

# Measuring the effects of smart tourism on sustainable rural livelihoods (case study of tourism target villages in eastern Kermanshah province)

Fatemeh Khajevand<sup>1</sup>, Mohammad Akbarpour<sup>2✉</sup>

1-Master's student in Geography and Rural Planning, Department of Geography, Faculty of Literature and Human Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

2- Assistant Professor of Geography and Rural Planning, Department of Geography, Faculty of Literature and Human Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.

| Article Info                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | Abstract                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>Article type:</b><br/>Research Paper</p> <p><b>Keywords:</b><br/>Tourism, rural smart tourism, sustainable livelihood, Fash-Kandoleh and Nejoubran villages</p> <p><b>Received:</b><br/>?? Sep 2024</p> <p><b>Received in revised form:</b><br/>?? Nov 2024</p> <p><b>Accepted:</b><br/>?? Dec 2024</p> <p>pp.? -?</p> | <p>One of the important solutions for achieving sustainable livelihoods is rural smart tourism, which is able to achieve rural development by reducing land-dependent activities. The overall objective of this study is to investigate the role and effects of tourism as a sustainable livelihood strategy for the development of smart tourism in the villages under study. The present study is a cross-sectional survey in terms of its applied purpose, descriptive in terms of its method of conduct, and library and field research in terms of its analytical method, which is based on documentary studies and conducted in the field by distributing questionnaires, interviews, and observations. The statistical population studied in this study is rural households living in 3 villages (Fash, Nejoobran and Kandoleh) in the counties (Harsin, Sahneh and Kangavar) of Kermanshah province. To determine the desired sample in the present study, a random stratified sampling method was used and the sample size was estimated using the Cochran formula based on the number of households in the three villages studied, which is 259 people. The findings showed that among the factors affecting human capital, the variable of increasing innovation and creativity among local people with an average of (4.33) has the greatest effect on the amount of human capital, and the variable of evaluating the quality and access to medical services in the village has the least effect on the amount of human capital with an average of (2.47). The results show that the impact of smart rural tourism on sustainable rural development is positive. It is confirmed that rural smart attention has a significant impact on sustainable development in rural areas.</p> |

**Citation:**

**Publisher:** Vali-e-Asr University of Rafsanjan

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2086901.1141>



The Author(s) ©

\* Corresponding Author, [m.akbarpour@razi.ac.ir](mailto:m.akbarpour@razi.ac.ir)

## Extended Abstract

### Introduction

One of the important solutions for achieving sustainable livelihoods is rural smart tourism, which is able to achieve rural development by reducing land-dependent activities. The overall objective of this study is to investigate the role and effects of smart tourism as a sustainable livelihood strategy for the development of smart tourism in the villages under study. In this regard, the target villages of tourism in the east of Kermanshah province, which have various potentials in the field of tourism, were considered. Therefore, examining sustainable livelihood levels in these smart tourism villages can be effective in planning the development of these villages. Kermanshah province, along with issues such as the eight-year imposed war, unemployment, poverty, economic problems, climate fluctuations that threaten the rural environment and destroy the beauty of natural landscapes, lack of marketing of handicrafts and support for them, has a high position due to seasonal diversity, and paying attention to this is a turning point for improving the potential of rural tourism in the east of the province. Therefore, by strengthening rural tourism, these problems can be solved. On the other hand, Kermanshah province is one of the provinces that has received less attention in recent years, despite the attention paid to household livelihoods in tourist villages. Therefore, the results obtained can be of interest to rural planners and managers to pay attention to sustainable livelihoods in households in tourist areas.

### Methodology

The present study was applied in terms of its purpose, descriptive-analytical method, and the method of collecting the required information and data, using field and library methods. The statistical population studied in

this study is rural households living in 3 villages (Fash, Nejoobran, and Kandoleh), in the counties (Harsin, Sahneh, and Kangavar) of Kermanshah province. Fesh village with a population of 1,545 people has 507 households, Kandoleh village with a population of 522 people has 161 households, and Najooبران village with a population of 464 people has 125 households. The population of the three villages is 2,531 people with 793 households, and it is possible to select any of them to be selected as the research sample. To determine the desired sample in the present study, a random stratified sampling method was used and the sample size was estimated using the Cochran formula based on the number of households in the three villages under study, which is 259 people. The sampling method in the studied villages is proportional to the number of households and the distribution of questionnaires is systematic random.

### Results

The indicators of human capital, social capital, financial capital, natural capital, physical capital, cultural capital and institutional capital were examined and analyzed in the form of 57 items. According to the responses of the respondents, it can be concluded that the largest percentage of respondents expressed their opinion about the items of the indicators under study, namely human capital, social capital, financial capital, natural capital, physical capital, cultural capital and institutional capital, as medium, high or very high. In other words, these indicators received high scores. Therefore, it seems that the indicators under study, namely human capital, social capital, financial capital, natural capital, physical capital, cultural capital and institutional capital, are in a good state due to the development of tourism in the villages of Fash, Kandoleh, and Nejobaran,

and this means that the development of tourism has strengthened human capital, social capital, financial capital, natural capital, physical capital, cultural capital and institutional capital, and consequently the sustainability of the livelihoods of rural households in these villages. In addition, the statistics related to the output of the one-sample t-test show that the indicators of human capital, social capital, financial capital, natural capital, physical capital, cultural capital and institutional capital in the villages of Fesh, Kandoleh, and Nojobaran have had a positive and significant effect on the sustainability of the livelihoods of rural households living in these villages due to the development of tourism.

### Discussion and Conclusion

According to the results of the one-sample T-test for all the indicators under study, namely the indicators of human capital, social capital, financial capital, natural capital, physical capital, cultural capital and institutional capital, the significance level (Sig) is less than 0.05. This means that all the items under study based on the development of tourism in the villages of Fash, Kandoleh, and Nejoubbran cause the sustainability of the livelihoods of rural households. So that, among the items affecting human capital, the variable of increasing innovation and creativity among local people with an average of (4.33) has the greatest impact on the amount of human capital and the variable of evaluating the quality and access to medical services in the village with an average of (2.47) has the least impact on the amount of human capital. This means that the items under study cause the strengthening of human capital as a result of tourism development and consequently the sustainability of the livelihoods of rural households.

### Declaration of Generative AI and AI-assisted technologies in the writing process

The authors declare that they did not use any artificial intelligence (AI) tools in the preparation of this manuscript.

### Funding

This article is not sponsored

### Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article.

### Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.



## سنجش آثار گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی (مطالعه موردی روستاهای هدف گردشگری شرق استان کرمانشاه)

فاطمه خواجه‌وند<sup>۱</sup>، محمد اکبرپور<sup>۲</sup><sup>۱</sup> - کارشناسی ارشد جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.<sup>۲</sup> - استادیار جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی، گروه جغرافیا، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

### اطلاعات مقاله چکیده

#### نوع مقاله:

پژوهشی

#### تاریخ دریافت:

#### تاریخ بازنگری:

؟

#### تاریخ پذیرش:

؟

#### صص.؟؟

#### کلید واژه‌ها:

گردشگری،

گردشگری هوشمند

روستایی، معیشت پایدار،

روستاهای فش - کندوله و

نجوبران

یکی از راهکارهای مهم برای دستیابی به معیشت پایدار، گردشگری هوشمند روستایی است که قادر است از طریق کاهش فعالیت‌های وابسته به زمین توسعه روستایی را محقق سازد. هدف کلی این پژوهش بررسی نقش و اثرات گردشگری هوشمند به عنوان یک استراتژی معیشت پایدار در جهت توسعه گردشگری هوشمند در روستاهای مورد مطالعه می‌باشد. پژوهش حاضر از منظر هدف کاربردی، از نظر شیوه انجام توصیفی، از نوع پیمایش مقطعی و از نظر روش انجام تحلیلی از نوع کتابخانه‌ای و میدانی است که براساس مطالعات اسنادی و به روش میدانی با توزیع پرسشنامه، مصاحبه و مشاهده صورت گرفته است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق خانوارهای روستایی ساکن در ۳ روستای (فش، نجوبران و کندوله)، در شهرستان‌های (هرسین، صحنه و کنگاور)، استان کرمانشاه می‌باشند. برای تعیین نمونه مورد نظر در پژوهش حاضر، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران بر اساس تعداد خانوارهای سه روستای مورد مطالعه برآورد شده است که عدد ۲۵۹ نفر می‌باشد. یافته‌ها نشان داد از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی انسانی، به ترتیب متغیر افزایش نوآوری و خلاقیت در میان مردم محلی با میانگین (۴/۳۳) بیشترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی انسانی و متغیر ارزیابی کیفیت و دسترسی به خدمات پزشکی در روستا با میانگین (۲/۴۷) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی انسانی دارند. و از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی اجتماعی، به ترتیب متغیر رفاه اجتماعی شامل اشتغال، درآمد مناسب و دسترسی به خدمات آموزشی، بهداشتی و محیط طبیعی با میانگین (۳/۶۶) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی اجتماعی و متغیر کاهش مهاجرت از روستا با میانگین (۲/۶۴) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی اجتماعی دارند. نتایج نشان می‌دهند که تأثیر گردشگری هوشمند روستایی بر توسعه پایدار روستایی مثبت است. با توجه هوشمند روستایی تأثیر قابل توجهی بر توسعه پایدار در مناطق روستایی به خصوص در زمینه اشتغال و درآمدزایی در روستاهای مورد مطالعه دارد، تأیید می‌شود.

