcome clearly indicates that the smart agritourism ecosystem is in an "unfavorable equilibrium" and a "static state." In this condition, the barriers are so strong that they negate any efforts to initiate change and move toward development. According to the research finding, overcoming the existing unfavorable balance requires the simultaneous implementation of integrated solutions at the institutional, infrastructure, and empowerment levels. Among these measures is the creation of an action-oriented program focused on creating an integrated digital platform for the province that can act as the primary driving force for development in this area by directly linking farmers to the market, simplifying management, and promoting smart marketing.
Article history: Received: 25 January 2025 Received in revised form: 26 April 2025 Accepted: 2 August 2025 Published online: Autumn 2025	
Keywords: <i>Agricultural tourism, Barriers and Facilitators, Force field analysis, Fourth generation tourism, Smart tourism.</i>	

Cite this article: Karrari Gharebagh, Sh., Najafi Alamdarlo, H., Khalilian, S. & Delavar, M. (2025). Delineating the future of smart agricultural tourism in Kermanshah province and its development Strategies. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 56-2 (3), 179-213. DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2026.405179.669397>



© The Author(s).

Publisher: The University of Tehran Press.

DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2026.405179.669397>

Extended Abstract

Introduction

The fourth generation of tourism, known as smart tourism, serves as a means to enhance employment and promote sustainable economic growth. However, the development of this form of tourism, particularly within the agricultural sector, has not met expectations. This study was conducted using a mixed-methods approach (qualitative and quantitative) to outline the future of smart agricultural tourism and identify development strategies based on force field analysis in Kermanshah Province.

Method

The research employed a mixed-methods approach (qualitative and quantitative) and followed an exploratory design. It was conducted in two stages. In the first stage, the study identified the obstacles and facilitators to the development of smart agricultural tourism in the province. This qualitative phase involved a research population of 18 experts from the agricultural and tourism sectors, as well as key farmers, who were purposefully selected through criteria and snowball sampling. The second stage of the research focused on outlining the future development of smart agricultural tourism and utilized a quantitative approach. Data for this phase were collected via a questionnaire, which was based on the findings from the first stage. The statistical population for this part also consisted of 18 experts and key farmers from the agricultural and tourism sectors. After the questionnaires were completed, the data were coded, described, and analyzed using the force field analytical method with SPSSWin20 and PathmakerWin5.5 software.

Results

The research findings identified 55 barriers and 43 facilitators, organized into seven categories: economic, institutional, infrastructural, social, educational, psychological, and cultural factors. The analysis revealed that the number of barriers to the development of smart agricultural tourism outweighed the facilitators. In other words, the total score of barriers across all dimensions exceeded that of the facilitators. This negative outcome indicates that the smart agricultural tourism ecosystem in Kermanshah province is currently in an "unfavorable balance" and remains static. The inhibiting forces (obstacles) are so significant that they counteract any efforts toward development. Consequently, without targeted planning to mitigate and remove these barriers, we cannot expect to see progress in smart agricultural tourism in the province in the future. The identified barriers were predominantly structural and macro-level issues manageable by governing institutions, whereas the facilitators were more localized and reliant on individual initiative. After categorizing the facilitators and barriers and assessing their current status, the next step involved identifying measures to weaken the barriers. Ultimately, six key implementation measures were established. The hypothetical application of these measures demonstrated a reduction in the impact of barriers and an enhancement of the facilitators' strength. This finding highlights that development is not only attainable through the creation and execution of intelligent, integrated, and community-oriented solutions, but also that the balance of power can be shifted to favor progress and prosperity.

Conclusions

The results of this study provide a clear and nuanced view of smart agricultural tourism in the province. On one hand, the prevalence of barriers compared to facilitators indicates a significant ongoing challenge. Structural, economic, and institutional obstacles have hindered any spontaneous development in this area, demonstrating a lack of sufficient momentum to break the existing cycle of difficulties. On the other hand, a key finding of this study is the effectiveness of targeted and integrated interventions. Simulating the potential impact of the proposed strategies clearly shows that the system is flexible and responsive to proactive measures. The notable reduction in barriers and the increase in facilitators following these hypothetical interventions indicate that we can overcome the notion of helplessness in the face of challenges. Achieving this requires moving beyond a narrow viewpoint and adopting a holistic, systematic approach.

Author Contributions

All authors contributed equally to the conceptualization of the article and writing of the original and subsequent drafts.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

This work is based upon research funded by the Iran National Science Foundation (INSF) under project No. 4044603.

Ethical considerations

This study was derived from a research project (Grant No. 4044603) scientifically approved by the Iran National Science Foundation (INSF). The research protocol was reviewed and approved as part of the INSFs grant evaluation process. All materials and methods were performed in accordance with the instructions and regulations and this research has been approved by a committee at the Iran National Science Foundation (INSF), Iran. The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and misconduct.

Conflict of interest

The author declares no conflict of interest.

ترسیم آینده گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه و راهکارهای توسعه آن

امیرحسین علی بیگی^۱ ✉ معصومه تقی بیگی^۲

۱. نویسنده مسئول، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: baygi1@razi.ac.ir

۲. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، پردیس کشاورزی و منابع طبیعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. رایانامه: resina2011@gmail.com

لطفاً ایمیل های سازمانی را درج نمایید.

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	پژوهش حاضر با هدف ترسیم آینده گردشگری هوشمند کشاورزی و راهکارهای توسعه آن بر اساس تحلیل میدان نیرو در استان کرمانشاه به صورت آمیخته (کیفی-کمی) انجام شد. جامعه پژوهش خبرگان بخش کشاورزی و گردشگری استان و کشاورزان مطلع کلیدی به تعداد ۱۸ نفر بودند که به صورت هدفمند معیاری و گلوله برفی انتخاب شدند. تحلیل داده‌های فاز کیفی با استفاده از دو مرحله کدگذاری باز و محوری از طریق نرم افزار Maxqda ^{win18} انجام شد که به شناسایی ۵۵ مانع و ۴۳ تسهیل کننده در هفت بعد عامل اقتصادی، نهادی، زیرساختی، اجتماعی، آموزشی، روانشناختی و فرهنگی انجامید. موانع و تسهیل کننده‌های شناسایی شده در قالب پرسشنامه تنظیم و به بررسی وضعیت موجود آنها پرداخته شد. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌های به دست آمده کدگذاری شده و بر مبنای روش تحلیل میدان نیرو با استفاده از نرم افزارهای SPSS ^{win20} و Path maker ^{win5.5} توصیف و تحلیل شدند. بر اساس نتایج، برآیند امتیاز نیروهای موانع در تمامی هفت عامل شناسایی شده بیش از تسهیل کننده‌ها بود. این برآیند منفی به وضوح نشان می‌دهد که اکوسیستم گردشگری هوشمند کشاورزی در یک «تعادل نامطلوب» و «حالت ایستایی» قرار دارد. در این وضعیت موانع آنقدر قوی هستند که هر گونه تلاش برای تغییر و حرکت به سمت توسعه را خنثی می‌کنند. با توجه به یافته‌های پژوهش، خروج از تعادل نامطلوب موجود مستلزم اجرای همزمان راهکارهای یکپارچه در سطوح نهادی، زیرساختی و توانمندسازی است. از جمله این اقدامات، ایجاد برنامه‌ای عمل‌گرا با محوریت ایجاد پلتفرم دیجیتال یکپارچه استان است که بتواند با پیوند دادن مستقیم کشاورزان به بازار، ساده‌سازی مدیریت و ارتقای بازاریابی هوشمند، به عنوان موتور محرک اولیه توسعه در این حوزه عمل کند.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۰۶ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۲/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۱۱ تاریخ انتشار: پاییز ۱۴۰۴	
کلیدواژه‌ها: گردشگری هوشمند، گردشگری کشاورزی، تحلیل میدان نیرو، نسل چهارم گردشگری، موانع و تسهیل کننده‌ها.	

استناد: علی بیگی، امیرحسین و تقی بیگی، معصومه (۱۴۰۴). اثرات افزایش شوری منابع آب زیرزمینی بر الگوی کشت در دشت ارومیه. *مجله تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی*

ایران، ۲-۵۶ (۳)، ۱۷۹-۲۱۳. DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2026.405179.669397>



© نویسندگان.

DOI: <https://doi.org/10.22059/ijaedr.2026.405179.669397>

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران.

مقدمه

نسل چهارم گردشگری بنام گردشگری هوشمند شناخته شده است (Yang et al., 2021) که می‌تواند اطلاعات دقیق و مورد نیاز را برای انتخاب مقاصد امن در اختیار گردشگران قرار دهد (Rezvani et al., 2024). گردشگری هوشمند با بهره‌گیری از رویکردهای نوآورانه و تکنولوژی‌های نوین و افزایش پایه‌های تکنولوژی گردشگری به افزایش اشتغال و رشد اقتصادی پایدار منجر می‌شود (Gretzel et al., 2015). گردشگری هوشمند نتیجه توسعه منطقی تعامل گردشگری سنتی و الکترونیکی است که در آن زمینه برای نوآوری مبتنی بر فناوری ایجاد شده است (Kim et al., 2019). با توجه به مزایای این نوع گردشگری دولت‌ها در سراسر جهان در حال سرمایه‌گذاری بر روی آن هستند و گردشگری هوشمند به طور ویژه به عنوان ابزاری استراتژیک برای توسعه گردشگری در کشورهای مختلف اهمیت پیدا کرده است (Istin et al., 2020) به طوری که بخش زیادی از توسعه گردشگری در کشورهای پیشرو در این زمینه به واسطه هوشمندسازی بوده است (Martínez et al., 2019). از طرفی محققان ابراز داشتند که توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی یکی از راهبردهای مناسب در کشورهای در حال توسعه برای دستیابی به درآمد بالا است و به ویژه این موضوع برای کشورهای صادر کننده نفت مانند ایران که دارای اقتصاد تک محصولی و متکی به نفت است، می‌تواند مؤثر و راهگشا باشد (Kamali et al., 2022؛ De Siano & Canale, 2022؛ Solemannejad et al., 2021؛ Varmazyari et al., 2017؛ Solemannejad et al., 2022؛ Razzaghi Borkhani & Mohammadi, 2018؛ Soleimannejad et al., 2021a). بررسی‌های میدانی و نتایج مطالعات حاکی از آن است که روند هوشمندسازی روستاها و به ویژه بخش گردشگری آن با کندی قابل توجهی مواجه است (Rezvani et al., 2024؛ Mirzaei Rezghabadi et al., 2024؛ Anabestani & Barani Ali Safri Ali-Akbary, 2022؛ Akbari, 2024؛ Salahi-Kajour et al., 2021). و کشور ایران هنوز در زمینه گردشگری هوشمند به خصوص در نواحی روستایی اقدامات مناسب و سازنده‌ای اتخاذ نکرده است (Aslani et al., 2024). همچنین برخلاف اهمیت توجه به توسعه گردشگری هوشمند، توسعه، توجه و رشد این تکنولوژی در گردشگری کشاورزی حتی از لحاظ انجام پژوهش در مراحل مقدماتی است. به طوری که پژوهش‌های موجود برای توسعه مناسب آن کافی نیستند و چارچوب تئوریک پایه‌ی این نوع گردشگری به طور نظام‌مند ارائه نشده است. با توجه به ضرورت توجه به هوشمندسازی در گردشگری کشورهای در حال توسعه (Xiang & Fesenmaier, 2017)، با این حال استان کرمانشاه علیرغم ظرفیت‌های بالای کشاورزی، در سال‌های اخیر با چالش‌هایی نظیر کاهش تعداد کشاورزان به علت نوسانات تولید محصولات، افزایش مهاجرت جوانان و تغییرات آب و هوایی به خصوص خشکسالی و کاهش سفره‌های آب زیرزمینی بوده است که این مسئله بهره‌وری تولیدات کشاورزی را در استان تحت تأثیر قرار داده است، کشاورزان نیازمند درآمد مکمل هستند که گردشگری هوشمند کشاورزی می‌تواند آن را تأمین کند. اگرچه استان کرمانشاه با قابلیت‌های کشاورزی غنی، جغرافیای متنوع و محصولات کشاورزی گوناگون، پتانسیل بالایی برای مشارکت محلی، اشتغال‌زایی، درآمد تکمیلی و توسعه کارآفرینی از طریق جذب گردشگر را دارد، اما مطالعات و بازدیدهای میدانی محققان و مصاحبه با مسئولین سازمان میراث فرهنگی و گردشگری استان و همچنین کارشناسان سازمان جهاد کشاورزی نشان می‌دهد که این صنعت در استان هنوز نوپا و ناشناخته مانده است و اقدام جدی برای بالفعل‌سازی این ظرفیت‌ها صورت نگرفته است. به طوری که به جز در زمان برداشت انار و گیلاس در بقیه‌ی فصول و در زمان برداشت سایر محصولات کشاورزی کمتر گردشگری را می‌توان پیدا نمود که با هدف و انگیزه‌ی گردشگری کشاورزی به استان و منطقه سفر کرده باشد. عدم توجه به پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های کشاورزی و گردشگری استان و عدم برنامه‌ریزی مناسب در راستای بهره‌گیری از آنها سبب شده است که این استان همواره جزء استان‌هایی با بالاترین رقم بیکاری در کشور باشد، شاخص‌های زیربنایی، اقتصادی و اجتماعی در استان در سطح پایینتر از میانگین کشور است، به طوری که در شاخص زیر بنایی در رتبه ۴۱ام، در شاخص اقتصادی در رتبه ۲۶ام و در شاخص اجتماعی در رتبه ۲۳ام کشوری قرار دارد (Parsipour et al., 2021). علاوه بر این بر اساس شاخص درصد جمعیت محروم، استان در وضعیت مطلوبی قرار ندارد (Tayeb-Nia & Fattahi, 2019). این مسائل

سبب شده است که در استان نظام تولید سنتی بر پایه کشاورزی و دامداری در حال نابودی باشد که می‌تواند عواقب منفی برای بخش کشاورزی منطقه، استان و حتی کشور در پی داشته باشد. بنابراین حداقل در سطح دانشگاهی و انجام کار پژوهشی لازم است که به آن پرداخته شود. لذا پژوهش پیش‌رو توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی و ترسیم آینده آن را در استان کرمانشاه مورد بررسی قرار داده است.