### استناد:

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2026.2086901.1141>

© نویسندگان

ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان



### مقدمه

امروزه این مسئله آشکار شده است که لازمه رسیدن به توسعه، توجه به روستاها می باشد و بخش روستایی به عنوان بخش پایه محسوب می شود (Hoseini et al, 2025: 60). در واقع روستاها از فقیرترین و آسیب پذیرترین گروه های موجود در جوامع و به خصوص در کشورهای در حال توسعه هستند. فقر یکی از مهمترین و کلیدیترین مسائل در مبحث توسعه محسوب می شود با وجود این، به نظر می رسد راهبردهای گذشته در زمینه توسعه روستایی موفقیت آمیز نبوده است و نتوانسته اند، اهداف متعدد توسعه روستایی را در جامعه تامین کنند. در نتیجه به فعالیتهای و رویکردی پایدار و جامع برای توسعه روستایی نیاز است (Jomehpour 34: 2011, Ahmadi &). در این میان، یکی از راهبردهای که در دهه های اخیر در اغلب کشورهای جهان، مورد توجه قرار گرفته است، توسعه و گسترش گردشگری در نواحی روستایی و استفاده از جاذبه های متعدد طبیعی و فرهنگی روستا به عنوان منبع درآمد معیشتی و در عین حال کمک به حفاظت از سرمایه ها و جاذبه های منحصر به فرد طبیعی و فرهنگی روستا می باشد. یکی از راهکارهای کاهش فقر روستایی، توسعه صنعت گردشگری در این نواحی است. به علاوه گردشگری صنعتی است که قابلیت های زیادی برای ایجاد کسب و کارها جدید دارد و می تواند به توسعه اشتغال زایی و کارآفرینی کمک کند. همه این ها از عوامل تشکیل دهنده اجزا معیشت پایدار روستایی هستند (Abodlahzadeh et al, 2015: 149). درآمد پایین و کاهش اشتغال در نواحی روستایی کشورهای در حال توسعه به یک مسئله عمده تبدیل شده است. از سوی دیگر با گسترش تجارت جهانی و گشوده شدن بازارهای داخلی این کشورها به روی کالاهای خارجی کشاورزان مجبور خواهند بود راه های جدید کسب درآمد اقتصادی بیابند. این مسائل موجب شده تا گردشگری روستایی به عنوان یک راهکار توسعه مناطق روستایی مورد توجه برنامه ریزان قرار گیرد (Hatami 109: 2020, et al.). نگرش ساکنان محلی در درک پویایی توسعه گردشگری و تاثیر آن بر جامعه محلی بسیار مهم است (Alizadeh & Javan, 2024: 18). باتوجه به اینکه گردشگری متمرکز بر نیروی کارگری است می تواند برای افراد فرصت های شغلی را فراهم نماید که این مهم به نوبه خود موجب کارآفرینی در سطح کوچک می شود. از طرفی، گردشگری در ساخت تسهیلات عمومی، زیرساخت ها، حفظ محیط زیست منطقه، ایجاد بازارهای جدید برای محصولات محلی، افزایش دلبستگی مکانی، احیای فرهنگ بومی و تقویت غرور محلی منطقه نقش عمده ای دارد و در نهایت می تواند به رفاه کل جامعه کمک کند (Xiuzhi Lin, Qifu Lai., 2025). فضای روستایی محیطی برای فعالیت های تفریحی و گردشگری است. در این راستا، راهبردهای معیشتی مجموعه فعالیت هایی است که خانوار برای دست یابی به معیشت به عنوان هدف اصلی مد نظر دارند. این راهبردها شامل به کارگیری و استفاده از منابع طبیعی، مهاجرت، فعالیت های خارج از مزرعه و مواردی از این قبیل است. بنابراین، انتخاب راهبرد یک فرایند پویا است چرا که با انتخاب مناسب راهبردهای معیشتی، خانوار به سطح درآمد و رفاه مناسبی خواهند رسید؛ به عبارتی با کاهش آسیب پذیری، این مهم برای خانوار روستایی فراهم می شود (Mohammadehmehr et al, 2022: 336). در رابطه با گردشگری هوشمند روستایی چالشهای مختلفی وجود دارد که بیشتر روی پیاده سازی فناوری اطلاعات با حمایت منابع انسانی و نقش سایر ذینفعان تأکید می شود. علاوه بر این نیازمند عناصر حمایتی، توانمندسازی جامعه و نقشهای دولتی است. آنچه به عنوان چالش دیگر در این زمینه نمود دارد عدم یکپارچگی بین ظرفیتهای روستایی، مدیریت نظاممند و نیازهای گردشگران است. علاوه بر این محدودیتهای اینترنت، امکانات، خدمات پشتیبانی، عدم دسترسی به اطلاعات، عدم آموزش و آگاهی جوامع محلی و سیاستهای موجود نیز از دیگر چالشهای پیشرو گردشگری هوشمند روستایی محسوب می شود (Anabestani & Barankialiakbari, 2025: 113). در کنار این چالشها، گردشگری هوشمند روستایی می تواند مزایای مختلفی از جنبه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی به دنبال داشته باشد، به گونه ای که سبب توسعه فناوری، بهبود مشارکت، افزایش رفاه، حفظ محیط طبیعی، رشد فرصتهای

بالقوه، بهبود سرمایه اجتماعی، بهبود آگاهی جامعه محلی، گسترش تولید و اشتغالزایی میشود (Rudwlati et al, 2021). روستاها به دلیل پایین بودن سطح اشتغال و درآمد، بیش از سکونتگاههای شهری در معرض شکنندگی اقتصادی هستند (Anabestani & Barankialiakbari, 2025: 113). از این رو برای آن که در راستای هوشمندسازی مناطق روستایی و دستیابی به توسعه پایدار روستایی، بستر مناسبی شکل گیرد، ابتدا بایستی یک شناخت و نیازسنجی مناسب از وضعیت گردشگری هوشمند روستایی و تأثیر آن معیشت پایدار روستایی با توجه به عوامل مختلف انجام گیرد و در ادامه نیز موانع موجود را شناسایی و راهکارهای اساسی را جهت برون رفت ارائه نمود. هوشمند سازی در مناطق روستایی مستلزم برخورداری این نواحی، از جاذبه های طبیعی یا تاریخی و فرهنگی می باشد تا بتوان الگوی هوشمندسازی را پیاده کرد، روستاهای دارای جاذبه گردشگری در ایران به عنوان روستاهای هدف گردشگری شناخته میشود، مقوله گردشگری هوشمند عمدتاً در حوزه برنامه ریزی شهری در کشورهای مختلف مورد تأکید بوده است و کمتر در نواحی روستایی مورد توجه قرار گرفته است، با این وجود باید اذعان نمود بسیاری از روستاهای کشورمان دارای قابلیتهای مناسب جهت پیاده سازی و عملیاتی نمودن گردشگری هوشمند را دارا میباشند به همین دلیل ضرورت بهرهمندی از گردشگری هوشمند در نواحی روستایی بیش از پیش احساس می شود (Rezvani et al, 2024: 184). در این راستا روستاهای هوشمند هدف گردشگری شرق استان کرمانشاه که در سازمان و میراث گردشگری استان کرمانشاه ثبت شده اند به عنوان روستاهای هدف در نظر گرفته شد. لذا بررسی سطوح معیشتی پایدار در این روستاهای هوشمند گردشگری می تواند در برنامه ریزی توسعه این روستاها موثر واقع گردد. استان کرمانشاه در کنار مواردی از قبیل جنگ تحمیلی هشت ساله، بیکاری، فقر، مساله اقتصادی، نوسانات اقلیمی که محیط زیست روستایی را تهدید می کند و زیبایی مناظر طبیعی را رو به نابودی می برد، بازاریابی نکردن صنایع دستی و حمایت از آن دو، به دلیل تنوع فصلی از موقعیت بالایی برخوردار است که توجه به همین مهم، نقطه عطفی برای بهبود پتانسیل گردشگری هوشمند روستایی شرق استان است. از این رو، با تقویت گردشگری هوشمند روستایی می توان به حل این مشکلات پرداخت. از طرفی استان کرمانشاه از جمله استان هایی است که در چند سال اخیر، علی رغم توجه به معیشت خانوار در روستاهای گردشگری هوشمند کمتر مورد توجه قرار گرفته است. بنابراین سوال محوری پژوهش به دنبال سنجش آثار گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی در روستاهای هدف گردشگری شرق استان کرمانشاه است.

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری به عنوان بزرگ ترین تحرک اجتماعی با پیامدهای فرهنگی، اقتصادی و فضایی متعددی همراه است (رهنمایی، ۱۳۹۶: ۱۵۳). گردشگری هوشمند یک نیروی محرک تازه برای نوآوری، خلاقیت و رقابت در مقاصد گردشگری است. مقاصد گردشگری هوشمند در درازمدت، توسعه صنعت گردشگری و آیندهای بهتر برای کشورها و توسعه پایدار را موجب می شوند. یکی از عواملی که باعث اهمیت زیاد حرکت به سمت هوشمند سازی گردشگری میشود، نقش آن در پایداری است (Anabestani & Barankialiakbari, 2025: 113). در دهه های اخیر گردشگری به ویژه در مناطق روستایی اهمیت قابل توجهی در زمینه تنوع بخشی اقتصادی پیدا کرده است (مهدوی، ۱۳۹۵: ۲۷۵). از طرفی امروزه یکی از بزرگ ترین چالش های برنامه ریزی، در جوامع انسانی، به ویژه جوامع روستایی که کانون تمرکز فقرا در کشورهای در حال توسعه اند، تامین معیشت است (Veysi & Nikhhah, 2018: 334). معیشت پایدار به معنای حمایت از رفاه انسانی از طریق اقداماتی در جهت ارتقاء سلامت انسان، آموزش، فرصت ها، اطمینان از محیط زیست سالم و استاندارد برای زندگی است. معیشت به معنی زندگی و زنده بودن، توانایی ها، دارایی ها و فعالیت هایی است که برای زندگی و زنده بودن مورد نیاز است (Sahneh, 2011: 47). محققان معتقدند که

مردم در نواحی در حال پیشرفت و کشورهای جهان سوم، معیشت خود را از میان مجموعه ای از دارایی ها و سرمایه ها شکل می دهند و شناخت معیشت آنها از طریق شناخت این چارچوب امکان پذیر خواهد بود (Juliana et al, 2025). پژوهشگران، رهیافت معیشت پایدار را الگویی می دانند متشکل از الف. چارچوب معیشت پایدار ب. اصول معیشت پایدار که جهت تضمین معیشت و ثروت برای افراد یک منطقه و نابودی فقر در نظر گرفته می شود (مالکی، ۱۳۹۳: ۲). در رویکرد معیشتی منابع به پنج گروه ۱. سرمایه انسانی ۲. سرمایه فیزیکی ۳. سرمایه مالی ۴. سرمایه طبیعی و ۵. سرمایه اجتماعی تقسیم می شوند (Sharaki, 2015: 8). سرمایه مالی: سرمایه مالی به منابع مالی (مانند پول نقد، حساب های بانکی، دارایی های جاری، حقوق بازنشستگی و مقرری ها و کمک ها و وجوه ارسالی مالی) که برای حفظ معیشت افراد در دسترس هستند، اطلاق می شود. سرمایه مالی به منابع اقتصادی اشاره دارد که مردم برای گذراندن زندگی خود از آن ها استفاده می کنند. این منابع شامل پس انداز، درآمد و سرمایه گذاری می شود (Muhammad Aamir Shahzad et al, 2025). سرمایه اجتماعی: سرمایه اجتماعی به عنوان منابع اجتماعی که افراد برای کمک به معیشت خود از آن ها کمک می گیرند، تعریف شده است. این نوع پشتیبانی، معمولاً شبکه های اجتماعی عضویت در گروه ها و روابط متقابل و حس اعتماد را در برمی گیرد اهمیت دارایی های اجتماعی برای دستیابی به معیشت پایدار روستایی بسیار اساسی و مفید است زیرا در روستاهایی که خانوار فاقد دارایی اجتماعی باشد وجود دارایی های مالی مفهومی نخواهد داشت (Sojasi gheydari et al, 2016: 8). سرمایه انسانی: سرمایه انسانی هم به جهت سخت افزاری (تعداد افراد و تعداد نیروی کار) و هم از جهت مغزافزاری (تعداد تحصیل کردگان، سطح سواد) دارای اهمیت فراوانی است. سرمایه انسانی به مهارت ها، بهداشت مناسب و توانایی کارکردن که در مجموع، دنبال کردن استراتژی ها و فعالیت های معیشتی مختلف که دستیابی به اهداف را ممکن می سازد اشاره دارد (Shen, 2009:40). سرمایه طبیعی: محیط طبیعی به عنوان دارایی اصلی روستاییان برای زندگی و معاش به شمار می آید اغلب فعالیت های اقتصادی و معیشتی روستاییان به صورت مستقیم، مرتبط با محیط و منابع محیطی است سرمایه فیزیکی: سرمایه فیزیکی به زیرساخت های اساسی مانند جاده و کانال های آب رسانی و ابزارها و کالاهای تولیدی و سرمایه ای (مانند ماشین هایی از قبیل تراکتور و...) که برای پشتیبانی از معیشت مورد نیاز است اشاره می کند (Sojasi gheydari et al, 2016: 9-10). گردشگری هوشمند یک نیروی محرک تازه برای نوآوری، خلاقیت و رقابت در مقاصد گردشگری است. مقاصد گردشگری هوشمند در درازمدت، توسعه صنعت گردشگری و آینده های بهتر برای کشورها و توسعه پایدار را موجب می شوند. یکی از عواملی که باعث اهمیت زیاد حرکت به سمت هوشمندسازی گردشگری میشود، نقش آن در پایداری است (Anabestani, 2025: 114 & Barankialiakbari). یکی از چالش هایی که مقاصد گردشگری امروزه با آن روبه رو هستند، یافتن راه حل هایی است که امکان استفاده هوشمندان هتر از منابع را میسر می سازد و کیفیت زندگی برای ساکنان و گردشگران را به طور پایدار بالاتر می برد. از دیدگاه مقصد، تعریف گردشگری هوشمند بر روی خودکارسازی فرآیند، افزایش بهره وری، توسعه محصولات جدید، پی شبینی تقاضا، مدیریت بحران و ایجاد ارزش تأکید می کند در زمینه گردشگری هوشمند روستایی و تأثیر آن بر معیشت پایدار روستایی تحقیقات کمی وجود دارد و بیشتر تحقیقات گردشگری هوشمند یا گردشگری روستایی بر معیشت روستاییان را مورد تأکید و مطالعه قرار داده اند (Wijesekara et al., 2022). از سیستم های هوشمندی توان برای پیش بینی نیازهای کاربران بر اساس مجموعه ای از عوامل و ارائه توصیه با توجه به انتخاب فعالیت ها و علایق؛ افزایش تجربه های مسافران با ارائه اطلاعات غنی، مبتنی بر موقعیت و سفارش سازی شده خدمات تعاملی و همین طور توانمندسازی مسافران برای به اشتراک گذاری تجربه ها استفاده کرد (Ataei et al, 2024: 51).

- عنا بستانی و بارانی علی اکبری (۱۴۰۴). در تحقیقی با عنوان بررسی میزان اثرگذاری مؤلفه های گردشگری هوشمند روستایی بر پایداری روستاهای هدف گردشگری مطالعه موردی روستاهای شرق استان کرمانشاه، به این نتیجه رسیدند که

انواع شاخصهای گردشگری هوشمند روستایی بر توسعه پایدار سکونتگاههای روستایی تأثیر مثبت و معناداری دارد و گردشگری هوشمند روستایی با ضریب ۰/۸۲۱ بیشترین تأثیر مستقیم بر توسعه پایدار روستایی را داشته و متغیر مستقل ۸۶/۳ درصد از واریانس متغیر توسعه پایدار روستایی را پیشبینی می‌کند.

- فعال جلالی و قاسمی (۱۴۰۳). در تحقیقی با عنوان تبیین نقش ظرفیت فناوری های نوین اطلاعاتی در توسعه گردشگری هوشمند مطالعه موردی روستاهای هدف گردشگری استان خراسان رضوی به این نتیجه رسیدند که میانگین شاخص های پژوهش در بخش امکانات مجازی در روستاهای مورد مطالعه از مقدار نرمال بالاتر بوده و روستاها دارای امکانات و ظرفیت زیرساختی و انسانی برای توسعه گردشگری هوشمند می باشند. همچنین تحلیل نتایج اثرگذاری بیان داشت که ظرفیت های هوشمند روستایی بر توسعه گردشگری هوشمند اثرگذار بوده است.
- حجت شمایی و همکاران (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان بنیان های معیشتی و بینش روستاییان در رابطه با گردشگری الکترونیک (مورد مطالعه: ناحیه روستایی شهرستان رودبار) به این نتیجه رسیدند که در بخش کمی با استفاده از مدل تاپسیس، در مرحله اول مشخص شد که سرمایه های طبیعی و اجتماعی وضعیت مطلوبی را نسبت به سایر دارایی ها داشته اند. در مرحله دوم وضعیت بنیان های معیشتی در روستاهای مورد مطالعه به تفکیک مورد بررسی قرار گرفت که در این میان روستاهای شهر بیجار، شیرکوه و حلیمه جان به ترتیب با ضرایب ۰/۶۵۴ ، ۰/۵۴۶ و ۰/۵۲۶ در رتبه های اول تا سوم قرار گرفتند. در گام بعدی و در بخش کیفی روستاییان بینش خود از گردشگری الکترونیک را به مثابه بازدید، تبلیغ و بازاریابی، خرید آنلاین، حذف واسطه ها و کسب و کارهای نوین تعبیر می کنند. همچنین در بررسی ها مشخص شد روستاییان کمتر برخوردار از سرمایه های معیشتی بینش متفاوتی نسبت به روستاییان برخوردار از سرمایه های معیشتی دارند.
- مزیدی و زینتی فخرآبادی (۱۴۰۲) در تحقیقی با عنوان بررسی و تحلیل تأثیرات گردشگری روستایی بر معیشت پایدار روستاییان ( مطالعه موردی: روستاهای وامان و کاشی دار شهرستان آزادشهر) به این نتیجه رسیدند که تأثیرات گردشگری بر بعد اقتصادی با میانگین ۱/۷۹۱، بعد اجتماعی با میانگین ۱/۸۲۹، بعد زیست محیطی با میانگین ۲/۲۴۴ و بعد نهادی با میانگین ۲/۳۵۵ مطلوب بوده است.
- سیولاک<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۲) در بررسی روستاهای گردشگری هوشمند، نشان دادند که در این روستاها، مولفه های فناوری، خدمات رسانی، آموزش و آگاهی جامع محلی، مشارکت، سرمایه گذاری، بهبود زیرساخت ها و نوآوری در کسب و کارها در تقویت و رشد گردشگری هوشمند موثر بوده اند.
- لی و ژانگ<sup>۲</sup> (۲۰۲۲) در توسعه مدل ادغام گردشگری هوشمند برای حفظ میراث فرهنگی روستاهای باستانی در شمال گوانگشی نتیجه گرفتند که رویکرد هوشمندسازی به عنوان یکی از رویکردهای قابل اتکا جهت توسعه گردشگری منطقه شناخته می شود و در این زمینه توسعه زیرساخت ها، حمایت دولت و بخش خصوصی و همراهی جامعه محلی نقش مهمی ایفا می نماید.

1. Ciolac

2. Li , Zhong

- هندری<sup>۱</sup> و همکاران (۲۰۲۲) در تحقیقی با عنوان توسعه گردشگری و تأثیرات انتقال معیشت محلی بر ارتفاعات کوه نونا، جزیره آمبون به این نتیجه رسیدند که توسعه منطقه سیوانگ از طریق افزایش درآمد، سهم بسزایی در ایجاد معیشت‌های جدید داشته است. اما از سوی دیگر، این انتقال معیشتی تهدیدی بالقوه برای اقتصاد خانوار خود جامعه روستایی بود. این وضعیت می‌تواند ناشی از عدم دانش و تجربه جامعه در مورد مدیریت اشیاء توریستی، فصل نامشخص گردشگری و همه گیری بیمارهای واگیردار باشد.

با بررسی پیشینه تحقیق به این نتیجه می‌رسیم که پژوهشهای اندکی در زمینه تأثیر مؤلفه های گردشگری هوشمند روستایی بر معیشت روستایی در داخل کشور انجام شده است به همین دلیل موضوع به اهمیت انجام پژوهش در زمینه آثار گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی اشاره دارد. علاوه بر این پژوهشهای ذکر شده بیشتر به بررسی توصیفی روستاهای گردشگری از دید رویکرد هوشمند تأکید نموده اند. وضعیت گردشگری روستایی در شرق استان کرمانشاه نیز در حال توسعه و بهبود است. این منطقه با طبیعت زیبا، فرهنگ غنی و آداب و رسوم محلی، از جمله ( کوهها و دشتهای زیبا، رودخانه ها و چشمه های طبیعی، صنایع دستی و تولیدات محلی، آثار تاریخی و فرهنگی، روستاهای سنتی و معماری بومی) پتانسیل بالایی برای جذب گردشگران دارد. وضعیت گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی در شرق استان کرمانشاه در حال حاضر به علت کمبود منابع مالی :نیاز به سرمایه گذاری بیشتر در زیرساخت های دیجیتال و فناوری. آگاهی پایین : هنوز آگاهی کافی از مزایای گردشگری هوشمند در بین مردم وجود ندارد. زیرساخت های محدود : زیرساخت های مناسب برای پشتیبانی از فناوریهای نوین، توسعه چندان نداشته است. در پژوهش حاضر به سنجش آثار گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی مورد واکاوی قرار می‌گیرد.