پیشینه پژوهش

گردشگری کشاورزی ترکیبی از دو کلمه اگرایی کالچر (Agriculture) به معنای کشاورزی و توریسم (Tourism) به معنای گردشگری است و یکی از انواع گردشگری روستایی محسوب می‌شود (Raimundo et al., 2022). گردشگری کشاورزی شغلی است که کشاورزان روی فعالیت‌های کشاورزی، باغی یا کسب و کار کشاورزی و با هدف ایجاد تفریح برای بازدیدکنندگان و آموزش آنان انجام می‌دهند (Arifyanto, 2021). این نوع کسب و کار در حوزه اقتصادی به متنوع سازی کشاورزی کمک می‌کند و یک منبع درآمد کامل کننده برای کشاورزان به حساب می‌آید و علاوه بر اینکه فرصت‌های شغلی جدیدی را در جامعه روستایی ایجاد می‌نماید و کاهش دهنده فقر، بیکاری و مهاجرت است در حوزه محیط زیستی به حفاظت از محیط زیست، اکوسیستم و زمین‌های کشاورزی یاری می‌رساند (Varotsis, 2022). گردشگری هوشمند به عنوان گردشگری سبز، تمیز، اخلاقی و با ارائه خدمات با کیفیت بالا تعریف می‌شود، این نوع گردشگری تلفیقی از فناوری اطلاعات و ارتباطات با صنعت گردشگری است که برای پاسخگویی به نیازها و خواسته‌های فردی گردشگران، قبل، حین و بعد از سفر است. این نوع گردشگری می‌تواند سطح رقابت‌پذیری مقصدها را افزایش دهد (Li et al., 2018). گردشگری هوشمند کشاورزی نیز یک رویکرد پیشرو به کشاورزی و گردشگری است، به معنای ترکیب فناوری‌های پیشرفته با بخش کشاورزی به منظور بهبود تجربه گردشگری و افزایش بهره‌وری کشاورزی. این نوع گردشگری معمولاً در مناطقی که مزرعه‌ها یا فعالیت‌های کشاورزی وجود دارد، ایجاد می‌شود و می‌تواند شامل بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند مانند تلفن هوشمند، ریزتراشه‌ها، اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، پلتفرم‌ها و اپلیکیشن‌های مختلف برای ارائه خدمات گردشگری، مدیریت فعالیت‌ها، ارائه آموزش‌ها، بهبود تجربه گردشگران، افزایش بهره‌وری کشاورزی و توسعه پایدار کشاورزی و روستایی باشد (Zhang, 2022).

در ارتباط با گردشگری کشاورزی و گردشگری هوشمند کشاورزی مطالعاتی هر چند محدود در داخل و خارج از کشور انجام شده است که در ادامه به اهم نتایج برخی از این مطالعات پرداخته می‌شود.

الگوی در راستای توسعه مقصدهای گردشگری هوشمند در نواحی روستایی استان البرز توسط Zinati-Fakhrabad (2025) انجام شد. بر مبنای نتایج، توسعه گردشگری هوشمند در نواحی روستایی متأثر از چهار بعد اصلی است که شامل: زیرساخت‌های فناورانه و ارتباطی، توانمندسازی اجتماعی و ارتقای سواد دیجیتال جامعه محلی، بازاربایی دیجیتال، شبکه‌های هوشمند خدمات گردشگری و حمایت نهادی و سیاست‌گذاری منطقه‌ای است. همچنین مشخص شد که وجود اینترنت پرسرعت، نقشه‌های دیجیتال، سامانه‌های رزرو آنلاین، داده‌های مکانی و تعامل دو سویه گردشگر و جامعه محلی از عوامل حیاتی در موفقیت گردشگری هوشمند محسوب می‌شوند. نتایج نشان داد روستاهای نزدیک به مراکز شهری و دارای دسترسی بهتر به شبکه‌های ارتباطی، آمادگی بیشتری برای پیاده‌سازی گردشگری هوشمند دارند.

چالش‌ها و راهکارهای گردشگری هوشمند کشاورزی بر اساس مرور نظام‌مند منابع توسط Ghiyathvand & Abbasi (2024) مورد بررسی قرار گرفت. بر اساس نتایج، عمده‌ترین چالش‌های پیشروی گردشگری هوشمند کشاورزی، نگرانی‌های مرتبط به حریم خصوصی و امنیت داده‌ها و فقدان زیرساخت‌های مناسب و پذیرش این نوع از گردشگری است. راهکارهای پیشنهادی عمدتاً بر آموزش و توانمندسازی ذینفعان، اجرای اقدامات فنی برای تضمین حریم خصوصی و امنیت اطلاعات، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها و تمرکز بر ارائه تجربیات اصیل و تعاملی تأکید داشتند.

Ataee et al. (2024) پژوهشی را با عنوان تحلیل اثر توسعه پایدار گردشگری هوشمند بر رشد اقتصادی مقاصد گردشگری منتخب انجام دادند. بر اساس نتایج، توسعه پایدار گردشگری هوشمند سبب بهبود رشد اقتصادی در مقاصد مورد مطالعه شد و

افزایش متغیرهای محرک ارتقای ارزش افزوده صنعت گردشگری نیز، در افزایش رشد اقتصادی این مقاصد مؤثر بود. در این برآورد، همچنین اثر افزایش شاخص آلودگی محیط زیست کاهش رشد اقتصادی را نشان داد. در پژوهشی که Aslani et al. (۲۰۲۴) با عنوان ارائه مدل استراتژی‌های توسعه گردشگری هوشمند در ایران انجام دادند، مولفه‌های مرتبط با گردشگری هوشمند در شش دسته شناسایی شدند: عوامل علی (اقتصادی، تکنولوژیکی، زیرساختی و قانونی)، شرایط زمینه‌ای (محیط زیست، اجتماعی و فرهنگی)، شرایط مداخله‌ای (حمایت دولت، سیاسی و امنیتی)، مقوله محوری (مقاصد، تجربیات و اکوسیستم هوشمند گردشگری)، راهبردها (صنایع پشتیبان، اقدامات فنی و بازاریابی الکترونیکی) و در نهایت، پیامدها (اقتصادی، اجتماعی، پایداری و سیاسی). تحلیل بستر گردشگری هوشمند در روستاهای هدف گردشگری و موانع پیش‌رو در شهرستان پاوه توسط Safri Ali-Akbari (2022) نشان داد که عوامل اجتماعی، اقتصادی و زیرساختی بستر ساز گردشگری هوشمند روستایی در شهرستان پاوه در شرایط نامناسبی قرار دارند. بر مبنای نتایج پنج دسته موانع زیرساختی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی و قانونی در مسیر توسعه گردشگری هوشمند روستایی در شهرستان پاوه وجود دارد.

شناسایی موانع و تسهیل‌کننده‌های توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در غرب استان مازندران توسط Soleman-Nejad انجام شد. بر مبنای نتایج هشت دسته موانع و تسهیل‌کننده در راستای توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در استان شناسایی شدند که شامل عوامل اجتماعی-فرهنگی، فیزیکی-کالبدی، سیاسی-قانونی، مدیریتی، زیرساخت فکری، ارتباطی-تبلیغی، مشارکتی و بازاریابی می‌باشند.

نتیجه تحت عنوان عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی در مناطق روستایی استان تهران توسط Bahmani et al (2021) نشان داد که مهمترین مؤلفه‌های مؤثر بر توسعه گردشگری کشاورزی شامل تعیین اقامتگاه برای گردشگران، ارائه طرح تشویقی در راستای ایجاد فعالیتهای جدید کسب و کار توسط دولت، هماهنگی و مشارکت سازمان‌های مرتبط با توسعه روستایی و گردشگری با ساکنین و توسعه امکانات آموزشی در این حوزه است.

بر مبنای نتیجه پژوهش Asadporian et al (2019) با عنوان شناسایی معیارها و سنجش سطح توسعه اکوتوریسم پایدار در بین قطب‌های گردشگری استان لرستان به این نتیجه دست یافتند که هفت معیار امنیت گردشگران، وضعیت طبیعی، جذابیت تفرجی، پذیرش اجتماعی و مشارکت مردم محلی، وجود زیرساخت‌های گردشگری، حمایت‌های دولتی از منطقه و ایجاد فرصت‌های اقتصادی برای منطقه به منظور توسعه اکوتوریسم پایدار در منطقه لازم است.

تحلیل مشکلات توسعه گردشگری در مناطق روستایی استان قزوین توسط Rezaei & Paski (2015) نشان داد که موانع اصلی توسعه گردشگری در این روستاها شامل چهار عامل اطلاع‌رسانی-پشتیبانی، زیرساختی، انگیزشی-شناختی و اجتماعی-فرهنگی است.

تأثیر فناوری‌های گردشگری هوشمند بر تعامل، تجربیات و دلبستگی مکانی گردشگران توسط Singha et al. (2025) نشان داد که ویژگی فناوری‌های گردشگری هوشمند باعث افزایش تعامل با فناوری می‌شود و بر تجربیات مقصد و دلبستگی به مکان تأثیر مثبت می‌گذارد.

چالش‌های گردشگری هوشمند روستایی در آلبوجارا توسط Flores-Crespo et al. (2022)، مورد بررسی قرار گرفت. بر مبنای نتایج عدم آموزش جامعه محلی در زمینه استفاده از فناوری، عدم حمایت مالی بخش خصوصی، عدم وجود زیرساخت‌های فناوری از جمله اینترنت و توانمندسازی جامع روستایی به عنوان مهمترین موانع گردشگری هوشمند شناسایی و معرفی شدند. Li & Zhong (2022) در پژوهش خود به توسعه یک مدل ادغام گردشگری هوشمند برای حفظ میراث فرهنگی در روستاهای گوانگشی پرداختند. نتیجه پژوهش آنها نشان داد که رویکرد هوشمندسازی به عنوان یکی از رویکردهای قابل اتکا برای توسعه گردشگری منطقه است و در این زمینه توسعه زیرساخت‌ها، حمایت دولت و بخش خصوصی و همراهی جامعه محلی تأثیر بسزایی دارد.

نتیجه پژوهش Lee et al. (2021)، با عنوان نقش اینترنت اشیا در توسعه گردشگری کشاورزی هوشمند نشان داد که اینترنت اشیا می‌تواند با قابلیت‌هایی از قبیل بهبود پلتفرم‌های اطلاعات کشاورزی، ارائه خدمات هوشمند، ایجاد مدل جدیدی از بازاریابی گردشگری هوشمند، توسعه گردشگری کشاورزی را به دنبال داشته باشد.

پژوهشی با عنوان عوامل مؤثر بر توسعه پایدار گردشگری کشاورزی در نواحی کوهستانی آپاسنی توسط Ciolac et al. (2019) نشان داد که برخورد مناسب میزبان و داشتن فرهنگ مهمان‌پذیری، تبلیغات مناسب و فرهنگ سازی بر پایداری گردشگری کشاورزی در منطقه مؤثر بوده است.

Bahatta et al. (2019) در پژوهش خود با عنوان فاکتورهای تعیین‌کننده تمایل کشاورزان برای شروع گردشگری کشاورزی در نپال به این نتیجه دست یافتند که توسعه گردشگری کشاورزی با تمایل و مشارکت کشاورزان به گردشگری کشاورزی ارتباط دارد؛ همچنین کشاورزان جوانتر با تحصیلات بیشتر و زمین بزرگتر تمایل بیشتری به توسعه گردشگری کشاورزی دارند که لازم است برنامه‌ریزان برای توسعه گردشگری کشاورزی این کشاورزان را مدنظر قرار دهند.

Shen & Wang (2018) نیز بر مبنای نتیجه پژوهش خود که در زمینه تأثیر اینترنت اشیا بر توسعه گردشگری کشاورزی بود، به این نتیجه دست یافت که استفاده از این فناوری سبب افزایش جذابیت گردشگری کشاورزی و روستایی برای گردشگران و توسعه آن شده است.

بررسی مطالعات نشان می‌دهد که هوشمندسازی در بخش گردشگری موضوعی جدید در راستای توسعه پایدار در سطح جهانی است که در سال‌های اخیر با افزایش تعداد پژوهش‌ها در این زمینه، اهمیت آن در بخش گردشگری بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. در تأیید این ادعا مطالعه نظام‌مند پژوهش‌های انجام شده در زمینه هوشمندسازی از پایگاه‌های مختلف و معتبر توسط Ghiyathvand & Abbasi (2024) نیز نشان داد که در بین سال‌های ۲۰۱۱ تا سال ۲۰۲۴ در سطح جهان تنها ۹۴ مقاله در زمینه گردشگری هوشمند و گردشگری هوشمند کشاورزی و روستایی انجام گرفته است. در ایران نیز از سال ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۹ مجموعاً ۱۲ پژوهش در زمینه گردشگری هوشمند انجام شده است که هیچ یک از آنها در بخش روستایی و کشاورزی نبوده است. اما از این سال به بعد فراوانی مقاله‌ها افزایش و به مرور بحث هوشمندسازی و هوشمندسازی گردشگری روستایی نیز مورد توجه محققان قرار گرفته است. مطالعه Gholizadeh et al (2023) نیز در زمینه بررسی مقالات انجام شده در ایران در زمینه هوشمندسازی نشان داد که از سال ۱۳۹۶ تا ۱۴۰۰ تنها ۱۲ مقاله علمی-پژوهشی در داخل کشور در زمینه گردشگری هوشمند انجام شده که بیشتر آنها مربوط به رشته مدیریت بازرگانی بوده است. به طور کلی می‌توان گفت در ایران به رغم اهمیت روزافزون و کاملاً بارز گردشگری هوشمند به عنوان یکی از اساسی‌ترین منابع درآمدی در کشور، مطالعات نسبتاً ناچیزی در حوزه گردشگری هوشمند انجام شده است، به طوری که سرآغاز مقالات گردشگری هوشمند در ایران به سال ۱۳۹۶ باز می‌گردد زمانیکه به صورت دقیق‌تر پژوهش‌ها بررسی می‌گردد، محدود بودن مطالعات در بخش گردشگری روستایی و به خصوص کشاورزی بیشتر احساس می‌شود و ضعف پژوهشی در این حوزه کاملاً مشهود است. به عبارتی بحث گردشگری کشاورزی و به خصوص گردشگری هوشمند کشاورزی و تأثیر آن در توسعه روستایی و جنبه‌های مختلف زندگی روستاییان و کشاورزان موضوعی مغفول هم از لحاظ پژوهش و هم از نظر توجه برنامه‌ریزان و سیاستگذاران کشور به آن است، بر این اساس پژوهش حاضر به ترسیم آینده گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه و راهکارهای توسعه آن پرداخته است.

روش‌شناسی پژوهش

معرفی منطقه مورد مطالعه

استان کرمانشاه، هفدهمین استان از لحاظ وسعت است (شکل ۱). وجود خاک حاصلخیز و آب و هوای مناسب، آن را به یکی از قطب‌های کشاورزی ایران تبدیل کرده است، این استان در تولید تعدادی از محصولات راهبردی کشاورزی مانند گندم، جو، چغندر و نخود جز استان‌های تولیدکننده برتر ایران است. شغل اکثر روستاییان و حتی تعدادی از ساکنان شهر در این استان

کشاورزی است. استان کرمانشاه دارای ۱۴ روستای هدف گردشگری، ۴ هزار و ۲۰۰ اثر ثبت شده ملی و یک اثر ثبت شده جهانی است که نشان دهنده استعداد بالای استان در بخش گردشگری است. همچنین استان کرمانشاه دارای ۹۴۹ هزار و ۱۸۰ هکتار اراضی زراعی و باغی و نیز چهار میلیون و ۶۱۳ واحد دامی فعال است که ظرفیت عظیم گردشگری کشاورزی استان را نشان می‌دهد (Hosseinpour et al., 2024). به اعتقاد دولتمردان، کشاورزی بزرگترین فرصت کرمانشاه برای اشتغال‌زایی و کسب درآمد است. اما گردشگری کشاورزی و به خصوص گردشگری هوشمند کشاورزی در استان متناسب با قابلیت‌ها و ظرفیت‌های این استان توسعه پیدا نکرده است. بر این اساس استان کرمانشاه به عنوان منطقه مورد مطالعه انتخاب شد.