### مواد و روش‌ها

پژوهش حاضر از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-تحلیلی و از نظر نحوه گردآوری اطلاعات و داده‌های مورد نیاز، از نوع روش های میدانی و کتابخانه‌ای بوده است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق خانوارهای روستایی ساکن در ۳ روستای (فش، نجوبران و کندوله)، شهرستان های (هرسین، صحنه و کنگاور)، استان کرمانشاه می‌باشند. روستای فش با جمعیتی بالغ بر ۱۵۴۵ نفر، دارای ۵۰۷ خانوار، روستای کندوله با جمعیتی ۵۲۲ نفره، ۱۶۱ خانوار و روستای نجوبران با ۴۶۴ نفر جمعیت، دارای ۱۲۵ خانوار است. جمعیت سه روستا ۲۵۳۱ نفر با ۷۹۳ خانوار می‌باشد که امکان انتخاب هر یک از آن ها جهت برگزیده شدن به عنوان نمونه پژوهش وجود دارد. برای تعیین نمونه مورد نظر در پژوهش حاضر، از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای تصادفی و حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران برآورد شد که عدد ۲۵۹ نفر می‌باشد گردید که با استفاده از روش تسهیم به نسبت و تعداد خانوارهای نمونه در هر روستا تعیین گردید. (جدول ۱). شیوه تراکنش نمونه در روستاهای مورد مطالعه، متناسب با تعداد خانوار و توزیع پرسشنامه به صورت تصادفی سیستماتیک است. همچنین جهت دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده از آزمون T تک نمونه ای استفاده شده است.

جدول (۱). تعداد خانوارها و حجم نمونه مورد مطالعه

| نام روستا | تعداد خانوار | حجم نمونه |
|-----------|--------------|-----------|
| فش        | 507          | 165       |
| کندوله    | 161          | 53        |

|     |     |         |
|-----|-----|---------|
| 41  | 125 | نخبوران |
| 259 | 793 | کل      |

منبع: (یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۴)

در این پژوهش برای مشخص نمودن پایایی پرسشنامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردیده است. طبق فرمول آلفای کرونباخ ضریب پایایی مطلوب برای پرسشنامه باید بیش از ۰/۷ باشد. پایایی پرسشنامه بر اساس آلفای کرونباخ بیش از ۰/۷ بود که نشان دهنده درجه پایایی مطلوب و قابل قبول است (جدول ۲)

جدول (۲) ضریب پایایی متغیرهای پژوهش

| متغیر            | آلفای کرونباخ<br>(Alpha > ۰/۷) |
|------------------|--------------------------------|
| سرمایه‌ی انسانی  | ۰/۷۳۲                          |
| سرمایه‌ی اجتماعی | ۰/۸۰۲                          |
| سرمایه‌ی مالی    | ۰/۸۹۱                          |
| سرمایه‌ی طبیعی   | ۰/۷۵۹                          |
| سرمایه‌ی فیزیکی  | ۰/۸۰۰                          |
| سرمایه‌ی فرهنگی  | ۰/۹۱۲                          |
| سرمایه‌ی نهادی   | ۰/۷۲۳                          |

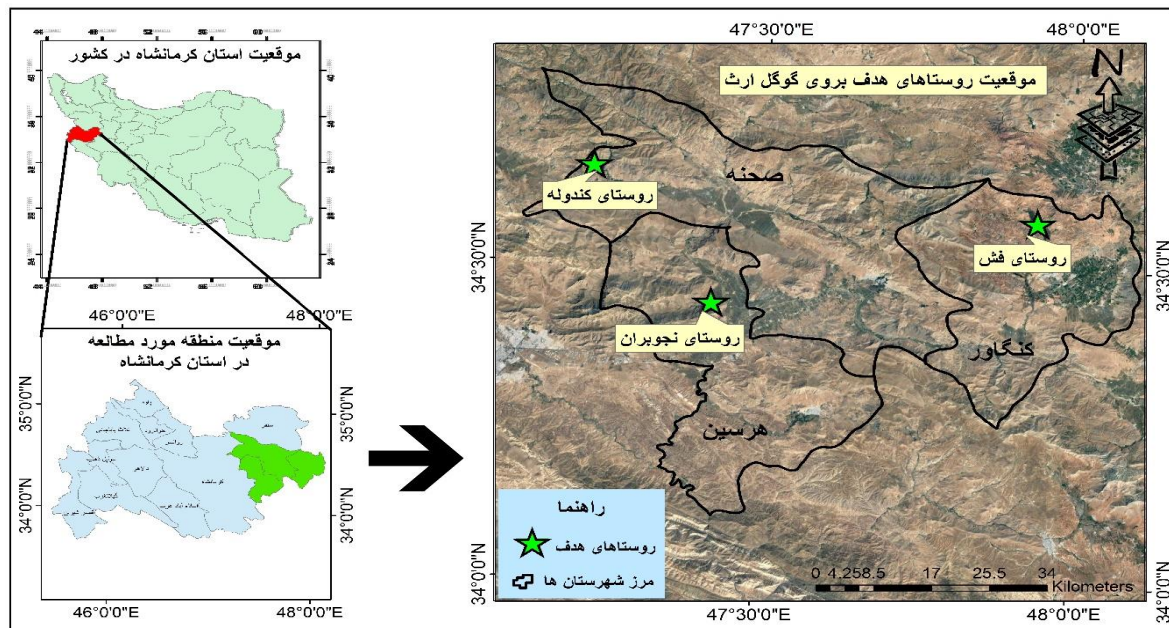
(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

### منطقه مورد مطالعه

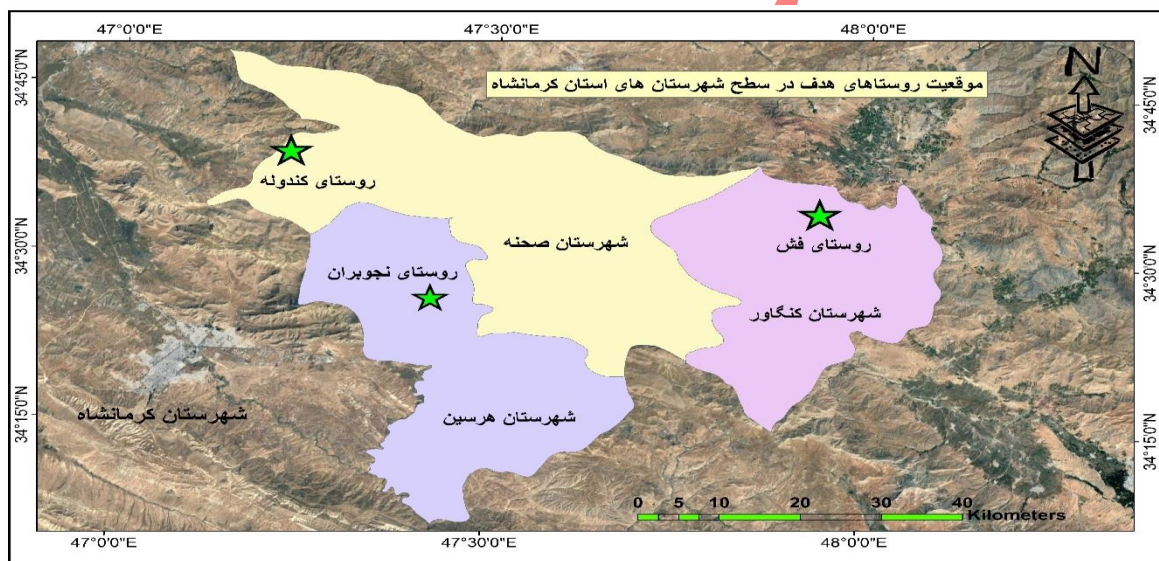
استان کرمانشاه با وسعتی برابر ۲۴۴۳۴/۲۵ کیلومتر، در منتهی‌الیه غربی کشور ایران قرار دارد. مساحت استان کرمانشاه ۱/۴۵ درصد از مساحت کل کشور بوده، که از لحاظ وسعت هجدهمین استان ایران محسوب می‌گردد. جمعیت استان کرمانشاه ۱۴۹۵۲۲۷ نفر است، استان کرمانشاه ۱۴ شهرستان، ۲۷ بخش، ۲۶ شهر، ۸۳ دهستان و ۳۱۷۲ روستا را دارا می‌باشد (سرشماری عمومی نفوس و مسکن، ۱۳۹۵). سه روستای هدف مطالعه که در شرق استان کرمانشاه قرار دارند، هر کدام از توابع یکی از شهرستان‌ها و بخش‌های شرقی استان کرمانشاه هستند. روستای فش از توابع شهرستان کنگاور، روستای کندوله از توابع شهرستان صحنه و روستای نخبوران از توابع شهرستان هرسین هستند (شکل‌های ۱ و ۲).

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره؟، شماره؟،؟-؟،؟ و؟؟



شکل (۱) نقشه موقعیت جغرافیایی منطقه مورد مطالعه



شکل (۲) نقشه موقعیت جغرافیایی روستاهای هدف

## یافته‌های پژوهش

همانطور که جدول ۴ نشان می‌دهد بیشترین درصد پاسخ‌گویان نظر خود را درباره‌ی گویه‌های شاخص سرمایه‌ی انسانی متوسط، زیاد و یا خیلی زیاد اعلام کرده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد شاخص سرمایه‌ی انسانی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند در وضعیت مناسبی قرار دارد و این بدنی معنی است که توسعه‌ی گردشگری هوشمند موجب تقویت سرمایه‌ی انسانی در روستاهای مورد مطالعه گردیده است.

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

سنجش آثار گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی ... / که خواجه‌وند و اکبرپور

جدول (۴). نتایج بدست آمده برای گویه‌های شاخص سرمایه‌ی انسانی

| متغیرها                                                                                 | توزیع   | خیلی کم | کم   | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|------|-------|------|-----------|
| تأثیر تحصيلات پاسخگویان بر نوع فعالیت‌های اقتصادی هوشمند روستا                          | فراوانی | ۲۳      | ۶۲   | ۱۱۸   | ۴۸   | ۸         |
|                                                                                         | درصد    | ۸/۹     | ۲۳/۹ | ۴۵/۶  | ۱۸/۵ | ۳/۱       |
| میزان اطلاعات و آگاهی‌های محلی پاسخگویان درباره‌ی جاذبه‌های گردشگری هوشمند روستا        | فراوانی | ۸       | ۴۸   | ۹۶    | ۷۳   | ۳۴        |
|                                                                                         | درصد    | ۳/۱     | ۱۸/۵ | ۳۷/۱  | ۲۸/۲ | ۱۴/۱      |
| تأثیر افزایش نوآوری و خلاقیت در میان مردم محلی بر توسعه‌ی گردشگری هوشمند و معیشت پایدار | فراوانی | ۱       | ۹    | ۳۳    | ۷۵   | ۱۴۱       |
|                                                                                         | درصد    | ۰/۴     | ۳/۵  | ۱۲/۷  | ۲۹/۰ | ۵۴/۴      |
| ارزایی کیفیت و دسترسی به خدمات پزشکی هوشمند در روستا                                    | فراوانی | ۱۵      | ۱۴۱  | ۷۶    | ۱۹   | ۸         |
|                                                                                         | درصد    | ۵/۸     | ۵۴/۴ | ۲۹/۳  | ۷/۳  | ۳/۱       |
| بر بهبود خدمات آموزشی هوشمند در روستا                                                   | فراوانی | ۱       | ۱۸   | ۱۰۰   | ۱۱۳  | ۲۷        |
|                                                                                         | درصد    | ۰/۴     | ۶/۹  | ۳۸/۶  | ۴۳/۶ | ۱۰/۴      |
| تأثیر ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در حوزه‌ی گردشگری هوشمند بر پایداری اقتصاد روستا         | فراوانی | ۱       | ۱۵   | ۹۳    | ۹۹   | ۵۱        |
|                                                                                         | درصد    | ۰/۴     | ۵/۸  | ۳۵/۹  | ۳۸/۲ | ۱۹/۷      |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

یافته‌های جدول ۵ نشان می‌دهد بیشترین درصد پاسخ‌گویان نظر خود را درباره‌ی گویه‌های شاخص سرمایه‌ی اجتماعی متوسط، زیاد و یا خیلی زیاد اعلام کرده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد شاخص سرمایه‌ی اجتماعی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند در وضعیت مناسبی قرار دارد و این بدین معنی است که توسعه‌ی گردشگری هوشمند موجب تقویت سرمایه‌ی اجتماعی در روستاهای مورد مطالعه گردیده است.

جدول (۵). نتایج بدست آمده برای گویه‌های شاخص سرمایه‌ی اجتماعی

| متغیرها                                     | توزیع   | خیلی کم | کم   | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|---------------------------------------------|---------|---------|------|-------|------|-----------|
| ساختار مدیریت اجتماعی سنتی روستا            | فراوانی | ۳       | ۲۴   | ۱۰۳   | ۱۰۵  | ۲۴        |
|                                             | درصد    | ۱/۲     | ۹/۳  | ۳۹/۸  | ۴۰/۵ | ۹/۳       |
| افزایش روابط همسایگی                        | فراوانی | ۲       | ۲۷   | ۱۲۴   | ۹۳   | ۱۳        |
|                                             | درصد    | ۰/۸     | ۱۰/۴ | ۴۷/۹  | ۳۵/۹ | ۵/۰       |
| اعتماد و همکاری میان افراد محلی             | فراوانی | ۲       | ۴۸   | ۹۱    | ۹۵   | ۲۳        |
|                                             | درصد    | ۰/۸     | ۱۸/۵ | ۳۵/۱  | ۳۶/۷ | ۸/۹       |
| ارتقاء سطح فرهنگ محلی و تبادل فرهنگی هوشمند | فراوانی | ۲       | ۳۱   | ۱۱۰   | ۸۸   | ۲۸        |
|                                             | درصد    | ۰/۸     | ۱۲/۰ | ۴۲/۵  | ۳۴/۰ | ۱۰/۸      |
| امنیت جامعه میزبان و امنیت عمومی هوشمند     | فراوانی | ۳       | ۶۷   | ۱۱۲   | ۶۰   | ۱۷        |
|                                             | درصد    | ۱/۲     | ۲۵/۹ | ۴۳/۲  | ۲۳/۲ | ۶/۶       |
| وقوع جرم و سرقت در روستا                    | فراوانی | ۱۴      | ۱۴۶  | ۴۶    | ۴۴   | ۹         |

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟-؟، ؟ و ؟ ؟

| متغیرها                                                                              | توزیع   | خیلی کم | کم   | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|------|-------|------|-----------|
|                                                                                      | درصد    | ۵/۴     | ۵۶/۴ | ۱۷/۸  | ۱۷/۰ | ۴/۵       |
| کاهش مهاجرت از روستا                                                                 | فراوانی | ۴       | ۳۳   | ۷۸    | ۸۰   | ۶۴        |
|                                                                                      | درصد    | ۱/۵     | ۱۲/۷ | ۳۰/۱  | ۳۰/۹ | ۲۴/۷      |
| بهبود جایگاه زنان در روستا با توسعه گردشگری هوشمند                                   | فراوانی | ۳       | ۳۰   | ۱۳۲   | ۷۶   | ۱۸        |
|                                                                                      | درصد    | ۱/۲     | ۱۱/۶ | ۵۱/۰  | ۲۹/۳ | ۶/۹       |
| رفاه اجتماعی شامل اشتغال، درآمد مناسب و دسترسی به خدمات آموزشی، بهداشتی و محیط طبیعی | فراوانی | ۳       | ۶    | ۱۰۰   | ۱۱۶  | ۳۴        |
|                                                                                      | درصد    | ۱/۲     | ۲/۳  | ۳۸/۶  | ۴۴/۸ | ۱۳/۱      |
| تبادلات فرهنگی بین افراد محلی و گردشگران                                             | فراوانی | ۲       | ۲۱   | ۱۰۸   | ۱۰۸  | ۲۰        |
|                                                                                      | درصد    | ۰/۸     | ۸/۱  | ۴۱/۷  | ۴۱/۷ | ۷/۷       |
| تقویت همبستگی و اتحاد روستا                                                          | فراوانی | ۲       | ۲۳   | ۸۹    | ۱۳۴  | ۱۱        |
|                                                                                      | درصد    | ۰/۸     | ۸/۹  | ۳۴/۴  | ۵۱/۷ | ۴/۲       |
| مشارکت افراد محلی در اجرای طرح ها و برنامه های مرتبط با گردشگری هوشمند               | فراوانی | ۴       | ۱۹   | ۹۶    | ۱۲۲  | ۱۸        |
|                                                                                      | درصد    | ۱/۵     | ۷/۳  | ۳۷/۱  | ۴۷/۱ | ۶/۹       |
| تقویت فرهنگ و آداب و رسوم مردم محلی                                                  | فراوانی | ۳       | ۱۲   | ۱۰۵   | ۱۱۵  | ۲۴        |
|                                                                                      | درصد    | ۱/۲     | ۴/۶  | ۴۰/۵  | ۴۴/۴ | ۹/۳       |

(منبع: یافته های پژوهش ۱۴۰۴)

یافته های جدول ۶ نشان می دهد بیشترین درصد پاسخ گویان نظر خود را درباره ی گویه های شاخص سرمایه ی مالی متوسط، زیاد و یا خیلی زیاد اعلام کرده اند. بنابراین، به نظر می رسد شاخص سرمایه ی مالی در اثر توسعه ی گردشگری هوشمند در وضعیت مناسبی قرار دارد و این بدنی معنی است که توسعه ی گردشگری هوشمند موجب تقویت سرمایه ی مالی در روستاهای مورد مطالعه گردیده است.

جدول (۶) نتایج بدست آمده برای گویه های شاخص سرمایه ی مالی

| متغیرها                            | توزیع   | خیلی کم | کم   | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|------------------------------------|---------|---------|------|-------|------|-----------|
| افزایش درآمد خانوارهای روستایی     | فراوانی | ۵       | ۸    | ۹۵    | ۱۱۷  | ۳۴        |
|                                    | درصد    | ۱/۹     | ۳/۱  | ۳۶/۷  | ۴۵/۲ | ۱۳/۱      |
| ایجاد مشاغل متنوع برای اهالی روستا | فراوانی | ۳       | ۱۸   | ۹۷    | ۱۰۹  | ۳۲        |
|                                    | درصد    | ۱/۲     | ۶/۹  | ۳۷/۵  | ۴۲/۱ | ۱۲/۴      |
| به وجود آمدن مشاغل فصلی در روستا   | فراوانی | ۴       | ۴۹   | ۷۹    | ۹۹   | ۲۸        |
|                                    | درصد    | ۱/۵     | ۱۸/۹ | ۳۰/۵  | ۳۸/۲ | ۱۰/۸      |