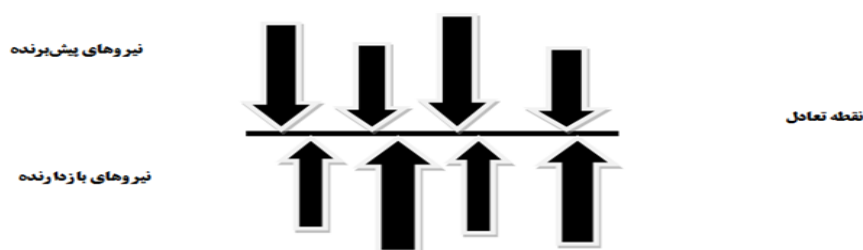


شکل ۱. موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه
Figure1. Geographical Location of the Studied area

روش پژوهش

رویکرد پژوهش حاضر به صورت آمیخته (کیفی-کمی) و از لحاظ طرح تحقیق متوالی اکتشافی است. پژوهش در دو بخش انجام شد. در مرحله نخست موانع و تسهیل کننده‌های توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان شناسایی شد. این بخش به صورت کیفی بود. جامعه پژوهش خبرگان بخش کشاورزی و گردشگری استان و همچنین کشاورزان مطلع کلیدی به تعداد ۱۸ نفر بودند که به صورت هدفمند معیاری و گلوله برفی انتخاب شدند. اما بخش دوم پژوهش یعنی ترسیم آینده توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی به صورت کمی بود که از طریق پرسشنامه داده‌ها گردآوری شد. به عبارتی داده‌های گردآوری شده از مرحله قبل مبنای تشکیل پرسشنامه در این مرحله قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش در این بخش نیز خبرگان بخش کشاورزی و گردشگری استان و همچنین کشاورزان مطلع کلیدی به تعداد ۱۸ نفر بودند. پس از تکمیل پرسشنامه‌ها، داده‌های به دست آمده کدگذاری شده و بر مبنای روش تحلیل میدان، نیرو با استفاده از نرم‌افزارهای SPSSWin20 و PathmakerWin5.5

توصیف و تحلیل شدند. روش تحلیل میدان نیرو توسط کرت لوین ارائه و پیشنهاد شده است که در آن ریشه و علت یک موضوع و مسئله و ارتباط بین آن‌ها به خوبی مشخص می‌شود. (Rietbergen & Narayan, 1998). این روش یک تکنیک برای تشخیص و تجزیه و تحلیل نیروهایی است که بر وضعیت مسأله تأثیر می‌گذارند. به این صورت که وزن هر نیرو با توجه به امتیازی که پاسخگویان به آن‌ها داده‌اند، مشخص می‌گردد و در نهایت نیروهایی که نیاز بیشتری به تقویت دارند و آن‌هایی که نیاز به تضعیف دارند دقیقاً مشخص می‌شوند، تا به برنامه‌ای در راستای تغییر مثبت دست یافت (Kumar, 2001). بر اساس تحلیل میدان نیرو، نیروهای تسهیل‌کننده به ایجاد تغییر تمایل دارند؛ در حالی که نیروهای بازدارنده، به گونه‌ای عمل می‌کنند که نیروهای تسهیل‌کننده را کاهش دهند یا محدود کنند (Baulcomb, 2003). موازنه زمانی برقرار می‌شود که مجموع نیروهای تسهیل‌کننده و بازدارنده مساوی باشد، بنابراین لازم است که با تضعیف نیروهای بازدارنده و یا تشدید نیروهای تسهیل‌کننده و یا هر دو عمل به وضعیت مطلوب دست یافت (Amerion et al., 2011). در این قسمت از پژوهش، محقق قبل از انجام برنامه‌ریزی در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در نقطه‌ی تعادل، نیروهای گوناگونی دارد و می‌خواهد با پیاده‌سازی و اجرا، به سمت هدف حرکت نماید. تعدادی از نیروهای موجود در محیط و شرایط، باعث تسهیل در پیاده‌سازی برنامه و حرکت به سمت هدف می‌شوند. نیروهای مخالف برنامه، مانع از انجام این برنامه می‌شوند و محقق را از حرکت به نقطه هدف باز می‌دارند. حرکت متعادل به سمت توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی نیازمند نیروهایی است که از نیروهای بازدارنده ی تغییر فراتر باشند (شکل ۲)



شکل ۲. ارتباط بین نیروهای تسهیل‌کننده و بازدارنده

Figure 2. The Relationship Between Facilitating and Inhibiting Forces

برای این منظور مراحل زیر که توسط مرکز اروپایی توسعه سیاست‌های مدیریتی (European Center for Development Policy Managerial., 2004) استفاده شده است دنبال خواهد شد.

۱- تغییر مشکل یا وضعیتی که عوامل موافق تغییر (نیروهای تسهیل‌کننده) و مخالف تغییر (موانع) بر آن تأثیر می‌گذارند. در این پژوهش وضعیت دربرگیرنده، توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه است.

۲- لیست کردن نیروهای تسهیل‌کننده و موانع در مقابل یکدیگر.

۳- تحلیل میزان اهمیت نیروهای تسهیل‌کننده و موانع، که بر اساس امتیاز داده شده به هر نیرو توسط پاسخگویان از طریق پرسشنامه حاصل شد. برای محاسبه میزان تعادل یا نقطه تعادل از رابطه ۱ استفاده شد. (رابطه ۱)

$$Eq = \frac{\sum_{i=1}^n \bar{X}_{SD} + \sum_{i=1}^n \bar{X}_{SR}}{2}$$

Eq = نقطه تعادل

SD = میانگین نیروهای تسهیل‌کننده

SR = میانگین نیروهای بازدارنده

n = تعداد نیروهای تسهیل‌کننده یا بازدارنده.

-تبیین و بحث در ارتباط با تقویت نیروهای موافق و تضعیف نیروهای مخالف، در این بخش جهت مشخص شدن اقدامات اجرایی تأثیرگذار بر نیروهای تسهیل کننده و موانع از مصاحبه نیمه ساختارمند با تعداد ۵ نفر از خبرگان بخش گردشگری که به صورت هدفمند انتخاب شدند، استفاده شد و همزمان به منظور تأثیرگذاری و کنترل پذیری هر اقدام اجرایی از پاسخگویان خواسته می شود که امتیازی بین صفر تا ۵ به هر اقدام اجرایی پیشنهادی بدهند. جهت تحلیل داده های این بخش و سنجش میزان اثربخشی هر اقدام اجرایی از رابطه ۲ استفاده شد.

(رابطه ۲)

$$E_i = \frac{Y_i}{\sum Y_i}$$

$$Y_i = C_i \cdot I_i$$

که در آن:

E_i = میزان کارایی راهکار

Y_i = اثر افزایشی کنترل پذیری و تأثیرگذاری

C_i = میزان کنترل پذیری

I_i = میزان تأثیرگذاری

جهت بررسی میانگین ثانویه یا تغییر یافته نیروهای تسهیل کننده و موانع پس از اعمال فرضی راهکارها از رابطه ۳ استفاده خواهد شد.

(رابطه ۳)

$$\bar{X}sd = \bar{X}pi + \sum_{i=1}^n (E_i \times \bar{X}pi)$$

$$\bar{X}SR = \bar{X}pi - \sum_{i=1}^n (E_i \times \bar{X}pi)$$

که در آن:

SD = میانگین ثانویه یا تغییر یافته نیروهای تسهیل کننده

SR = میانگین ثانویه یا تغییر یافته نیروهای بازدارنده

Pi = میانگین اولیه نیروهای تسهیل کننده یا بازدارنده

یافته های پژوهش

به منظور شناسایی موانع و تسهیل کننده های توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در مرحله نخست مصاحبه با ۱۸ نفر از افراد صاحب نظر (خبرگان بخش کشاورزی و گردشگری استان و همچنین کشاورزان مطلع کلیدی) انجام گرفت. حاصل این مرحله شناسایی ۵۵ مفهوم کلیدی در زمینه موانع و ۴۳ مفهوم در زمینه تسهیل کننده های توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بود. پس از تعیین مفاهیم و مقولات، مرحله بعد کدگذاری محوری بود. در این مرحله باید مقولات در پرتو داده های واقعی پالایش یابند و ارتباط آنها با یکدیگر مشخص شود. در این مرحله طبقات جامع و مانع تشکیل شد و متناسب با بار مفهومی جمله های هر طبقه، مفهوم سازی صورت گرفت. طبقه های ایجاد شده برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی شامل عوامل اقتصادی، نهادی، زیرساختی، اجتماعی، آموزشی، روانشناختی، بودند. پس از شناسایی موانع و تسهیل کننده ها در مرحله بعد وضعیت موجود هر یک از گویه ها و عوامل مرتبط مورد بررسی قرار گرفت.

تحلیل نیروهای تسهیل کننده و موانع توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی

موانع و نیروهای تسهیل کننده مرتبط با عامل اقتصادی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در جدول ۱ ارائه شده است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای تسهیل کننده و موانع ۲۲/۰۴ است. بنابراین برای رسیدن به تعادل لازم است که برآیند امتیاز نیروهای تسهیل کننده و موانع هر دو به ۲۲/۰۴ برسد و یا اینکه به نفع نیروهای تسهیل کننده (برآیند این نیروها بیشتر از میزان تعادل) و به ضرر موانع (برآیند این نیروها کمتر از میزان تعادل) باشد.

جدول ۱. نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل اقتصادی

Table1. Facilitating Forces and Obstacles Related to the Economic Factor

میانگین	عامل اقتصادی	نیروهای تسهیل کننده	میانگین
۵		نیروهای بازدارنده	
۲/۷۶		ارائه وام‌های کم بهره و مشوق‌های مالی	۴/۳۷
۱/۱۱		جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی برای توسعه زیرساخت‌ها، پلتفرم‌ها و پروژه‌های گردشگری کشاورزی	۴/۵۴
۱/۰۳		ارائه بسته‌های حمایتی و یارانه‌ها (یارانه‌های هدفمند برای خرید تجهیزات هوشمند و فناوری‌های نوین)	۴/۸۴
۱/۳۷		ایجاد شتاب‌دهنده‌ها و مراکز رشد برای استارت‌آپ‌های فعال در زمینه گردشگری هوشمند کشاورزی و تأمین سرمایه اولیه برای آنها	۴/۶۸
۳/۱۷		کمک به شماغل خانگی و کسب و کارهای کوچک در مناطق روستایی برای ارائه خدمات و محصولات مرتبط با گردشگری	۳/۲۴
		-	۴/۷۶
		-	۳/۸۵
		-	۴/۳۶
		جمع	جمع
	۹/۴۴	-۳۴/۶۴	

*علامت منفی، نشان‌دهنده بازدارندگی عوامل است.

منبع: یافته‌های پژوهش

موانع و نیروهای تسهیل کننده مرتبط با عامل نهادی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در جدول ۲ ارائه شده است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای تسهیل کننده و موانع ۱۸/۸۳ است.

جدول ۲. نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل نهادی

Table2. Facilitating Forces and Obstacles Related to the Government Factor

میانگین	نیروهای تسهیل کننده	عامل نهادی	میانگین
۵	نیروهای بازدارنده		
۱	تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های بلند مدت برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در سطح ملی و منطقه‌ای		۴/۲۸
۱/۰۶	وضع قوانین و مقرراتی که فرآیندهای اداری را ساده‌تر کند و مشوق سرمایه‌گذاری در این بخش باشد		۳/۲۷
۲/۰۷	ایجاد همکاری و هماهنگی بین وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف (سازمان جهاد کشاورزی، سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری، سازمان محیط زیست)		۲/۴۵
۲/۰۱	تسهیل و کاهش موانع ورود برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی		۴/۳۷
۰/۸۴	حمایت از تشکیل انجمن‌ها و اتحادیه‌های مرتبط با گردشگری کشاورزی برای هم‌افزایی منافع ذی‌نفعان		۴/۶۵
۱/۱۱	سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها توسط دولت و بخش خصوصی مثل اینترنت پرسرعت، فیبر نوری، تأمین برق پایدار توسط انرژی‌های تجدیدپذیر و بهبود پوشش شبکه موبایل		۴/۹۴
۱	حمایت از فناوری‌های جایگزین مانند اینترنت ماهواره‌ای یا شبکه‌های بی‌سیم برای اتصال مزارع		۴/۳۹
۱	تدوین قوانین و مقررات به روز توسط مجلس و نهادهای مربوطه در زمینه حريم خصوصی داده‌ها، مسئولیت‌های حقوقی و امنیت سایبری		-
۱	توسعه زبان یکپارچه از طریق همکاری بین بخشی مانند ایجاد کارگروه و شورای مشترک با حضور نمایندگان دولت، دانشگاه‌ها، صنعت و بخش خصوصی		-
۱	ایجاد استراتژی و سیاست‌گذاری کلان از طریق تدوین سند ملی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی		-
۱/۳۳	حمایت از تحقیق و توسعه با اختصاص بودجه و امکانات دیپلماسی و همکاری بین‌الملل از طریق استفاده از تجربیات موفق سایر کشورها و همکاری با سازمان‌های بین‌المللی در این زمینه		-
جمع	جمع	۱۳/۴۲	۲۸/۳۵
		جمع	جمع

منبع: یافته‌های پژوهش

موانع و نیروهای تسهیل کننده مرتبط با عامل زیرساختی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در جدول ۳ ارائه شده است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای تسهیل کننده و موانع ۲۱/۵۳ است.

جدول ۳. نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل زیرساختی

Table3. Facilitating Forces and Obstacles Related to the Infrastructural Factor

میانگین	عامل زیرساختی	نیروهای تسهیل کننده	میانگین
۵			
۲/۱۴	 	توسعه زیرساخت‌های دولت الکترونیک	۴/۳۶
۱/۳۴	 	توسعه سیستم‌های ناوبری هوشمند به منظور اعلام وضعیت حمل و نقل عمومی، پارکینگ‌ها، وضعیت ترافیک و مسیرهای مناسب	۳/۶۷
۲/۱۱	 	توسعه اقامتگاه‌ها و هتل‌های هوشمند (سیستم رزرو آنلاین، سیستم کنترل نور، دما یا سفارش غذا)	۲/۲۳
۲/۱۰	 	تسهیل زیرساخت‌های دسترسی مناطق روستایی به اینترنت و پوشش شبکه موبایل	۴/۵۷
۲/۰۷	 	توسعه سیستم تولید و فرآوری کشاورزی هوشمند	۳/۸۹
		-	۴/۶۱
		-	۲/۵۵
		-	۴/۶۰
		-	۲/۷۵
	۹/۸۳	جمع	جمع
	-۳۳/۲۳		

منبع: یافته‌های پژوهش

موانع و نیروهای تسهیل کننده مرتبط با عامل اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در جدول ۴ ارائه شده است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای تسهیل کننده و موانع ۱۷/۲۹ است.