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

سنجش آثار گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی ... / که خواجه‌وند و اکبرپور

| متغیرها                                                             | توزیع   | خیلی کم | کم   | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|---------------------------------------------------------------------|---------|---------|------|-------|------|-----------|
| رونق شغل‌های روستایی مانند کشاورزی، باغداری و دامپروری              | فراوانی | ۲       | ۲۲   | ۹۵    | ۱۰۹  | ۳۱        |
|                                                                     | درصد    | ۰/۸     | ۸/۵  | ۳۶/۷  | ۴۲/۱ | ۱۲/۰      |
| رونق بازار فروش محصولات بومی و لبنیات در روستا                      | فراوانی | ۱       | ۹    | ۸۶    | ۱۲۸  | ۳۵        |
|                                                                     | درصد    | ۰/۴     | ۳/۵  | ۳۳/۲  | ۴۹/۴ | ۱۳/۵      |
| افزایش قیمت محصولات محلی و خدماتی مانند آموزشی، بهداشتی و حمل و نقل | فراوانی | ۲       | ۱۲   | ۹۲    | ۱۲۰  | ۳۳        |
|                                                                     | درصد    | ۰/۸     | ۴/۶  | ۳۵/۵  | ۴۶/۳ | ۱۲/۷      |
| افزایش ارزش خارجی در جامعه                                          | فراوانی | ۸       | ۸۷   | ۶۵    | ۸۲   | ۱۷        |
|                                                                     | درصد    | ۳/۱     | ۳۳/۶ | ۲۵/۱  | ۳۱/۷ | ۶/۶       |
| بهبود استانداردهای زندگی، از جمله کیفیت مواد غذایی و بهداشت         | فراوانی | ۲       | ۱۶   | ۹۵    | ۱۱۸  | ۲۸        |
|                                                                     | درصد    | ۰/۸     | ۶/۲  | ۳۶/۷  | ۴۵/۶ | ۱۰/۸      |
| افزایش پس‌انداز در زندگی خانوارهای روستایی                          | فراوانی | ۶       | ۱۷   | ۹۹    | ۱۱۱  | ۲۶        |
|                                                                     | درصد    | ۲/۳     | ۶/۶  | ۳۸/۲  | ۴۲/۹ | ۱۰/۰      |
| افزایش دریافت وام و تسهیلات بانکی در محیط روستا                     | فراوانی | ۷       | ۱۴   | ۹۹    | ۱۲۰  | ۱۹        |
|                                                                     | درصد    | ۲/۷     | ۵/۴  | ۳۸/۲  | ۴۶/۳ | ۷/۳       |
| ساخت و ساز در روستا                                                 | فراوانی | ۲       | ۱۴   | ۹۹    | ۱۰۸  | ۳۵        |
|                                                                     | درصد    | ۰/۸     | ۵/۴  | ۳۸/۲  | ۴۲/۱ | ۱۳/۵      |
| افزایش تولید صنایع دستی در روستا                                    | فراوانی | ۱       | ۱۲   | ۸۳    | ۱۳۴  | ۲۹        |
|                                                                     | درصد    | ۰/۴     | ۴/۶  | ۳۲/۰  | ۵۱/۷ | ۱۱/۲      |
| افزایش اشتغال زنان در روستا                                         | فراوانی | ۱       | ۲۷   | ۱۰۳   | ۱۰۳  | ۲۵        |
|                                                                     | درصد    | ۰/۴     | ۱۰/۴ | ۳۹/۸  | ۳۹/۸ | ۹/۷       |
| افزایش قیمت اراضی کشاورزی                                           | فراوانی | ۲       | ۲۱   | ۱۰۳   | ۱۰۹  | ۲۴        |
|                                                                     | درصد    | ۰/۸     | ۸/۱  | ۳۹/۸  | ۴۲/۱ | ۹/۳       |
| رونق بازار محصولات کشاورزی                                          | فراوانی | ۱۴      | ۰    | ۹۵    | ۱۲۳  | ۲۷        |
|                                                                     | درصد    | ۵/۴     | ۰    | ۳۶/۷  | ۴۷/۵ | ۱۰/۴      |
| افزایش قیمت مسکن در روستا                                           | فراوانی | ۳       | ۱۰   | ۹۵    | ۱۱۹  | ۳۲        |
|                                                                     | درصد    | ۱/۲     | ۳/۹  | ۳۶/۷  | ۴۵/۹ | ۱۲/۴      |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

یافته‌های جدول ۷ نشان می‌دهد بیشترین درصد پاسخ‌گویان نظر خود را درباره‌ی گویه‌های شاخص سرمایه‌ی طبیعی متوسط، زیاد و یا خیلی زیاد اعلام کرده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد شاخص سرمایه‌ی طبیعی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند در وضعیت مناسبی قرار دارد و این بدنی معنی است که توسعه‌ی گردشگری هوشمند موجب تقویت سرمایه‌ی طبیعی در روستاهای مورد مطالعه گردیده است.

جدول (۷). نتایج بدست آمده برای گویه‌های شاخص سرمایه‌ی طبیعی

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟-؟، ؟ و ؟؟

| متغیرها                                                  | توزیع   | خیلی کم | کم  | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|----------------------------------------------------------|---------|---------|-----|-------|------|-----------|
| جذابیت چشم‌انداز و مناظر طبیعی                           | فراوانی | ۲       | ۹   | ۸۲    | ۱۳۴  | ۳۲        |
|                                                          | درصد    | ۰/۸     | ۳/۵ | ۳۱/۷  | ۵۱/۷ | ۱۲/۴      |
| توجه مدیران و مسئولان به محیط زیست                       | فراوانی | ۵       | ۱۳  | ۱۰۰   | ۱۱۵  | ۲۶        |
|                                                          | درصد    | ۱/۹     | ۵/۰ | ۳۸/۶  | ۴۴/۴ | ۱۰/۰      |
| بهبود مدیریت و سیستم جمع‌آوری زباله در روستا             | فراوانی | ۴       | ۲۰  | ۹۱    | ۱۱۵  | ۲۹        |
|                                                          | درصد    | ۱/۵     | ۷/۷ | ۳۵/۱  | ۴/۴  | ۱۱/۲      |
| افزایش فضای سبز روستایی                                  | فراوانی | ۳       | ۸   | ۹۴    | ۱۲۴  | ۳۰        |
|                                                          | درصد    | ۱/۲     | ۳/۱ | ۳۶/۳  | ۴۷/۹ | ۱۱/۶      |
| ایجاد ترافیک، سر و صدا و آلودگی در روستا                 | فراوانی | ۵       | ۸   | ۸۹    | ۱۲۴  | ۳۳        |
|                                                          | درصد    | ۱/۹     | ۳/۱ | ۳۴/۴  | ۴۷/۹ | ۱۲/۷      |
| میزان آلودگی منابع طبیعی مانند، هوا و خاک                | فراوانی | ۶       | ۱۳  | ۹۲    | ۱۰۹  | ۳۹        |
|                                                          | درصد    | ۲/۳     | ۵/۰ | ۳۵/۵  | ۴۲/۱ | ۱۵/۱      |
| میزان آگاهی ساکنان محلی نسبت به حفاظت از محیط زیست روستا | فراوانی | ۱       | ۲۲  | ۱۰۳   | ۱۰۶  | ۲۷        |
|                                                          | درصد    | ۰/۴     | ۸/۵ | ۳۹/۸  | ۴۰/۹ | ۱۰/۴      |
| بهبود وضعیت بهداشت محیطی در روستا                        | فراوانی | ۲       | ۱۴  | ۹۶    | ۱۱۹  | ۲۸        |
|                                                          | درصد    | ۰/۸     | ۵/۴ | ۳۷/۱  | ۴۵/۹ | ۱۰/۸      |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

یافته‌های جدول ۸ نشان می‌دهد بیشترین درصد پاسخ‌گویان نظر خود را درباره‌ی گویه‌های شاخص سرمایه‌ی فیزیکی متوسط، زیاد و یا خیلی زیاد اعلام کرده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد شاخص سرمایه‌ی فیزیکی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند در وضعیت مناسبی قرار دارد و این بدنی معنی است که توسعه‌ی گردشگری هوشمند موجب تقویت سرمایه‌ی فیزیکی در روستاهای مورد مطالعه گردیده است.

جدول (۸) نتایج بدست آمده برای گویه‌های شاخص سرمایه‌ی فیزیکی

| متغیرها                                                                          | توزیع   | خیلی کم | کم   | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|------|-------|------|-----------|
| بهبود کیفیت محیط سکونت جامعه میزبان                                              | فراوانی | ۲       | ۱۳   | ۷۹    | ۱۳۸  | ۲۷        |
|                                                                                  | درصد    | ۰/۸     | ۵/۰  | ۳۰/۵  | ۵۳/۳ | ۱۰/۴      |
| میزان دسترسی به خدمات و امکانات در روستا                                         | فراوانی | ۲       | ۱۲   | ۸۱    | ۱۴۰  | ۲۴        |
|                                                                                  | درصد    | ۰/۸     | ۴/۶  | ۳۱/۳  | ۵۴/۱ | ۹/۳       |
| افزایش راه‌های مواصلاتی روستا                                                    | فراوانی | ۱       | ۴۴   | ۹۴    | ۹۱   | ۲۹        |
|                                                                                  | درصد    | ۰/۴     | ۱۷/۰ | ۳۶/۳  | ۳۵/۱ | ۱۱/۲      |
| حمل و نقل در روستا                                                               | فراوانی | ۳       | ۲۰   | ۹۸    | ۱۱۵  | ۲۳        |
|                                                                                  | درصد    | ۱/۲     | ۷/۷  | ۳۷/۸  | ۴۴/۴ | ۸/۹       |
| افزایش کالاهای مصرفی با دوام مانند سوپر مارکت، رستوران‌ها و وسایل نقلیه در روستا | فراوانی | ۱       | ۹    | ۹۰    | ۱۲۴  | ۳۵        |
|                                                                                  | درصد    | ۰/۴     | ۳/۵  | ۳۴/۷  | ۴۷/۹ | ۱۳/۵      |

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

سنجش آثار گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی ... / که خواجه‌وند و اکبرپور

| متغیرها                                          | توزیع   | خیلی کم | کم  | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|--------------------------------------------------|---------|---------|-----|-------|------|-----------|
| دسترسی افراد محلی به ماشین‌آلات کشاورزی در روستا | فراوانی | ۳       | ۱۶  | ۸۰    | ۱۲۷  | ۳۳        |
|                                                  | درصد    | ۱/۲     | ۶/۲ | ۳۰/۹  | ۴۹/۰ | ۱۲/۷      |
| آثار تاریخی روستا                                | فراوانی | ۱       | ۱۲  | ۷۷    | ۱۲۶  | ۴۳        |
|                                                  | درصد    | ۰/۴     | ۴/۶ | ۲۹/۷  | ۴۸/۶ | ۱۶/۶      |
| میزان استفاده از مصالح مناسب در ساخت مسکن        | فراوانی | ۷       | ۱۴  | ۸۱    | ۱۲۴  | ۳۳        |
|                                                  | درصد    | ۲/۷     | ۵/۴ | ۳۱/۳  | ۴۷/۹ | ۱۲/۷      |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

یافته‌های جدول ۹ نشان می‌دهد بیشترین درصد پاسخ‌گویان نظر خود را درباره‌ی گویه‌های شاخص سرمایه‌ی فرهنگی متوسط، زیاد و یا خیلی زیاد اعلام کرده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد شاخص سرمایه‌ی فرهنگی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند در وضعیت مناسبی قرار دارد و این بدنی معنی است که توسعه‌ی گردشگری هوشمند موجب تقویت سرمایه‌ی فرهنگی در روستاهای مورد مطالعه گردیده است.

جدول (۹) نتایج بدست آمده برای گویه‌های شاخص سرمایه‌ی فرهنگی

| متغیرها                                                                 | توزیع   | خیلی کم | کم  | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|-------------------------------------------------------------------------|---------|---------|-----|-------|------|-----------|
| انجام و گسترش فعالیت‌های فرهنگی مانند صنایع دستی، هنر و موسیقی در روستا | فراوانی | ۳       | ۱۶  | ۸۷    | ۱۱۹  | ۳۴        |
|                                                                         | درصد    | ۱/۲     | ۶/۲ | ۳۳/۶  | ۴۵/۹ | ۱۳/۱      |
| میزان تقاضا برای صنایع دستی محلی                                        | فراوانی | ۶       | ۱۰  | ۹۹    | ۱۱۷  | ۲۷        |
|                                                                         | درصد    | ۲/۳     | ۳/۹ | ۳۸/۲  | ۴۵/۲ | ۱۰/۴      |
| برگزاری جشنواره‌های فرهنگی در روستا                                     | فراوانی | ۶       | ۱۱  | ۸۱    | ۱۳۳  | ۲۸        |
|                                                                         | درصد    | ۲/۳     | ۴/۲ | ۳۱/۳  | ۵۱/۴ | ۱۰/۸      |
| حفظ ارزش‌ها و سبک زندگی بومی                                            | فراوانی | ۵       | ۱۵  | ۸۴    | ۱۱۴  | ۴۱        |
|                                                                         | درصد    | ۱/۹     | ۵/۸ | ۳۲/۴  | ۴۴/۰ | ۱۵/۸      |
| حفظ و تقویت فرهنگ بومی روستا                                            | فراوانی | ۳       | ۱۴  | ۸۸    | ۱۲۷  | ۲۷        |
|                                                                         | درصد    | ۱/۲     | ۵/۴ | ۳۴/۰  | ۴۹/۰ | ۱۰/۴      |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

یافته‌های جدول ۱۰ نشان می‌دهد بیشترین درصد پاسخ‌گویان نظر خود را درباره‌ی گویه‌های شاخص سرمایه‌ی نهادی متوسط، زیاد و یا خیلی زیاد اعلام کرده‌اند. بنابراین به نظر می‌رسد شاخص سرمایه‌ی نهادی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند در وضعیت مناسبی قرار دارد و این بدنی معنی است که توسعه‌ی گردشگری هوشمند موجب تقویت سرمایه‌ی نهادی در روستاهای مورد مطالعه گردیده است.

جدول (۱۰) نتایج بدست آمده برای گویه‌های شاخص سرمایه‌ی نهادی

| متغیرها | توزیع | خیلی کم | کم | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|---------|-------|---------|----|-------|------|-----------|
|---------|-------|---------|----|-------|------|-----------|

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟-؟، ؟ و ؟؟

| متغیرها                                                                                  | توزیع   | خیلی کم | کم  | متوسط | زیاد | خیلی زیاد |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|---------|-----|-------|------|-----------|
| افزایش آگاهی و مشارکت ساکنان محلی در مدیریت و اداره امور روستای هوشمند                   | فراوانی | ۴       | ۱۷  | ۷۱    | ۱۳۱  | ۳۶        |
|                                                                                          | درصد    | ۱/۵     | ۶/۶ | ۲۷/۴  | ۵۰/۶ | ۱۳/۹      |
| همکاری میان گروه‌های درگیر و تأثیرگذار در فرآیند تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری گردشگری هوشمند | فراوانی | ۳       | ۱۵  | ۷۲    | ۱۱۲  | ۵۷        |
|                                                                                          | درصد    | ۱/۲     | ۵/۸ | ۲۷/۸  | ۴۳/۲ | ۲۲/۰      |
| فراهم منابع اقتصادی برای تمامی اهالی روستای هوشمند                                       | فراوانی | ۱       | ۸   | ۲۹    | ۴۸   | ۱۷۳       |
|                                                                                          | درصد    | ۰/۴     | ۳/۱ | ۱۱/۲  | ۱۸/۵ | ۶۶/۸      |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

با توجه یافته‌های جدول ۱۱ و نتایج آزمون T تک نمونه‌ای و سطح معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) همه‌ی متغیرهای مورد مطالعه بر سرمایه‌ی انسانی مؤثر می‌باشند و از بین متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی انسانی، به ترتیب متغیر افزایش نوآوری و خلاقیت در میان مردم محلی با میانگین ( $4/33$ ) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی انسانی و متغیر ارزیابی کیفیت و دسترسی به خدمات پزشکی در روستا با میانگین ( $2/47$ ) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی انسانی دارند. همانطور که مشاهده می‌شود نتایج این جدول نشان‌دهنده‌ی تأثیر مثبت متغیرها و گویه‌های مورد مطالعه در تقویت سرمایه‌ی انسانی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند می‌باشد.

جدول (۱۱) متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی انسانی

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی انسانی                                                        | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| تأثیر تحصیلات پاسخگویان بر نوع فعالیت‌های اقتصادی روستا                                 | ۲/۸۳    | ۰/۹۳         | ۴۸/۶۰۸  | ۰/۰۰۰        |
| میزان اطلاعات و آگاهی‌های محلی پاسخگویان درباره‌ی جاذبه‌های گردشگری هوشمند روستا        | ۳/۲۹    | ۱/۰۱         | ۵۲/۲۵۰  | ۰/۰۰۰        |
| تأثیر افزایش نوآوری و خلاقیت در میان مردم محلی بر توسعه‌ی گردشگری هوشمند و معیشت پایدار | ۴/۳۳    | ۰/۸۵         | ۸۱/۳۶۲  | ۰/۰۰۰        |
| ارزیابی کیفیت و دسترسی به خدمات پزشکی در روستا                                          | ۲/۴۷    | ۰/۸۳         | ۴۷/۶۰۷  | ۰/۰۰۰        |
| بر بهبود خدمات آموزشی در روستا                                                          | ۳/۵۶    | ۰/۸۶         | ۷۳/۰۰۶  | ۰/۰۰۰        |
| تأثیر ایجاد فرصت‌های شغلی جدید در حوزه‌ی گردشگری هوشمند بر پایداری اقتصاد روستا         | ۳/۷۰    | ۰/۸۶۹        | ۶۹/۳۵۰  | ۰/۰۰۰        |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

با توجه به یافته‌های جدول ۱۲ و نتایج آزمون T تک نمونه‌ای و سطح معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) همه‌ی متغیرهای مورد مطالعه بر سرمایه‌ی اجتماعی مؤثر می‌باشند و از بین متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی اجتماعی، به ترتیب متغیر رفاه اجتماعی شامل اشتغال، درآمد مناسب و دسترسی به خدمات آموزشی، بهداشتی و محیط طبیعی با میانگین ( $3/66$ ) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی اجتماعی و متغیر کاهش مهاجرت از روستا با میانگین ( $2/64$ ) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی اجتماعی دارند. همانطور که مشاهده می‌شود نتایج این جدول نشان‌دهنده‌ی تأثیر مثبت متغیرها و گویه‌های مورد مطالعه در تقویت سرمایه‌ی اجتماعی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند می‌باشد.

جدول (۱۲) متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی اجتماعی

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

سنجش آثار گردشگری هوشمند بر معیشت پایدار روستایی ... / که خواجه‌وند و اکبرپور

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی اجتماعی                                                    | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|--------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| ساختار مدیریت اجتماعی سنتی روستا                                                     | ۳/۴۷    | ۰/۸۳         | ۶۷/۲۱۷  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش روابط همسایگی                                                                 | ۳/۳۳    | ۰/۷۶         | ۷۰/۴۶۷  | ۰/۰۰۰        |
| اعتماد و همکاری میان افراد محلی                                                      | ۳/۳۴    | ۰/۹۰         | ۵۹/۳۰۴  | ۰/۰۰۰        |
| ارتقاء سطح فرهنگ محلی و تبادل فرهنگی                                                 | ۳/۴۲    | ۰/۸۶         | ۶۳/۶۳۱  | ۰/۰۰۰        |
| امنیت جامعه میزبان و امنیت عمومی                                                     | ۳/۰۸    | ۰/۸۹         | ۵۵/۵۸۷  | ۰/۰۰۰        |
| وقوع جرم و سرقت در روستا                                                             | ۳/۵۶    | ۰/۹۵         | ۴۳/۴۲۹  | ۰/۰۰۰        |
| کاهش مهاجرت از روستا                                                                 | ۲/۶۴    | ۱/۰۳         | ۵۶/۵۷۷  | ۰/۰۰۰        |
| بهبود جایگاه زنان در روستا با توسعه گردشگری هوشمند                                   | ۳/۲۹    | ۰/۸۰         | ۶۵/۷۴۲  | ۰/۰۰۰        |
| رفاه اجتماعی شامل اشتغال، درآمد مناسب و دسترسی به خدمات آموزشی، بهداشتی و محیط طبیعی | ۳/۶۶    | ۰/۷۷         | ۷۵/۸۸۸  | ۰/۰۰۰        |
| تبادلات فرهنگی بین افراد محلی و گردشگران                                             | ۳/۴۷    | ۰/۷۸         | ۷۱/۳۲۹  | ۰/۰۰۰        |
| تقویت همبستگی و اتحاد روستا                                                          | ۳/۴۹    | ۰/۷۴         | ۷۵/۱۵۹  | ۰/۰۰۰        |
| مشارکت افراد محلی در اجرای طرح‌ها و برنامه‌های مرتبط با گردشگری هوشمند               | ۳/۵۰    | ۰/۷۹         | ۷۱/۰۳۹  | ۰/۰۰۰        |
| تقویت فرهنگ و آداب و رسوم مردم محلی                                                  | ۳/۵۵    | ۰/۷۷         | ۷۴/۱۹۶  | ۰/۰۰۰        |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

با توجه به یافته‌های جدول ۱۳ و نتایج آزمون T تک نمونه‌ای و سطح معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) همه‌ی متغیرهای مورد مطالعه بر سرمایه‌ی مالی مؤثر می‌باشند و از بین متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی مالی، به ترتیب متغیر رونق بازار فروش محصولات بومی و لبنیات در روستا با میانگین ( $3/72$ ) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی مالی و متغیر به وجود آمدن مشاغل فصلی در روستا با میانگین ( $2/37$ ) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی مالی دارند. همانطور که مشاهده می‌شود نتایج این جدول نشان‌دهنده‌ی تأثیر مثبت متغیرها و گویه‌های مورد مطالعه در تقویت سرمایه‌ی مالی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند می‌باشد.