جدول ۴. نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل اجتماعی

Table4. Facilitating Forces and Obstacles Related to the Social Factor

میانگین	نیروهای تسهیل کننده	عامل اجتماعی	نیروهای بازدارنده	میانگین
۲/۳۶	همکاری جوامع محلی در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی	← →	عدم اطمینان، عدم اعتماد و شک و تردید نسبت به فناوری در بین کشاورزان	۳/۶۵
۱/۸۴	ایجاد فرصت‌های شغلی مستقیم و غیر مستقیم برای جوانان و زنان در مناطق روستایی	← →	فقدان درک جامع از گردشگری هوشمند کشاورزی در بین کشاورزان	۴/۹۲
۲/۱۴	تشویق و توانمندسازی مردم محلی برای مشارکت فعال در برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های گردشگری	← →	روستاییان و کشاورزان ممکن است از مزایای گردشگری هوشمند کشاورزی آگاه نباشند یا به موفقیت آن اعتماد نکنند	۴/۸۵
	-	→	مهارت‌های ارتباطی ضعیف کشاورزان	۴/۲۴
	-	→	کاهش جمعیت جوان و نیروی کار در روستاها که می‌تواند به توسعه این بخش آسیب برساند	۳/۸۱
	-	→	مقاومت روستاییان در برابر ورود گردشگر (به دلیل ترس از تغییر فرهنگی و شلوغی یا آسیب به محیط زیست)	۱/۱۸
	-	→	عدم مشارکت جوامع محلی در اجرای طرح‌های گردشگری	۲/۱۷
	-	→	فقدان ذهنیت تجاری کشاورزی	۱/۱۳
	-	→	مسائل مربوط به مالکیت زمین (اختلافات در برابر مالکیت زمین یا تمایل نداشتن کشاورزان به اشتراک گذاشتن فضای خصوصی خود)	۲/۲۹
	جمع	۶/۳۴	جمع	-۲۸/۲۴

منبع: یافته‌های پژوهش

موانع و نیروهای تسهیل کننده مرتبط با عامل آموزشی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در جدول ۵ ارائه شده است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای تسهیل کننده و موانع ۲۴/۴۶ است.

جدول ۵. نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل آموزشی

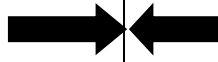
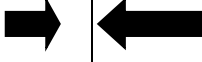
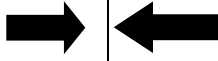
Table5. Facilitating Forces and Obstacles Related to the Educational Factor

میانگین	عامل آموزشی	نیروهای تسهیل کننده	میانگین
۳/۳۶	برگزاری کارگاه و دوره های آموزشی با همکاری دانشگاه ها، سازمان های فنی حرفه ای و سازمان های دولتی برای کشاورزان و جوامع محلی در زمینه مدیریت گردشگری، بازاریابی، استفاده از فناوری و ارائه خدمات با کیفیت	کمبود دانش و آگاهی کشاورزان برای کار با فناوری	۴/۶۴
۲/۳۶	برگزاری همایش ها، نشست ها و کمپین های آگاه سازی برای معرفی مزایای گردشگری	کمبود نیروی انسانی متخصص و با تجربه در نهادها و سازمان های دولتی و خصوصی فعال گردشگری	۴/۵۰
۱/۷۶	پرورش متخصصان بومی در رشته های مرتبط با کشاورزی هوشمند و گردشگری دیجیتال	عدم وجود برنامه های آموزشی و ترویجی به منظور آموزش کشاورزان و گردشگران	۳/۳۵
۱/۵۵	توانمندسازی جامعه محلی از طریق اطمینان بخشی به آنها از اینکه توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی باعث ایجاد شغل های جدید می شود و به نفع آنهاست	کمبود راهنمای متخصص تورهای گردشگری کشاورزی	۳/۲۶
۲/۴۸	برگزاری دوره های آموزشی فناوری های هوشمند برای جامعه میزبان	عدم آشنایی گردشگران با مزایای گردشگری هوشمند	۳/۶۷
۱/۲۸	آموزش مدیران متخصص در حوزه گردشگری کشاورزی با دانش کافی در مورد کشاورزی، فرهنگ محلی و اصول راهنمایی گردشگر برای مدیریت تورهای گردشگری	عدم آشنایی مسئولین منطقه با مزیت های اقتصادی گردشگری هوشمند کشاورزی	۱/۹۱
۱/۰۹	افزایش آگاهی عمومی در مورد اهمیت گردشگری کشاورزی و هوشمندسازی آن	آگاهی اندک بسیاری از مردم بومی از مزایا و منافع گردشگری	۳/۸۳
-	-	عدم آگاهی از اصول بازاریابی دیجیتال جذاب	۳/۶۷
-	-	نبود کارگاه ها و برنامه های آموزشی مستمر برای به روز رسانی دانش و مهارت های فعالان این حوزه	۴/۱۱
-	-	ناهماهنگی بین محتوای آموزشی دانشگاهی و نیاز بازار (فارغ التحصیلان ممکن است مهارت های لازم برای کار در این حوزه بین رشته ای را نداشته باشند)	۳/۸۳
جمع	۱۳/۱۶	جمع	۳۵/۷۷

منبع: یافته های پژوهش

موانع و نیروهای تسهیل کننده مرتبط با عامل روانشناختی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در جدول ۶ ارائه شده است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای تسهیل کننده و موانع ۱۶/۷۸ است. بنابراین برای رسیدن به تعادل لازم است که برآیند امتیاز نیروهای تسهیل کننده و موانع هر دو به ۱۶/۷۸ برسد و یا اینکه به نفع نیروهای تسهیل کننده (برآیند این نیروها بیشتر از میزان تعادل) و به ضرر موانع (برآیند این نیروها کمتر از میزان تعادل) باشد.

جدول ۶. نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل روانشناختی
Table 6.. Facilitating Forces and Obstacles Related to the Psychological Factor

میانگین	نیروهای تسهیل کننده	عامل روانشناختی	میانگین
۴/۶۵	نیروهای بازدارنده		
۱	برگزاری جلسات گفتگو با جوامع محلی برای شنیدن نگرانی‌هایشان و ارائه توضیحات شفاف در مورد تأثیرات احتمالی گردشگری هوشمند کشاورزی		۴/۶۵
۲/۳۷	ایجاد انگیزه در کشاورزان برای پذیرش تغییرات و سرمایه‌گذاری در گردشگری با نشان دادن منافع اقتصادی و اجتماعی		۴/۷۸
۱/۷۴	طراحی تجربه‌هایی که رضایت و وفاداری گردشگران را جلب کند		۴/۴۸
۲/۶۸	ایجاد اعتماد بین گردشگران، کشاورزان و جامعه محلی		۳/۳۹
۴/۱۶	ایجاد احساس تعلق در گردشگران به منطقه و کشاورزی محلی		۴/۳۲
-	فقدان انگیزه و روحیه کارآفرینی در بین کشاورزان		۲/۱۸
جمع	جمع	۱۱/۹۵	۲۱/۶۲ -

منبع: یافته‌های پژوهش

موانع و نیروهای تسهیل کننده مرتبط با عامل فرهنگی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در جدول ۷ ارائه شده است. نقطه تعادل بین این دسته از نیروهای تسهیل کننده و موانع ۲۰/۹۵ است. بنابراین برای رسیدن به تعادل لازم است که برآیند امتیاز نیروهای تسهیل کننده و موانع هر دو به ۲۰/۹۵ برسد و یا اینکه به نفع نیروهای تسهیل کننده (برآیند این نیروها بیشتر از میزان تعادل) و به ضرر موانع (برآیند این نیروها کمتر از میزان تعادل) باشد.

جدول ۷. نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل فرهنگی

Table 7. Facilitating Forces and Obstacles Related to the Cultural Factor

میانگین	نیروهای تسهیل کننده	عامل فرهنگی	میانگین
۵	نیروهای تسهیل کننده		
۳/۶۰	ترویج و حفظ روش های سنتی کشاورزی، گونه های محلی گیاهی و جانوری، و دانش بومی در توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی		۲/۸۵
۴/۶۱	نمایش و ترویج آداب و رسوم، غذاهای محلی، صنایع دستی، و سبک زندگی روستایی		۱/۷۵
۲/۸۵	آموزش و ترویج احترام به محیط زیست و اصول کشاورزی پایدار در میان گردشگران و جوامع محلی		۳/۶۷
۱	استفاده از قصه گویی برای ارتباط دادن گردشگران با تاریخچه، فرهنگ، و ارزش های مناطق کشاورزی		۴/۵۴
۲/۱۶	تولید محتوای فرهنگی (موسیقی، فیلم، تئاتر) و رسانه ای (مستند، پادکست و برنامه تلویزیونی) که داستان ها و ارزش های فرهنگی مناطق روستایی و کشاورزی مختلف را به شیوه ای جذاب و قابل فهم به تصویر بکشد		۳/۸۴
۲/۰۸	اطمینان دادن به جوامع محلی از اینکه توسعه گردشگری به حفظ فرهنگ، آداب و رسوم، و سنت های محلی کمک می کند و نه تخریب آنها		۴/۷۸
۴/۱۸	ارتقاء فرهنگ مهمان نوازی و پذیرش گردشگران توسط جوامع محلی		-
جمع	جمع	۲۰/۴۸	-۲۱/۴۳
جمع	جمع		

منبع: یافته های پژوهش

مقایسه نیروهای مرتبط با موانع و تسهیل کننده های توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی به صورت کلی در جدول ۸ ارائه شده است. در تمامی عوامل برآیند امتیاز بازدارنده ها بیش از تسهیل کننده ها است.

جدول ۸. مقایسه نیروی‌های مرتبط با عوامل تسهیل کننده و بازدارنده

Table8. Comparison of Forces Related to Facilitating and Inhibiting Factors

برآیند	نیروهای تسهیل کننده		نیروهای بازدارنده	برآیند
۹/۴۴	اقتصادی	➡	اقتصادی	-۳۴/۶۴
۱۳/۴۲	نهادی	➡	نهادی	-۲۸/۲۵
۹/۸۲	زیرساختی	➡	زیرساختی	-۳۳/۲۳
۶/۳۴	اجتماعی	➡	اجتماعی	-۲۸/۲۴
۱۳/۱۶	آموزشی	➡	آموزشی	-۳۵/۷۷
۱۱/۹۵	روانشناختی	➡	روانشناختی	-۲۱/۶۲
۲۰/۴۸	فرهنگی	➡	فرهنگی	-۲۱/۴۳
	جمع	۸۴/۶۱	جمع	-۲۰۳/۱۸

منبع: یافته‌های پژوهش

اقدامات اجرایی مناسب در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی

پس از شناسایی تسهیل کننده‌ها و موانع توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی و بررسی میزان تأثیر هر یک بر توسعه یا عدم توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی، در گام بعدی به شناسایی اقدامات اجرایی مؤثر بر نیروهای تسهیل کننده و موانع بر اساس نظر خبرگان پرداخته شد. در جدول ۹ اقدامات اجرایی، میزان اثرگذاری و کنترل پذیری آنها بر نیروهای تسهیل کننده و موانع مشخص شده است.

جدول ۹. اقدامات اجرایی، میزان اثرگذاری و کنترل پذیری آنها بر نیروهای تسهیل کننده و موانع

Table9.Executive Measures, their Effectiveness and Controllability on Facilitating Forces and Obstacles

اقدامات اجرایی	میزان اثرگذاری*	میزان کنترل پذیری*	اثر افزایشی اثرگذاری و کنترل پذیری	میزان کارایی
ایجاد صندوق نوآوری و حمایت از کسب و کارهای خرد روستایی در گردشگری هوشمند کشاورزی	۵	۴	۲۰	۰/۲
ایجاد و توسعه یک پلتفرم جامع از مزرعه تا مشتری با مدل تعاونی	۵	۴	۲۰	۰/۲
تشکیل تیمی از نمایندگان کلیدی در زمینه گردشگری هوشمند کشاورزی با عنوان تسهیل گر محلی گردشگری هوشمند کشاورزی	۴	۳	۱۲	۰/۱۲
ارائه برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی نهادی با عنوان سفیران توسعه روستایی به منظور افزایش درک کارکنان و مدیران سازمان‌های دولتی و محلی در مورد پتانسیل‌های گردشگری کشاورزی، نیازهای روستاییان و تقویت فرهنگ حمایت-گرایانه	۳	۴	۱۲	۰/۱۲
توسعه برنامه‌های توانمندسازی جامعه محلی و ایجاد شبکه فعالان گردشگری روستایی و کشاورزی	۴	۴	۱۶	۰/۱۶
ایجاد برنامه توسعه بردینگ و روایت‌گری به منظور غلبه بر موانع ناشی از عدم شناخت، عدم جذابیت بصری و ذهنی و تصورات منفی در مورد مقاصد روستایی و همچنین ایجاد کنجکاوی، اعتماد و تمایل قوی در گردشگران برای بازدید	۵	۴	۲۰	۰/۲
مجموع	-	-	۱۰۰	۱

* طیف امتیازات: ۵-۱.

منبع: یافته‌های پژوهش

تأثیر اقدامات اجرایی شناسایی شده بر کاهش موانع توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی

در این بخش میزان تأثیر هر یک از اقدامات اجرایی شناسایی شده بر کنترل پذیری و کاهش اثر موانع و تقویت تسهیل کننده های توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی مورد بررسی قرار می گیرد.

در جدول ۱۰ وضعیت موانع و تسهیل کننده های مرتبط با عامل اقتصادی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی نشان داده شده است. با اعمال اقدامات اجرایی تغییرات تعادل از ۹/۴۴: ۳۴/۶۴ - (علیه طرح) به ۱۲/۲۸: ۳۲/۳۶ - (به نفع طرح) می رسد.

جدول ۱۰. وضعیت نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل اقتصادی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی

Table 10. The Status of Facilitating Forces and Obstacles Related to the Economic Factor After the Hypothetical Implementation of Executive Measures

میانگین	عامل اقتصادی	نیروهای تسهیل کننده	میانگین
۵	نیروهای بازدارنده		
۳/۶۴	نیاز به هزینه و سرمایه بالا برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی، راه اندازی زیرساخت های هوشمند، خرید تجهیزات، توسعه پلتفرم ها و آموزش نیروی انسانی		۴/۱۹
۱/۴۶	جذب سرمایه گذاران بخش خصوصی برای توسعه زیرساخت ها، پلتفرم ها و پروژه های گردشگری کشاورزی		۴/۳۵
۱/۲۳	ارائه بسته های حمایتی و یارانه ها (یارانه های هدفمند برای خرید تجهیزات هوشمند و فناوری های نوین)		۴/۶۴
۱/۶۴	ایجاد شتاب دهنده ها و مراکز رشد برای استارت آپ های فعال در زمینه گردشگری هوشمند کشاورزی و تأمین سرمایه اولیه برای آنها		۳/۹۴
۴/۳۱	کمک به شماغل خانگی و کسب و کارهای کوچک در مناطق روستایی برای ارائه خدمات و محصولات مرتبط با گردشگری		۳/۱۱
	فصلی بودن درآمد گردشگری کشاورزی و نبود درآمد ثابت		۴/۷۶
	عدم حمایت مالی بخش خصوصی		۳/۷۰
	نبود مدل های کسب و کار پایدار (مشخص نبودن نحوه درآمدزایی مستمر و توجیه اقتصادی برای کشاورزان و سرمایه گذاران)		۳/۶۷
جمع	۱۲/۲۸	۳۲/۳۶ -	جمع

منبع: یافته های پژوهش

در جدول ۱۱ وضعیت موانع و تسهیل کننده‌های مرتبط با عامل نهادی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی نشان داده شده است. با اعمال اقدامات اجرایی تغییرات تعادل از ۱۳/۴۲: ۲۸/۲۵ - (علیه طرح) به ۱۵/۳: ۲۴/۰۳ - (به نفع طرح) می‌رسد.

جدول ۱۱. وضعیت نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل نهادی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی

Table 11. The Status of Facilitating Forces and Obstacles Related to the Government Factor After the Hypothetical Implementation of Executive Measures

میانگین	نیروهای تسهیل کننده	عامل نهادی	نیروهای بازدارنده	میانگین
۵	تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های بلند مدت برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در سطح ملی و منطقه‌ای	←	عدم وجود استراتژی و سیاست‌گذاری‌های کلان مانند حمایت‌های دولتی	۳/۴۲
۱/۱۸	وضع قوانین و مقرراتی که فرآیندهای اداری را ساده‌تر کند و مشوق سرمایه‌گذاری در این بخش باشد	←	ضعف نظام مدیریت و ساختار سازمانی	۲/۸۷
۲/۳۱	ایجاد همکاری و هماهنگی بین وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف (سازمان جهاد کشاورزی، سازمان میراث فرهنگی صنایع دستی و گردشگری، سازمان محیط زیست)	←	کاهش اعتماد به سیستم مدیریت روستایی به دلیل وجود نظام غیر شفاف و غیر پاسخگو	۲/۰۵
۲/۴۱	تسهیل و کاهش موانع ورود برای سرمایه‌گذاری بخش خصوصی	←	نبود یک دیدگاه و برنامه جامع از سوی دولت برای توسعه این نوع گردشگری	۳/۸۴
۲/۰۶	حمایت از تشکیل انجمن‌ها و اتحادیه‌های مرتبط با گردشگری کشاورزی برای هم‌افزایی منافع ذی‌نفعان	←	نبود طرح و برنامه مشخص در زمینه ایجاد اشتغال در بخش گردشگری	۴/۰۹
۱/۳۳	سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها توسط دولت و بخش خصوصی مثل اینترنت پرسرعت، فیبر نوری، تأمین برق پایدار توسط انرژی‌های تجدیدپذیر و بهبود پوشش شبکه موبایل	←	فقدان چارچوب‌های قانونی مشخص برای توسعه گردشگری کشاورزی و استفاده از فناوری‌های هوشمند در این حوزه	۴/۲۵
۱/۲۱	حمایت از فناوری‌های جایگزین مانند اینترنت ماهواره‌ای یا شبکه‌های بی‌سیم برای اتصال مزارع	←	عدم شفافیت در خصوص وظایف و مسئولیت‌های هر یک از نهادهای دولتی (سازمان جهاد کشاورزی، میراث فرهنگی و غیره)	۳/۵۱
۱/۱۳	تدوین قوانین و مقررات به روز توسط مجلس و نهادهای مربوطه در زمینه حریم خصوصی داده‌ها، مسئولیت‌های حقوقی و امنیت سایبری	←	-	-
۱/۱۲	توسعه زبان یکپارچه از طریق همکاری بین بخشی مانند ایجاد کارگروه و شورای مشترک با حضور نمایندگان دولت، دانشگاه‌ها، صنعت و بخش خصوصی	←	-	-
۱/۱۲	ایجاد استراتژی و سیاست‌گذاری کلان از طریق تدوین سند ملی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی	←	-	-
۱/۳۳	حمایت از تحقیق و توسعه با اختصاص بودجه و امکانات دیپلماسی و همکاری بین‌الملل از طریق استفاده از تجربیات موفق سایر کشورها و همکاری با سازمان‌های بین‌المللی در این زمینه	←	-	-
جمع	۱۵/۲	۳۴/۰۳ -	جمع	

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول ۱۲ وضعیت موانع و تسهیل کننده‌های مرتبط با عامل زیرساختی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی نشان داده شده است. با اعمال اقدامات اجرایی تغییرات تعادل از ۹/۸۳: ۳۳/۳۳- (علیه طرح) به ۱۰/۱۷: ۳۰/۴۵- (به نفع طرح) می‌رسد.

جدول ۱۲. وضعیت نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل زیرساختی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی

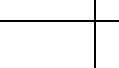
Table 12. The Status of Facilitating Forces and Obstacles Related to the Infrastructure Factor After the Hypothetical Implementation of Executive Measures

میانگین	نیروهای تسهیل کننده	عامل زیرساختی	نیروهای بازدارنده	میانگین
۲/۱۴	توسعه زیرساخت‌های دولت الکترونیک		ضعف زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات در مزارع و روستاها	۴/۳۶
۱/۳۴	توسعه سیستم‌های ناوبری هوشمند به منظور اعلام وضعیت حمل و نقل عمومی، پارکینگ‌ها، وضعیت ترافیک و مسیرهای مناسب		نبود اقامتگاه‌های رفاهی دارای امکانات توسعه هوشمند	۳/۶۷
۲/۱۱	توسعه اقامتگاه‌ها و هتل‌های هوشمند (سیستم رزرو آنلاین، سیستم کنترل نور، دما یا سفارش غذا)		زیرساخت‌های ضعیف برای تقویت تعامل گردشگران	۱/۷۸
۲/۱۰	تسهیل زیرساخت‌های دسترسی مناطق روستایی به اینترنت و پوشش شبکه موبایل		عدم توجه به بستر بازاریابی شبکه‌ای و سایر ابزارهای تبلیغاتی	۳/۶۵
۲/۴۸	توسعه سیستم تولید و فراآوری کشاورزی هوشمند		ضعف شبکه توزیع و فروش حرفه‌ای محصولات روستایی	۲/۴۸
-	-		آنتن‌دهی ضعیف شبکه تلفن همراه و اینترنت در روستاها و مزارع دور افتاده	۴/۶۱
-	-		عدم دسترسی آسان به پایانه‌های کارتخوان و خدمات پرداخت آنلاین در مناطق روستایی	۲/۵۵
-	-		عدم استفاده از ظرفیت ابزارهای چند رسانه‌ای، بروشورهای الکترونیکی و تورهای مجازی	۴/۶۰
-	-		نبود زیرساخت مناسب رزرو بلیط، حمل و نقل بین روستایی، اقامت و پذیرایی	۲/۷۵
جمع	جمع		جمع	

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول ۱۳ وضعیت موانع و تسهیل کننده‌های مرتبط با عامل اجتماعی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی نشان داده شده است. با اعمال اقدامات اجرایی تغییرات تعادل از ۶/۳۴: ۲۸/۲۴- (علیه طرح) به ۸/۲۱: ۱۹/۳۳- (به نفع طرح) می‌رسد.

جدول ۱۳. وضعیت نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل اجتماعی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی
Table 13. The Status of Facilitating Forces and Obstacles Related to the Social Factor After the Hypothetical Implementation of Executive Measures

میانگین	نیروهای تسهیل کننده	عامل اجتماعی	نیروهای بازدارنده	میانگین
۲/۷۳	همکاری جوامع محلی در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی		عدم اطمینان، عدم اعتماد و شک و تردید نسبت به فناوری در بین کشاورزان	۲/۶۲
۲/۵۷	ایجاد فرصت‌های شغلی مستقیم و غیر مستقیم برای جوانان و زنان در مناطق روستایی		فقدان درک جامع از گردشگری هوشمند کشاورزی در بین کشاورزان	۳/۵۴
۲/۹۱	تشویق و توانمندسازی مردم محلی برای مشارکت فعال در برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های گردشگری		روستاییان و کشاورزان ممکن است از مزایای گردشگری هوشمند کشاورزی آگاه نباشند یا به موفقیت آن اعتماد نکنند	۲/۹۱
-	-		مهارت‌های ارتباطی ضعیف کشاورزان	۳/۱۲
-	-		کاهش جمعیت جوان و نیروی کار در روستاها که می‌تواند به توسعه این بخش آسیب برساند	۳/۲۰
-	-		مقاومت روستاییان در برابر ورود گردشگر (به دلیل ترس از تغییر فرهنگی و شلوغی یا آسیب به محیط زیست)	۰/۸۳
-	-		عدم مشارکت جوامع محلی در اجرای طرح‌های گردشگری	۱/۸۲
-	-		فقدان ذهنیت تجاری کشاورزی	۰/۹۰
-	-		مسائل مربوط به مالکیت زمین (اختلافات در برابر مالکیت زمین یا تمایل نداشتن کشاورزان به اشتراک گذاشتن فضای خصوصی خود)	۲/۳۹
جمع	۸/۲۱	-۱۹/۳۳	جمع	

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول ۱۴ وضعیت موانع و تسهیل کننده‌های مرتبط با عامل آموزشی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی نشان داده شده است. با اعمال اقدامات اجرایی تغییرات تعادل از ۱۳/۱۶: ۳۵/۷۷- (علیه طرح) به ۱۹/۲۵: ۲۶/۰۱- (به نفع طرح) می‌رسد.

جدول ۱۴. وضعیت نیروهای تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل آموزشی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی

Table14. The Status of Facilitating Forces and Obstacles Related to the Educational Factor After the Hypothetical Implementation of Executive Measures

میانگین	عامل آموزشی	نیروهای تسهیل کننده	میانگین
۴/۳۰	برگزاری کارگاه و دوره‌های آموزشی با همکاری دانشگاه‌ها، سازمان‌های فنی حرفه‌ای و سازمان‌های دولتی برای کشاورزان و جوامع محلی در زمینه مدیریت گردشگری، بازاریابی، استفاده از فناوری و ارائه خدمات با کیفیت	کمبود دانش و آگاهی کشاورزان برای کار با فناوری	۳/۳۴
۲/۹۲	برگزاری همایش‌ها، نشست‌ها و کمپین‌های آگاه سازی برای معرفی مزایای گردشگری	کمبود نیروی انسانی متخصص و با تجربه در نهادها و سازمان‌های دولتی و خصوصی فعال گردشگری	۳/۹۶
۱/۹۷	پرورش متخصصان بومی در رشته‌های مرتبط با کشاورزی هوشمند و گردشگری دیجیتال	عدم وجود برنامه‌های آموزشی و ترویجی به منظور آموزش کشاورزان و گردشگران	۱/۲۲
۲/۱۷	توانمندسازی جامعه محلی از طریق اطمینان بخشی به آنها از اینکه توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی باعث ایجاد شغل‌های جدید می‌شود و به نفع آنهاست	کمبود راهنمای متخصص تورهای گردشگری کشاورزی	۱/۹۹
۳/۴۷	برگزاری دوره‌های آموزشی فناوری‌های هوشمند برای جامعه میزبان	عدم آشنایی گردشگران با مزایای گردشگری هوشمند	۱/۹۲
۱/۶۵	آموزش مدیران متخصص در حوزه گردشگری کشاورزی با دانش کافی در مورد کشاورزی، فرهنگ محلی و اصول راهنمایی گردشگر برای مدیریت تورهای گردشگری	عدم آشنایی مسئولین منطقه با مزیت‌های اقتصادی گردشگری هوشمند کشاورزی	۱/۶۸
۲/۷۷	افزایش آگاهی عمومی در مورد اهمیت گردشگری کشاورزی و هوشمندسازی آن	آگاهی اندک بسیاری از مردم بومی از مزایا و منافع گردشگری	۲/۳۰
-	-	عدم آگاهی از اصول بازاریابی دیجیتال جذاب	۲/۹۴
-	-	نبود کارگاه‌ها و برنامه‌های آموزشی مستمر برای به‌روزرسانی دانش و مهارت‌های فعالان این حوزه	۳/۲۹
-	-	ناهماهنگی بین محتوای آموزشی دانشگاهی و نیاز بازار (فارغ‌التحصیلان ممکن است مهارت‌های لازم برای کار در این حوزه بین رشته‌ای را نداشته باشند)	۳/۳۷
جمع	۱۹/۲۵	جمع	۲۶/۰۱

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول ۱۵ وضعیت موانع و تسهیل کننده‌های مرتبط با عامل روانشناختی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی نشان داده شده است. با اعمال اقدامات اجرایی تغییرات تعادل از ۱۳/۱۶: ۲۱/۶۲- (علیه طرح) به ۱۵/۹۹: ۱۴/۴۹- (به نفع طرح) می‌رسد.

جدول ۱۵. وضعیت نیروی‌های تسهیل کننده و موانع مرتبط با عامل روانشناختی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی

Table15. The Status of Facilitating Forces and Obstacles Related to the Psychological Factor After the Hypothetical Implementation of Executive Measures

میانگین	عامل روانشناختی	میانگین
---------	-----------------	---------

۵	نیروهای تسهیل کننده			نیروهای بازدارنده
۲/۴	برگزاری جلسات گفتگو با جوامع محلی برای شنیدن نگرانی‌هایشان و ارائه توضیحات شفاف در مورد تأثیرات احتمالی گردشگری هوشمند کشاورزی	←	→	ریسک‌پذیری پایین کشاورزی
۳/۳۱	ایجاد انگیزه در کشاورزان برای پذیرش تغییرات و سرمایه‌گذاری در گردشگری با نشان دادن منافع اقتصادی و اجتماعی	←	→	مقاومت کشاورزان در برابر تغییر
۲/۰۸	طراحی تجربه‌هایی که رضایت و وفاداری گردشگران را جلب کند	←	→	کمبود انگیزه در بین کشاورزان برای پذیرش فناوری‌های نوین
۳/۲۱	ایجاد اعتماد بین گردشگران، کشاورزان و جامعه محلی	←	→	تغییر دیدگاه از کشاورزی صرفاً معیشتی به کشاورزی توأم با گردشگری ممکن است دشوار باشد
۴/۹۹	ایجاد احساس تعلق در گردشگران به منطقه و کشاورزی محلی	←	→	عدم اعتماد کشاورزان به تکنولوژی (بدبینی نسبت به ابزارهای هوشمند و ترس از جایگزینی نیروی انسانی)
-			→	فقدان انگیزه و روحیه کارآفرینی در بین کشاورزان
	جمع	۱۵/۹۹	-۱۴/۴۹	جمع

منبع: یافته‌های پژوهش

در جدول ۱۶ وضعیت موانع و تسهیل‌کننده‌های مرتبط با عامل فرهنگی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی نشان داده شده است. با اعمال اقدامات اجرایی تغییرات تعادل از ۲۰/۴۸: ۲۱/۴۳- (علیه طرح) به ۲۶/۹۵: ۱۰/۹۸- (به نفع طرح) می‌رسد.

جدول ۱۶. وضعیت نیروی‌های تسهیل‌کننده و موانع مرتبط با عامل فرهنگی پس از اعمال فرضی اقدامات اجرایی

Table 16. The Status of Facilitating Forces and Obstacles Related to the Cultural Factor After the Hypothetical Implementation of Executive Measures

میانگین	نیروهای تسهیل‌کننده	عامل فرهنگی	نیروهای بازدارنده	میانگین
۵	ترویج و حفظ روش‌های سنتی کشاورزی، گونه‌های محلی گیاهی و جانوری، و دانش بومی در توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی	← →	خلاء نوآوری و خلاقیت در صنایع دستی و تولیدات روستا	۱/۷۱
۵	نمایش و ترویج آداب و رسوم، غذاهای محلی، صنایع دستی، و سبک زندگی روستایی	← →	فقدان فرهنگ کارآفرینی ریشه دار و گسترده در بخش گردشگری	۱/۰۵
۳/۹۹	آموزش و ترویج احترام به محیط زیست و اصول کشاورزی پایدار در میان گردشگران و جوامع محلی	← →	نگرانی از اینکه ورود گردشگران و فناوری‌های جدید به فرهنگ محلی آسیب بزند	۲/۲۰
۱/۶	استفاده از قصه‌گویی برای ارتباط دادن گردشگران با تاریخچه، فرهنگ، و ارزش‌های مناطق کشاورزی	← →	عدم تعریف و برگزاری رویدادها و جشنواره‌های فرهنگی هنری به طور منظم	۱/۸۱
۳/۴۵	تولید محتوای فرهنگی (موسیقی، فیلم، تئاتر) و رسانه‌ای (مستند، پادکست و برنامه تلویزیونی) که داستان‌ها و ارزش‌های فرهنگی مناطق روستایی و کشاورزی مختلف را به شیوه‌ای جذاب و قابل فهم به تصویر بکشد	← →	به فراموشی سپرده شدن غذاهای محلی در برخی از روستاها	۲/۳۰
۲/۹۱	اطمینان دادن به جوامع محلی از اینکه توسعه گردشگری به حفظ فرهنگ، آداب و رسوم، و سنت‌های محلی کمک می‌کند و نه تخریب آنها	← →	کمرنگ شدن تدریجی مراسم فرهنگی و آیینی و قومی در سطح روستاها	۱/۹۱
۵	ارتقاء فرهنگ مهمان‌نوازی و پذیرش گردشگران توسط جوامع محلی		-	
جمع	۲۶/۹۵	۱۰/۹۸-	جمع	

منبع: یافته‌های پژوهش

بحث

پژوهش حاضر با هدف ترسیم آینده گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه و راهکارهای توسعه آن انجام شد. نتیجه بخش نخست پژوهش منجر به شناسایی ۵۵ مانع و ۴۳ تسهیل‌کننده در قالب هفت دسته عوامل اقتصادی، نهادی، زیرساختی، اجتماعی، آموزشی، روانشناختی و فرهنگی شد که نشان می‌دهد تعداد موانع موجود در مسیر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی بیش از تسهیل‌کننده‌ها است.

بر اساس نتایج به دست آمده مهمترین گویه‌ها در عامل تسهیل‌کننده اقتصادی مربوط به شاخص «کمک به مشاغل خانگی و کسب‌وکارهای کوچک در مناطق روستایی برای ارائه خدمات و محصولات مرتبط با گردشگری» است. این امر با ایجاد فرصت‌های درآمدی مستقیم، توسعه بازارهای محلی و افزایش مشارکت اقتصادی جامعه میزبان، نه تنها به پایداری معیشت روستاییان کمک می‌کند. بلکه بستری برای توزیع عادلانه‌تر منافع گردشگری و کاهش وابستگی به فعالیت‌های کشاورزی سنتی فراهم می‌آورد. از سوی دیگر «محدودیت سرمایه‌گذاری دولتی» به عنوان اصلی‌ترین مانع اقتصادی عمل می‌کند. کمبود

بودجه، چرخه معیوبی ایجاد می‌کند که در آن، نبود پشتوانه مالی کافی برای توسعه زیرساخت‌های ضروری و ارائه تسهیلات، به طور مستقیم توانمندسازی بازیگران محلی و جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی را تضعیف کرده و روند توسعه هوشمند گردشگری کشاورزی را با کندی مواجه می‌سازد. برای رفع این محدودیت، تدوین و تصویب یک بسته تشویقی مالیاتی و عوارضی برای جذب سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در پروژه‌های گردشگری کشاورزی می‌تواند مؤثر باشد. در این راستا نتیجه پژوهش (Ghiyathvand & Abbasi (2024)؛ Safri Ali-Akbari (2022) نیز نشان داد، که محدودیت سرمایه‌گذاری دولت و عوامل اقتصادی مانع مهمی در توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی است. همچنین (Bahmani et al (2021 بر همکاری و هماهنگی بین سازمان‌های مختلف در راستای توسعه گردشگری تأکید نمودند.

در بعد نهادی مهمترین تسهیل‌کننده با بیشترین امتیاز «ایجاد همکاری و هماهنگی بین وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مختلف (کشاورزی، میراث فرهنگی، فناوری اطلاعات، محیط زیست)» است. در این زمینه می‌توان گفت که ایجاد همکاری و هماهنگی بین نهادهای کلیدی، ستون فقرات توسعه یکپارچه گردشگری هوشمند کشاورزی است. این همگرایی نهادی امکان هم‌راستایی اهداف، اشتراک‌گذاری منابع و حذف موازی‌کاری‌ها را فراهم می‌سازد و در نهایت، خلق یک اکوسیستم هماهنگ را ممکن می‌کند که در آن، بخش‌های کشاورزی، فناوری و گردشگری نه به صورت جزیره‌ای، بلکه به شکل یک کل منسجم برای تقویت این حوزه عمل می‌کنند. اما «فقدان چارچوب‌های قانونی مشخص»، مانند نقشه‌خوانی نامشخص برای سرمایه‌گذاران و ذی‌نفعان است. این خلاء حقوقی موجب بلاتکلیفی، افزایش ریسک فعالیت‌ها و هراس از سرمایه‌گذاری می‌شود. بدون قوانین شفاف برای بهره‌برداری از فناوری و توسعه کسب و کار، حتی مشتاقانه‌ترین تلاش‌ها نیز می‌تواند در پیچ و خم بروکراسی و عدم شفافیت گرفتار شده و از پتانسیل واقعی این حوزه کاسته شود. در ارتباط با همکاری و هماهنگی بین سازمان‌ها، تشکیل یک کمیته راهبری دائمی گردشگری هوشمند کشاورزی در استان با حضور مدیران ارشد تمام دستگاه‌های ذی‌ربط و با اختیار تام برای تصمیم‌گیری و رفع موانع می‌تواند پیشنهادی مؤثر باشد. همچنین در ارتباط با فقدان چارچوب قانونی نیز، تهیه و ابلاغ یک دستورالعمل استاندارد استانی برای صدور مجوز، نظارت و حمایت از کسب و کارهای گردشگری کشاورزی هوشمند و به عنوان نمونه‌ی پایلوت برای کل کشور می‌توان به تضعیف اثر این مانع کمک نماید. در این راستا (Zinati-Fakhrabad (2025 و (Soleman-Nejad et al (2022 بر مبنای نتیجه پژوهش خود، موانع نهادی را در راستای توسعه گردشگری هوشمند به عنوان مانعی مهم بیان نمودند.

در ارتباط با عامل تسهیل‌کننده زیرساختی مهمترین گویه «توسعه زیرساخت‌های دولت الکترونیک» است. در واقع توسعه زیرساخت دولت الکترونیک موتور محرک شفافیت و کارآمدی در اکوسیستم گردشگری هوشمند است. این زیرساخت با دیجیتالی کردن فرآیندها، نه تنها دسترسی روستاییان و کسب و کارها را به خدمات دولتی تسهیل می‌کند، بلکه بستری برای اعتمادسازی و کاهش فاصله جغرافیایی میان ذی‌نفعان و حکمرانی مرکزی ایجاد می‌نماید. اما «آنتن‌دهی ضعیف شبکه اینترنت» به عنوان مهمترین مانع زیرساختی در مناطق روستایی و مزارع می‌تواند رگ‌های حیاتی گردشگری هوشمند را مسدود سازد. این شکاف دیجیتالی، مناطق دورافتاده را از هوشمندسازی محروم کرده و آنان را در حاشیه اقتصاد دیجیتال نگه می‌دارد. بدون اتصال پایدار امکان بهره‌مندی از ساده‌ترین مزایای فناوری غیر ممکن است و توسعه متوازن و عادلانه این صنعت را با چالش مواجه می‌سازد. لذا لازم است دولت در طرح توسعه شبکه اینترنت پرسرعت روستایی اولویت را مناطق هدف گردشگری کشاورزی قرار دهد. استفاده از سرویس اینترنت ماهواره‌ای نیز می‌تواند یک راهکار عملی برای حل شکاف دیجیتال در مناطق محروم باشد که در صورت فراهم شدن بستر قانونی، این فناوری می‌تواند تحول عظیمی در هوشمندسازی گردشگری در دور افتاده‌ترین مناطق روستایی باشد. نتیجه پژوهش (Zinati-Fakhrabad (2025؛ (Ghiyathvand & Abbasi (2024؛ Safri Ali-Akbari

i(2022)؛ Flores-Crespo (2022)؛ Shen & Wang (2018)؛ Lee (2021) نیز در تأیید نتایج این بخش از پژوهش موانع زیرساختی را در توسعه گردشگری هوشمند مهم دانسته و بر رفع این موانع در راستای توسعه تأکید نمودند.

در بعد اجتماعی مهمترین تسهیل کننده «همکاری جامعه محلی در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی» و مهمترین مانع «فقدان درک جامع از گردشگری هوشمند کشاورزی در بین کشاورزان است». با توجه به مهمترین تسهیل کننده اجتماعی می توان گفت که همکاری جامعه محلی، سرمایه اجتماعی بی بدیل و موتور محرک پایداری توسعه است. این مشارکت فعال، موجب حس تعلق، توزیع عادلانه تر منافع و تقویت پذیرش اجتماعی پروژه ها می شود. زمانی که جامعه میزبان خود را در موفقیت این صنعت سهیم بداند، نه تنها به عنوان نیروی اجرایی، بلکه به عنوان حافظان و مروجین طبیعی گردشگری هوشمند کشاورزی عمل خواهند کرد. بر این اساس می توان از این ظرفیت عظیم مناطق روستایی برای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی استفاده نمود. اما فقدان درک جامع در بین کشاورزان، شکافی عمیق بین ظرفیت های فناورانه و کاربران نهایی ایجاد می کند. این شکاف دانشی، موجب بی اعتمادی، مقاومت در برابر تغییر و کاهش بهره وری فناوری های نوین می شود. در واقع تا زمانی که کشاورزان مزایا و مکانیسم های عملی گردشگری هوشمند را درک نکنند، این مفهوم برای آنها یک ایده انتزاعی و غیرقابل باور باقی می ماند. برای رفع این شکاف دانشی و ایجاد باورپذیری، پیشنهاد می شود برنامه ای تحت عنوان «مزرعه الگو: از مشاهده تا مشارکت» اجرا گردد. در این برنامه، ابتدا از کشاورزان پیشرو و علاقمند (حداقل ۲ تا ۳ نفر در هر منطقه هدف) به عنوان کشاورزان میزبان الگو حمایت فنی و مالی شود تا بخشی از فعالیت های خود مانند پذیرش یک تور کوچک، فروش مستقیم محصول به صورت هوشمند و غیره را به صورت پایلوت و با همراهی تسهیل گران محلی، هوشمندسازی کنند. سپس بازدیدهای میدانی سازمان یافته برای دیگر کشاورزان از این مزارع الگو ترتیب داده شود تا آنها نه تنها شاهد عینی افزایش درآمد، کاهش هزینه یا سهولت کار باشند، بلکه بتوانند به طور مستقیم و بی واسطه با کشاورز همتای خود گفت و گو کرده و چالش ها و راه حل ها را بپرسند. در مرحله بعد با برگزاری کارگاه های عملی (یک روز در مزرعه هوشمند) امکان مشارکت و تجربه ی عملی کار با فناوری را برای کشاورزان علاقمند فراهم می آورد. این رویکرد نشان دادن موفقیت عملی به جای تبلیغ شفاهی، با کاهش ریسک ذهنی کشاورزان، مقاومت در برابر تغییر را کاهش داده و پذیرش را از یک ایده انتزاعی به یک راه حل ملموس و آزموده شده تبدیل می کند. (Zinati-Fakhrabad (2025)؛ Soleman-Nejad et al (2022) و Safri Ali- Akbari (2022) نیز در پژوهش خود، هم راستا با نتیجه این بخش از پژوهش بر رفع موانع اجتماعی و توانمندسازی اجتماعی جوامع محلی در راستای توسعه گردشگری کشاورزی تأکید نمود.

در بعد آموزشی مهمترین تسهیل کننده «برگزاری کارگاه و دوره آموزشی با همکاری دانشگاه ها، سازمان های فنی حرفه ای و سازمان های دولتی برای کشاورزان و جوامع محلی در زمینه مدیریت گردشگری، بازاریابی، استفاده از فناوری و ارائه خدمات با کیفیت» است. برگزاری دوره های آموزشی مشترک، زیرساخت انسانی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی را تقویت می کند. این دوره ها با ارتقای سواد دیجیتال، دانش مدیریت و مهارت های بازاریابی، کشاورزان را از تولید کنندگانی منفعل به کارآفرینانی فعال در زنجیره ارزش گردشگری تبدیل می کند و ظرفیت درونی جامعه محلی را برای بهره برداری از فرصت های نوین شکوفا می سازد. زنجیره ارزش مجموعه فعالیت های به هم پیوسته ای است که از مرحله تولید محصول کشاورزی در مزرعه آغاز شده و با افزوده شدن خدمات و تجربه های گردشگری و بازاریابی هوشمند، به ارائه یک محصول-خدمت، کامل به گردشگر ختم می شود. این زنجیره در مدل سنتی غالباً کوتاه و کم بهایست (تولید فروش به دلال). اما اجزای اصلی این زنجیره ارزش در گردشگری هوشمند کشاورزی شامل تولید و فرآوری اولیه، تبدیل به تجربه، بازاریابی و توزیع دیجیتال و خدمات پشتیبانی است. دوره های آموزشی پشتیبانی با تمرکز بر مدیریت، بازاریابی و فناوری به کشاورزان می آموزد که چگونه خود را از حلقه اول زنجیره (تولید کننده خام) به حلقه های باارزش تر بعدی (ارائه دهند خدمات و تجربه) منتقل کنند. به عبارت دیگر گردشگری هوشمند با ایجاد تقاضا برای تجربه و نه صرفاً کالا، این زنجیره را تطویل و تعمیق می کند و باعث می شود که سود حاصل از مصرف نهایی (گردشگر) به طور مستقیم تر و عادلانه تری به تولید کننده اصلی (کشاورز) برسد. هوشمندسازی نیز با ابزارهایی

مانند پلتفرم‌های مستقیم، دلال‌های واسطه را حذف یا کم‌رنگ می‌کند و کارایی کل زنجیره را افزایش می‌دهد. همان‌طور که در بخش موانع آموزشی مشخص شد، کمبود دانش و مهارت‌های فناوری در بین کشاورزان، شکاف دیجیتالی عمیقی بین ظرفیت‌های فناورانه و کاربران نهایی ایجاد می‌کند. این شکاف عملی، فناوری‌های هوشمند را به ابزارهایی ناکارآمد و پیچیده تبدیل می‌کند و مانع جذب، به‌کارگیری و بهره‌برداری مؤثر از این فناوری‌ها در راستای توسعه کسب و کار و ارائه خدمات می‌شود. در این زمینه ارائه برنامه‌ها و کارگاه‌های آموزشی به صورت تئوری و عملی و همچنین ارائه آموزش از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی می‌تواند تا حدودی در زمینه افزایش دانش و آگاهی کشاورزان در مورد گردشگری کشاورزی و هوشمندسازی آن مناسب باشد. بهره‌گیری از ظرفیت دانشگاه‌های استان در این زمینه نیز می‌تواند اثرگذاری آموزش‌ها، کیفیت برنامه‌ها و سرعت دستیابی به اهداف را افزایش دهد که لازم است در برنامه‌ریزی آموزشی لحاظ گردد. ضرورت توجه به عامل آموزشی و بر طرف نمودن موانع آموزشی در راستای توسعه گردشگری هوشمند در مطالعات (Flores-Crespo (2022); Bahmani et al (2021); Ghayathvand & Abbasi (2024) و Zinati-Fakhrabad (2025) نیز مورد تأکید قرار گرفته است.

عامل روانشناختی به عنوان یکی دیگر از عوامل توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی شناخته شد. در بخش تسهیل‌کننده‌ها، مهمترین گویه «ایجاد احساس تعلق در گردشگران به منطقه و کشاورزی محلی» است. این احساس فراتر از یک تجربه گذرا، پیوندی عاطفی و پایدار با منطقه برقرار می‌سازد. این حس دلبستگی نه تنها سبب تکرار بازدید و وفاداری می‌شود، بلکه گردشگران را به سفیرانی داوطلب تبدیل می‌کند که به طور خودجوش به ترویج و حفظ میراث کشاورزی و فرهنگی منطقه می‌پردازند. اما مهمترین مانع روانشناختی «مقاومت کشاورزان در برابر تغییر» است. این مقاومت ریشه در ترس از ناشناخته‌ها و عدم اطمینان به نتایج نوآوری دارد. این مقاومت که می‌تواند ناشی از عادت به روش‌های سنتی با هراس از شکست اقتصادی باشد. سدی نامرئی در برابر پذیرش فناوری‌های نوین و مدل‌های کسب و کار خلاقانه ایجاد کرده و پتانسیل‌های توسعه هوشمند را خنثی می‌کند. لذا پیشنهاد می‌شود که با طراحی و اجرای یک برنامه پایلوت الگوسازی، از میان کشاورزان علاقمند و دارای اعتبار اجتماعی در هر روستا، گروه کوچکی انتخاب شده و با حمایت فنی و مشاوره‌ای متمرکز در مسیر تبدیل بخش از فعالیت خود به مدل هوشمند همراه با گردشگری قرار گیرند. بدین ترتیب، دیگر کشاورزان نه یک ادعای انتزاعی، بلکه پیشرفت همسایگان خود را می‌بینند و ترس از ناشناخته‌ها در آنان کاهش می‌یابد.

عامل بعدی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی، عامل فرهنگی است. مهمترین تسهیل‌کننده فرهنگی «ارتقاء فرهنگ مهمان‌نوازی و پذیرش گردشگران توسط جوامع محلی» و قوی‌ترین مانع فرهنگی توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی، «کم‌رنگ شدن تدریجی مراسم فرهنگی، آیینی و قومی در سطح روستاها» است. ارتقای فرهنگ مهمان‌نوازی (مجموعه‌ای از نگرش‌ها، رفتارها و آمادگی‌های عینی جامعه میزبان روستایی در تعامل با گردشگر است که شامل شاخص‌های احساس مثبت، اعتماد و تمایل به تعامل با گردشگران بدون حس مزاحمت یا تهدید؛ برخورد محترمانه، دعوت به مشارکت در فعالیت‌های روزمره، کمک در مواقع ضروری، ایجاد احساس امنیت و آسایش برای گردشگر در محیط روستا، تحمل تفاوت‌های فرهنگی گردشگران و غیره است) زیربنای توسعه پایدار گردشگری است. این ویژگی، تجربه‌ای غنی و اصیل برای گردشگران خلق می‌کند و با تبدیل تعاملات به روابطی پایدار، زمینه‌ساز جذب حداکثری و ترویج دهان به دهان مثبت است که لازم است در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی مورد توجه قرار گیرد. اما در بخش موانع، «کم‌رنگ شدن مراسم آیینی»، هشدار جدی درباره تقابل توسعه و هویت است. توسعه نامتوازن گردشگری هوشمند می‌تواند با معرفی الگوهای فرهنگی بیگانه، به فرسایش بافت اصیل اجتماعی-فرهنگی منجر شده و همان میراثی را تهدید کند که بنا بود مبنای جذب گردشگر باشد. لذا با توجه به کم‌رنگ شدن مراسم آیینی، پیشنهاد می‌گردد که با یکپارچه‌سازی این مراسم در قالب بسته‌های گردشگری به عنوان تجربه‌های فرهنگی ویژه و محدود که تنها در زمان‌های خاص و با راهنمایی بزرگان روستا قابل مشاهده است به حفظ ارزش این آیین‌ها اقدام نمود. در تأیید نتایج این بخش از پژوهش، (Zinati-Fakhrabad (2025); Safri Ali-Akbari (2022)

(Soleman-Nejad et al (2022); Ciolac et al (2019) نیز در مطالعات خود بر عوامل فرهنگی، روحیه مهمان‌نوازی و تعاملات جامعه میزبان با گردشگر در راستای توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی تأکید نمودند.

تقابل بین نیروهای تسهیل‌کننده و موانع در هر هفت بعد نشان داد که موانع از تسهیل‌کننده‌ها قوی‌تر بودند. به عبارتی برآیند امتیاز موانع در تمامی ابعاد بیش از تسهیل‌کننده‌ها بود. این برآیند منفی به وضوح نشان می‌دهد که اکوسیستم گردشگری هوشمند کشاورزی در استان کرمانشاه در حال حاضر در یک «تعادل نامطلوب» و حالت ایستایی قرار دارد. در این وضعیت نیروهای بازدارنده (موانع) آنقدر قوی هستند که هر گونه تلاش برای تغییر و حرکت به سمت توسعه را خنثی می‌کنند. در نتیجه اگر برنامه‌ریزی خاصی در راستای تضعیف و برطرف نمودن موانع صورت نپذیرد، نمی‌توان در آینده شاهد توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان بود. برنامه عمل پیشنهادی مبتنی بر یافته‌های پژوهش، یک راهبرد تدریجی و سه مرحله‌ای (کوتاه مدت و میان مدت) است که با تمرکز بر تضعیف موانع و تقویت مؤثرترین تسهیل‌کننده‌ها تمرکز دارد. این سه مرحله به شرح زیر است:

مرحله اول: (پایه‌گذاری نهادی-برنامه یک ساله): تشکیل کمیته راهبردی گردشگری هوشمند کشاورزی استان، با حضور معاونین دستگاه‌های ذی‌ربط (جهادکشاورزی، سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان) و نمایندگان اتحادیه‌های کشاورزی و بخش خصوصی، اولین وظیفه این کمیته، تدوین دستورالعمل ساده صدور مجوز و حمایت از کسب و کارهای گردشگری کشاورزی، و همچنین راه‌اندازی صندوق ضمانت وام خرد با مشارکت بانک‌های محلی برای کشاورزان متقاضی است. این کار مستقیماً مانع نهادی و اقتصادی را هدف می‌گیرد.

مرحله دوم: (اجرای پایلوت و توانمندسازی-برنامه دو ساله): انتخاب دو یا سه روستای هدف در مناطقی با پتانسیل بالا (مثلاً پناه و روانسر برای گردو و سنقر برای گیاهان دارویی) در این روستاها اقداماتی مانند ایجاد زیرساخت دیجیتال، آموزش‌های ترویجی ملموس از طریق مزرعه الگو و توسعه بازار از طریق طراحی و راه‌اندازی یک پلتفرم دیجیتال استانی اجرا می‌شود. مرحله سوم: (توسعه و نهادسازی- از سال سوم به بعد): تعمیم تجربیات موفق پایلوت به سایر مناطق با گسترش پلتفرم، شبکه تسهیل‌گران محلی و ادغام برنامه‌های آموزشی با سازمان فنی و حرفه‌ای، ایجاد نشان کیفیت میزبانی استان برای استانداردهای خدمات و ایجاد انگیزه رقابتی سالم.

بر اساس نتایج، موانع شناسایی شده عمدتاً ساختاری، کلان و در اختیار نهادهای حاکمیتی هستند. در مقابل تسهیل‌کننده‌ها بیشتر در سطح خرد، پراکنده و وابسته به اقدامات فردی می‌باشند و قدرت موانع ساختاری به راحتی می‌تواند ظرفیت‌های پراکنده در سطح جامعه را تحت شعاع قرار دهد. با توجه به اینکه رویکردهای جزئی و پروژه‌های پراکنده محکوم به شکست هستند. برای شکستن این بن‌بست نیاز به یک «مداخله سیاستی یکپارچه و همزمان» در سه سطح، تدوین و ابلاغ سند راهبردی الزام‌آور، ایجاد چارچوب حمایت مالی هدفمند و تصمیم‌سازی زیرساختی هماهنگ است. تنها زمانی که یک اراده قوی در سطح کلان (دولت، استانی و ملی) برای تزریق سرمایه، تدوین قوانین شفاف و ارتقای زیرساخت‌های پایه شکل بگیرد، می‌توان زمینه را برای اثرگذاری واقعی ظرفیت‌های مثبت اجتماعی و فرهنگی فراهم کرد. در غیر اینصورت این چرخه معیوب تداوم خواهد یافت.

پس از شناسایی و دسته‌بندی تسهیل‌کننده‌ها و موانع و بررسی وضعیت موجود آنها، در مرحله بعدی به منظور تضعیف موانع به شناسایی اقدامات اجرایی در این زمینه پرداخته شد که در نهایت شش اقدام اجرایی مهم یعنی «ایجاد صندوق نوآوری و حمایت از کسب و کارهای خرد روستایی در گردشگری هوشمند کشاورزی»، «ایجاد و توسعه یک پلتفرم جامع از مزرعه تا مشتری با مدل تعاونی»، «تشکیل تیمی از نمایندگان کلیدی در زمینه گردشگری هوشمند کشاورزی با عنوان تسهیل‌گر محلی گردشگری هوشمند کشاورزی»، «ارائه برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی نهادی با عنوان سفیران توسعه روستایی به منظور افزایش درک کارکنان و مدیران سازمان‌های دولتی و محلی در مورد پتانسیل‌های گردشگری کشاورزی، نیازهای روستاییان و تقویت فرهنگ حمایت‌گرایانه»، «توسعه برنامه‌های توانمندسازی جامعه محلی و ایجاد شبکه فعالان گردشگری روستایی و

کشاورزی» و «ایجاد برنامه توسعه برندینگ و روایت‌گری به منظور غلبه بر موانع ناشی از عدم شناخت، عدم جذابیت بصری و ذهنی و تصورات منفی در مورد مقاصد روستایی و همچنین ایجاد کنجکاوی، اعتماد و تمایل قوی در گردشگران برای بازدید» معرفی شد. تأثیرگذاری مثبت این اقدامات اجرایی در کاهش اثر موانع و افزایش قدرت تسهیل‌کننده‌ها، گواه روشنی بر یک اصل کلیدی در مدیریت تحول است: «سیستم‌های پیچیده، تنها در برابر مداخلات یکپارچه و هماهنگ تاب می‌آورند و مسیر خود را تغییر می‌دهند». این تغییر مثبت در برآیند نیروها، که در آن موج منفی موانع به طور محسوسی فروکش کرده و جریان مثبت تسهیل‌کننده‌ها قدرتمندانه‌تر جاری شد، حاوی چندین تفسیر علمی و راهبردی عمیق است: نخست اینکه شکستن چرخه معیوب این اقدامات نشان می‌دهد که صرف شناسایی موانع، اگر به مداخلات عملیاتی مشخص منجر نشود، کافی نیست. اقدامات اجرایی، مستقیماً بر نقاط کور و گلوگاه‌های سیستم متمرکز شده‌اند. برای نمونه «صندوق نوآوری» مستقیماً به مانع اقتصادی و «تسهیل‌گران محلی» به طور مستقیم به مانع نهادی پاسخ می‌دهند. این رویکرد چرخه معیوب «بی‌نتیجگی، بی‌برنامگی و بی‌پولی» را می‌شکند و آن را به چرخه‌ی «نتیجه‌گیری، هماهنگی و سرمایه‌گذاری» تبدیل می‌کند. نکته حائز اهمیت اینکه این اقدامات اجرایی صرفاً مالی یا فیزیکی نبوده‌اند، اقداماتی مانند «سفیران توسعه روستایی» و «برنامه برندینگ و روایت‌گری»، سرمایه اجتماعی و فرهنگی را تقویت می‌کنند. از طرفی افزایش نیروی تسهیل‌کننده‌ها نشان می‌دهد که سرمایه‌گذاری بر نیروی انسانی و روایت‌سازی، به اندازه سرمایه‌گذاری بر روی زیرساخت‌های سخت، در تغییر موازنه نیروها مؤثر است. این امر اعتماد و درک متقابل را به موتور محرک توسعه تبدیل می‌سازد. به طور کلی اگر چه بررسی وضعیت موجود گردشگری هوشمند کشاورزی در استان نشان‌دهنده غلبه موانع است، اما می‌توان گفت این وضعیت تقدیر قطعی استان نیست. مسیر توسعه با تدبیر و اجرای راهکارهای هوشمندانه، یکپارچه و جامعه محور، نه تنها قابل دستیابی است، بلکه می‌توان موازنه نیروها را به نفع پیشرفت و شکوفایی تغییر داد. این نتایج، نقشه راهی عملی در اختیار سیاست‌گذاران و مجریان قرار می‌دهد که چگونه می‌توان با تزریق هدفمند منابع و ایجاد نهادهای مناسب، انرژی نهفته در جامعه را آزاد کرد و امواج منفی را به جریانی مثبت برای تحول بدل کرد.

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که حرکت به سمت گردشگری هوشمند کشاورزی، در صورت تضعیف موانع شناسایی شده و تقویت تسهیل‌کننده‌ها، می‌تواند به عنوان یک راهبرد کلان، پیامدهای تحول‌آفرینی برای پایداری روستاهای استان کرمانشاه داشته باشد. نخست از منظر اقتصادی-اجتماعی، تقویت مشاغل خانگی و کسب و کارهای کوچک (به عنوان قوی‌ترین تسهیل‌کننده اقتصادی) می‌تواند مستقیماً به ایجاد فرصت‌های شغلی غیرکشاورزی و تکمیلی، به ویژه برای جوانان و زنان روستایی بینجامد. این امر با ارائه درآمدی پایدار و متنوع، انگیزه ماندگاری در روستا را افزایش داده و مهاجرت معکوس یا کاهش مهاجرت را تسهیل می‌کند. در مرتبه‌ی بعدی، همکاری جامعه محلی و ارتقای فرهنگ مهمان‌نوازی (تسهیل‌کننده اجتماعی و فرهنگی) بستر لازم برای توسعه صنایع دستی، غذایی و خدماتی کوچک مقیاس را فراهم کرده و به تنوع‌بخشی به اقتصاد و توسعه صنایع روستایی کمک شایانی می‌نماید. سوم از نگاه زیست‌محیطی، هوشمندسازی از طریق مکانیزم‌هایی مانند کشاورزی دقیق و مدیریت بهینه منابع در جاذبه‌های گردشگری کشاورزی، همراه با افزایش احساس تعلق به منطقه (تسهیل‌کننده روان‌شناختی)، می‌تواند منجر به کاهش فشار بر منابع پایه (آب و خاک)، ترویج روش‌های کشاورزی پایدار و در نهایت حفاظت از محیط زیست شود. در واقع تحقق این پیامدها در گرو اجرای راهکارهای یکپارچه پیشنهادی این پژوهش است. برای نمونه، پلتفرم دیجیتال یکپارچه با ایجاد دسترسی به بازار و صندوق نوآوری با تأمین مالی خرد، امکان عملیاتی سازی مستقیم اشتغال‌زایی و کارآفرینی را فراهم می‌آورند.

نتیجه‌گیری

به طور کلی نتیجه این پژوهش تصویری گویا و دو سویه از واقعیت گردشگری هوشمند کشاورزی در استان را ترسیم می‌کند. از یک سو، میانگین سنگین موانع در برابر تسهیل‌کننده‌ها، حکایت از یک تعامل نامطلوب پایدار دارد که در آن غلبه

چالش‌های ساختاری، اقتصادی و نهادی، هرگونه حرکت خودجوش به سوی توسعه را با دشواری مواجه ساخته است. این وضعیت بیانگر آن است که اکوسیستم کنونی، فاقد نیروی محرکه‌ی کافی برای شکستن چرخه معیوب موجود است. اما از سوی دیگر یافته راهبردی این تحقیق، کارآمدی مداخلات هدفمند و یکپارچه در تغییر این موازنه است. شبیه‌سازی اثرگذاری راهکارهای اجرایی پیشنهادی به وضوح نشان داد که سیستم، در برابر اقدامات هوشمندانه، منعطف و پاسخگو است. کاهش معنادار قدرت موانع و شتاب‌گیری تسهیل‌کننده‌ها در پی این مداخلات فرضی، به روشنی ثابت می‌کند که تابوی ناتوانی در برابر موانع را می‌شکنیم. این مهم تنها در سایه‌ی عبور از نگاه جزیره‌ای و ایجاد رهیافتی کل‌نگر و نظام‌مند محقق می‌شود. رهیافتی که در آن تقویت نهادهای محلی از طریق تسهیل‌گران و سفیران توسعه، همزمان با ایجاد صندوق نوآوری و پلتفرم دیجیتال، چارچوبی زنجیره‌وار و خودتقویت‌گر خلق می‌کند که می‌تواند منجر به توسعه گردد.

در جمع‌بندی نهایی می‌توان گفت مسیر توسعه گردشگری هوشمند کشاورزی در استان، هر چند امروز در پیچ و تاب موانعی ساختاری گرفتار شده است، اما یک مسیر بسته نیست. این پژوهش ثابت کرد که کلید گشایش این قفل، در تلفیق هوشمندانه‌ی سرمایه‌گذاری سخت در زیرساخت‌ها با سرمایه‌گذاری نرم بر توانمندسازی انسان‌ها و نهادها نهفته است. موفقیت در گرو آن است که سیاستگذاران و مجریان، به جای پرداختن به درمان‌های مقطعی با جسارت و درایت، بسته‌ای یکپارچه از راهکارهای ارائه شده را به عنوان یک نقشه راه عملیاتی بکار بندند. تنها در این صورت است که می‌توان چشم‌انداز روشنی را متصور شد که در آن استان نه تنها به قطب گردشگری هوشمند کشاورزی تبدیل گردد، بلکه الگویی پیشرو برای دیگر مناطق کشور در توسعه متوازن و همه جانبه بر پایه ثروت‌های بومی و فرهنگی ارائه دهد.

سپاسگزاری

این اثر تحت حمایت بنیاد ملی علم ایران (INSF) برگرفته شده از طرح شماره (۴۰۴۴۶۰۳) انجام شده است.

REFERENCES

- Aslani, N., Andrews, L., & Aria, K. (2024). Presenting a model of smart tourism development strategies in Iran. *Journal of Marketing Management*, 63, 36-20. (In persian).
- Asadporian, Z., Rahimiyan, M. & Gholamrezai, S. (2019). Identification of Criteria and Assessment of the Level of Sustainable Ecotourism Development in Tourism Poles of Lorestan Province. *Iranian Journal of Agricultural Economics AND Development Research*, 2-50(2), 499-482. (In persian).
- Amerion, A., Razavi, S. P., Abdi, Q., Tofighi, Sh., Rafati, H., & Amerion, E. (2011). The effect of force field analysis (Levin's curve) on the current service level of selected military health centers in Mazandaran province. *Scientific and research journal of the Army University of Medical Sciences of the Islamic Republic of Iran*, 2(9), 87-98. (In persian)
- Anabestani, A.A., & Barani Ali Akbari, S., (2024). Spatial analysis of factors affecting the formation of a smart rural tourism approach (case study: tourism target villages in the east of Kermanshah province). *Spatial Planning*, 14(3), 87-114. 10.22108/SPPL.2024.141126.1782 [HTTPS://DOI.ORG/](https://doi.org/). (In persian).
- Ataee, M., Sharifi Renani, H. & Ghobadi, S. (2024). The Effect of Smart Tourism Sustainable Development on the Economic Growth in Selected Tourist Destinations. *Journal of Urban Studies on Space and Place*. 8(30), 49-62. (In persian).
- Arifyanto, A. F. S. U. (2021). Strategic Entrepreneurship: Integrating Entrepreneurial and Strategic Management Perspectives, a Case Study at Pesantren Tebuireng Jombang. East Java in *International Research Conference on Economics and Business, KnE Social Sciences*, 256–264.
- Bahmani, A., Ghadiri Masoom, M., Hajilo, M., Azimi, F., & Ghadiri Masoom, M. (2021). An Analysis of the Factors Affecting the Development of Agricultural Tourism and the Establishment of Entrepreneurial Foundations in Rural Areas: A Case Study of the Villages in

- Kermanshah Province. Journal of Applied Research in Geographical Sciences, 21(63), 325-315. (In persian).
- Baulcomb, J. S., (2003). Management of Change through Force Field Analysis, Journal of Nursing Management, 11, 275.80.
- Bahatta, K., Itagaki, M. & Ohe, Y., (2019). Determinant factors of farmer's willingness to start agritourism in rural Nepal. Journal of Agricultural Extension and Rural Development, 4(1), 146-167. <https://doi.org/10.1515/opag-2019-0043>.
- Ciolac, R., Iancu, T., Popescu, G., Adamov, T., Feher, A. & Stanciu, S., (2022). Smart Tourist Village An Entrepreneurial Necessity for Maramures Rural Area. Sustainability, 14(14), 8914. <https://doi.org/10.3390/su14148914>.
- De Siano, R., & Canale, R. R., (2022). Controversial effects of tourism on economic growth: A spatial analysis on Italian provincial data. Land Use Policy, 117, 106081. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2022.106081>.
- European Centre for Development Policy Management (ECDPM). (2004). Institutional development: Learning by doing and sharing approaches and tools for supporting institutional development. Netherlands Ministry of Foreign Affairs, Poverty Policy and Institutional Development Division (DSI/AI), 1-15.
- Flores-Crespo, P., Bermudez-Edo, M. & Garrido, J. L., (2022). Smart tourism in Villages: Challenges and the Alpujarra Case Study. Procedia Computer Science, 204(2):663-670. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2022.08.080>.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. Computers in Human Behavior, 50, 558-563. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.03.043>.
- Ghiyathvand, M. & Abbasi, E. (2024). Challenges and Solutions for Smart Agricultural Tourism: A Systematic Review of the Literature. Iranian Journal of Agricultural Extension and Education Sciences, 20 (2), 1-22. <https://doi.org/10.22034/iaeej.2025.226359>. (In persian).
- Hassanpour, H., & Kazemi, A.R. (2023), Ethical Challenges of Influencing behavior using computer technology, Scientific Quarterly Journal Vital Sciences and Emerging Fields, 1(1), 158-192. (In persian).
- Istin, A. E., Eryılmaz, G., & Uzülmez, M., (2022). Technology applications in the Asian tourism industry in future. In Technology Application in Tourism in Asia: Innovations, Theories and Practices, 441-469. Singapore: Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-16-5461-9_27.
- Kim, J. Y., Chung, N., & Ahn, K. M., (2019). The impact of mobile tour information services on destination travel intention. Information Development, 2019: 35(1), 107-120. <https://doi.org/10.1177/0266666917730437>.
- Kumar, S., (2001). Force field analysis: applications in PRA, PLA notes, London. IIED, 199(36), 17-23.
- Kamali, M., Asayesh, H., & Aria-Mehr, Y., (2022). The necessity of paying attention to tourism to achieve economic growth in the Seventh Development Plan. Quarterly Journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities, 15(57), 95-112. <https://doi.org/10.22035/isih.2022.4491.4464>. (In persian)
- Lee Chin, W., Dato Musa, S. F. P. & Coetzee, W., (2021). Agritourism resilience against Covid-19: Impacts and management strategies. Chin & Pehin Dato Musa, Cogent Social.7 (1), 314-327. <https://doi.org/10.1080/23311886.2021.1950290>.
- Li, J., Xu, L., Tang, L., Wang, S. & Li, L. (2018). Big data in tourism research: A literature review. Tourism Management, 68, 308-321.
- Li, W. Z. & Zhong, H. (2022). Development of a smart tourism integration model to preserve the cultural heritage of ancient villages in Northern Guangxi. Heritage Science, 10(1), 1-15.
- Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernandez, J. A. S., & Mogorrón-Guerrero, H., (2019). An

- analysis of the stability of rural tourism as a desired condition for sustainable tourism. *Journal of Business Research*, 100(4), 165-174. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.03.033>.
- Mirzaei Rezghabadi, Z., Ghasemi, M., & Kharazmi, O. A., (2024). Rural people's perception of smart tourism destination components, case study: Qom province. *Journal of Rural Research*, 15(4), 155-177. <https://doi.org/10.22059/JRUR.2024.370216.1898>. (In persian)
- Parsipour, H., Hosseinzadeh, A., & Aqeli-Moghaddam, H., (2021). Ranking and analysis of the degree of development of the country's provinces. *Journal of Land Geography Engineering*, 6(4), 751-766. <https://doi.org/20.1001.1.25381490.1400.5.10.4.2>. (In persian)
- Rietbergen-McCracken J., & Narayan D., (1998). Participation and social Assessment: Tools and techniques. The International Bank for Reconstruction and Development (IBRD), World Bank Research Institute: N.W. Washington, D.C. USA.
- Rezvani, M. R., Faraji S., Farajali, Ghadiri Masoom, M., & Zinati-Fakhrabad, H., (2024). Systematic review of smart tourism research in rural areas (2000-2022). *Journal of Rural Research*, 15(3), 198-183. <https://doi.org/10.22059/JRUR.2025.356635.1825>. (In persian).
- Rezaei, R.A. & Paski, A.A. (2015). Analysis of Tourism Development Problems in Rural Areas of Qazvin Province (Case Study: Gazerkhan Village). *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*. 46(2), 284-277. (In persian).
- Razzaghi Borkhani, F. & Mohammadi, Y. (2018). The Design of TOWS Strategic Model for Rural and Agricultural Tourism Development of Mazandaran Province. *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*. 2-49 (3), 525-509. (In persian).
- Raimundo, R. J. G., Travassos Rosário, A. M. F. & Rocha, A. L. M. (2022). Knowledge Management in Marketing. In T. Guarda, S. Anwar, M. Leon, & F. J. Mota Pinto (Eds.), *Information and Knowledge in Internet of Things*. 59-78. Cham: Springer International Publishing.
- Soleman-Nejad, R., Alibaygi, A.H., & Salehi, L., (2021a). Analysis of stakeholders in sustainable agricultural tourism development in the west of Mazandaran Province. *Quarterly Journal of Rural Research*, 12(4), 683-662. (In persian)
- Soleman-Nejad, R., (2021). Explanation of agricultural tourism with a sustainability approach in the west of Mazandaran Province. PhD thesis, Department of Agricultural Extension and Education, Razi University, Kermanshah. (In persian)
- Soleman-Nejad, R., Alibaygi, A.H., & Salehi, L., (2022). Capacities of the west of Mazandaran Province for sustainable agricultural tourism development. *Quarterly Journal of Tourism Planning and Development*, 10 (39), 112-79 <https://doi.org/10.22059/JRUR.2022.330327.1672>. (In persian)
- Safri Ali-Akbari, M., (2022). Analysis of the smart tourism context in tourism target villages and obstacles ahead (case study: Paveh County). *Quarterly Journal of Rural and Sustainable Development of Space*, 3(4), 64-44. <https://doi.org/10.22077/VSSD.2023.5697.1138>. (In persian)
- Salahi-Kajour, A., Razavi, S. M. H., Amirnezhad, S., Mohammadi, N., & Taghi-Pourian, Mohammad J., (2021). Designing a smart tourism model in the sports industry with a data-based approach, *Tourism and Development*, 10(3), 167-180. <https://doi.org/10.22034/jtd.2020.230183.2030>. (In persian).
- Singha, M., Lee, M. & Tsai, K. (2025). The impact of smart tourism technologies on engagement, experiences, and place attachment: A focused study with gamification as the moderator. *Journal of Destination Marketing & Management* 36, 100997.
- Shen, S., & Wang, Q., (2018). Innovation Strategy of traditional village tourism development in Liaoning Province under the background of Smart Village Construction. In 2018 International Conference on Intelligent Transportation, Big Data & Smart City (ICITBS. IEEE.85-88. <https://doi.org/10.1109/ICITBS.2018.00030>
- Tayeb-Nia, S. H., & Fattahi, R., (2019). Analysis and classification of the degree of development of the cities of Kermanshah province. *Journal of Land Geography Engineering*, 3(6, No. 6), 17-29. (In persian)

- Varmazyari, H., Rahimi, A.R., & Babaei, M., (2017). Analysis of desirable agricultural tourism activities and services: A case study of tourists in East Alamut, Tourism Development Planning, 6(21), 77-95. <https://doi.org/10.22080/JTPD.2017.1529>.(In persian).
- Varotsis, N. (2022). Digital Entrepreneurship and Creative Industries in Tourism: A Research Agenda Economies, 10(7), 167. Retrieved from <https://www.mdpi.com/2227-7099/10/7/167>.
- Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R., (2017). Big data analytics, tourism design and smart tourism. Analytics in smart tourism design: concepts and methods, 299-307. https://doi.org/10.1007/978-3-319-44263-1_17.
- Yang, J., Yang, R., Chen, M. H., Su, C. H. J., Zhi, Y., & Xi, J., (2021). Effects of rural revitalization on rural tourism. Journal of Hospitality and Tourism Management, 47(3), 35-45. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.02.008>.
- Zinati-Fakhrabad, H., (2025). A Model for the Development of Smart Tourism Destinations in Rural Areas: A Study of Tourism Target Villages in Alborz Province. PhD dissertation, Department of Human Geography, Faculty of Geography, University of Tehran. (In persian).
- Zhang, Sh. (2022). Intelligent agricultural tourism recommendation based on smart network. Agronomy journal, 114(6), 3531-3543.