جدول (۱۳) متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی مالی

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی مالی                                      | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|---------------------------------------------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| افزایش درآمد خانوارهای روستایی                                      | ۳/۶۴    | ۰/۸۱         | ۷۱/۵۶۶  | ۰/۰۰۰        |
| ایجاد مشاغل متنوع برای اهالی روستا                                  | ۳/۵۷    | ۰/۸۳         | ۶۸/۶۴۳  | ۰/۰۰۰        |
| به وجود آمدن مشاغل فصلی در روستا                                    | ۲/۳۷    | ۰/۹۶         | ۵۶/۴۹۹  | ۰/۰۰۰        |
| رونق شغل‌های روستایی مانند کشاورزی، باغداری و دامپروری              | ۳/۵۵    | ۰/۸۳         | ۶۸/۲۴۴  | ۰/۰۰۰        |
| رونق بازار فروش محصولات بومی و لبنیات در روستا                      | ۳/۷۲    | ۰/۷۵         | ۷۹/۶۳۱  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش قیمت محصولات محلی و خدماتی مانند آموزشی، بهداشتی و حمل و نقل | ۳/۶۵    | ۰/۷۸         | ۷۴/۶۲۵  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش ارز خارجی در جامعه                                           | ۳/۰۵    | ۱/۰۱         | ۴۸/۱۳۲  | ۰/۰۰۰        |

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟-؟، ؟ و ؟؟

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی مالی                              | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|-------------------------------------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| بهبود استانداردهای زندگی، از جمله کیفیت مواد غذایی و بهداشت | ۳/۵۹    | ۰/۷۹         | ۷۲/۹۰۸  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش پس‌انداز در زندگی خانوارهای روستایی                  | ۳/۵۱    | ۰/۸۵         | ۶۶/۵۴۹  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش دریافت وام و تسهیلات بانکی در محیط روستا             | ۳/۵۰    | ۰/۸۱         | ۶۸/۸۷۵  | ۰/۰۰۰        |
| ساخت و ساز در روستا شده است                                 | ۳/۶۲    | ۰/۸۱         | ۷۱/۶۰۹  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش تولید صنایع دستی در روستا                            | ۳/۶۸    | ۰/۷۴         | ۷۹/۵۲۱  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش اشتغال زنان در روستا                                 | ۳/۴۷    | ۰/۸۲         | ۶۸/۰۴۹  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش قیمت اراضی کشاورزی                                   | ۳/۵۰    | ۰/۸۰         | ۷۰/۲۶۲  | ۰/۰۰۰        |
| رونق بازار محصولات کشاورزی                                  | ۳/۶۲    | ۰/۷۴         | ۷۸/۶۱۵  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش قیمت مسکن در روستا                                   | ۳/۶۴    | ۰/۷۹         | ۷۴/۱۸۰  | ۰/۰۰۰        |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

با توجه به یافته‌های جدول ۱۴ نتایج آزمون T تک نمونه‌ای و سطح معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) تمامی متغیرهای مورد مطالعه بر سرمایه‌ی طبیعی مؤثر می‌باشند و از بین متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی طبیعی، به ترتیب متغیر جذابیت چشم‌انداز و مناظر طبیعی با میانگین (۳/۷۱) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی طبیعی و متغیر میزان آگاهی ساکنان محلی نسبت به حفاظت از محیط زیست روستا با میانگین (۳/۵۲) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی طبیعی دارند. همانطور که مشاهده می‌شود نتایج این جدول نشان‌دهنده‌ی تأثیر مثبت متغیرها و گویه‌های مورد مطالعه در تقویت سرمایه‌ی طبیعی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند می‌باشد.

جدول (۱۴) متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی طبیعی

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی طبیعی                          | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|----------------------------------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| جذابیت چشم‌انداز و مناظر طبیعی                           | ۳/۷۱    | ۰/۷۵         | ۷۹/۳۳۰  | ۰/۰۰۰        |
| توجه مدیران و مسئولان به محیط زیست                       | ۳/۵۵    | ۰/۸۱         | ۷۰/۱۰۲  | ۰/۰۰۰        |
| بهبود مدیریت و سیستم جمع‌آوری زباله در روستا             | ۳/۵۵    | ۰/۸۴         | ۶۷/۵۰۶  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش فضای سبز روستایی                                  | ۳/۶۵    | ۰/۷۶         | ۷۶/۵۵۸  | ۰/۰۰۰        |
| ایجاد ترافیک، سر و صدا و آلودگی در روستا                 | ۳/۶۶    | ۰/۸۱         | ۷۲/۶۹۲  | ۰/۰۰۰        |
| میزان آلودگی منابع طبیعی مانند، هوا و خاک                | ۳/۶۲    | ۰/۸۸         | ۶۶/۱۵۸  | ۰/۰۰۰        |
| میزان آگاهی ساکنان محلی نسبت به حفاظت از محیط زیست روستا | ۳/۵۲    | ۰/۸۰         | ۷۰/۱۸۱  | ۰/۰۰۰        |
| بهبود وضعیت بهداشت محیطی در روستا                        | ۳/۶۰    | ۰/۷۸         | ۷۴/۲۰۱  | ۰/۰۰۰        |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

با توجه به یافته‌های جدول ۱۵ نتایج آزمون T تک نمونه‌ای و سطح معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) تمامی متغیرهای مورد مطالعه بر سرمایه‌ی فیزیکی مؤثر می‌باشند و از بین متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی فیزیکی، به ترتیب متغیر آثار تاریخی روستا با میانگین (۴/۷۶)

بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی فیزیکی و متغیر افزایش راه‌های مواصلاتی روستا با میانگین (۳/۳۹) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی فیزیکی دارند. همانطور که مشاهده می‌شود نتایج این جدول نشان‌دهنده‌ی تأثیر مثبت متغیرها و گویه‌های مورد مطالعه در تقویت سرمایه‌ی فیزیکی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند می‌باشد.

جدول (۱۵) متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی فیزیکی

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی فیزیکی                                                 | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|----------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| بهبود کیفیت محیط سکونت جامعه میزبان                                              | ۳/۶۷    | ۰/۷۵         | ۷۷/۹۰۴  | ۰/۰۰۰        |
| میزان دسترسی به خدمات و امکانات در روستا                                         | ۳/۶۶    | ۰/۷۴         | ۷۹/۵۴۷  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش راه‌های مواصلاتی روستا                                                    | ۳/۳۹    | ۰/۹۱         | ۶۰/۰۳۴  | ۰/۰۰۰        |
| حمل و نقل در روستا                                                               | ۳/۵۲    | ۰/۸۰         | ۷۰/۰۹۴  | ۰/۰۰۰        |
| افزایش کالاهای مصرفی با دوام مانند سوپر مارکت، رستوران‌ها و وسایل نقلیه در روستا | ۳/۷۰    | ۰/۷۵         | ۷۸/۸۳۹  | ۰/۰۰۰        |
| دسترسی افراد محلی به ماشین‌آلات کشاورزی در روستا                                 | ۳/۶۶    | ۰/۸۲         | ۷۱/۷۰۸  | ۰/۰۰۰        |
| آثار تاریخی روستا                                                                | ۳/۷۶    | ۰/۷۹         | ۷۶/۳۰۶  | ۰/۰۰۰        |
| میزان استفاده از مصالح مناسب در ساخت مسکن                                        | ۳/۶۲    | ۰/۸۷         | ۶۶/۸۲۷  | ۰/۰۰۰        |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

با توجه به یافته‌های جدول ۱۶ و نتایج آزمون T تک نمونه‌ای و سطح معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) همه‌ی متغیرهای مورد مطالعه بر سرمایه‌ی فرهنگی مؤثر می‌باشند و از بین متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی فرهنگی، به ترتیب برگزاری جشنواره‌های فرهنگی در روستا با میانگین (۳/۶۶) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی فرهنگی و متغیر میزان تقاضا برای صنایع دستی محلی با میانگین (۳/۵۷) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی فرهنگی دارند. همانطور که مشاهده می‌شود نتایج این جدول نشان‌دهنده‌ی تأثیر مثبت متغیرها و گویه‌های مورد مطالعه در تقویت سرمایه‌ی فرهنگی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند می‌باشد.

جدول (۱۶) متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی فرهنگی

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی فرهنگی                                        | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|-------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| انجام و گسترش فعالیت‌های فرهنگی مانند صنایع دستی، هنر و موسیقی در روستا | ۳/۶۳    | ۰/۸۳         | ۴۹۲/۷۰  | ۰/۰۰۰        |
| میزان تقاضا برای صنایع دستی محلی                                        | ۳/۵۷    | ۰/۸۱         | ۲۰۹/۷۰  | ۰/۰۰۰        |
| برگزاری جشنواره‌های فرهنگی در روستا                                     | ۳/۶۴    | ۰/۸۲         | ۴۳۱/۷۱  | ۰/۰۰۰        |

## مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ؟، شماره ؟، ؟-؟، ؟ و ؟؟

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی فرهنگی | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|----------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| حفظ ارزش‌ها و سبک زندگی بومی     | ۳/۶۶    | ۰/۸۸         | ۸۸۷/۶۶  | ۰/۰۰۰        |
| حفظ و تقویت فرهنگ بومی روستا     | ۳/۶۲    | ۰/۷۸         | ۸۰۰/۷۳  | ۰/۰۰۰        |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

با توجه به یافته‌های جدول ۱۷ و نتایج آزمون T تک نمونه‌ای و سطح معناداری ( $\text{sig}=0/000$ ) تمامی متغیرهای مورد مطالعه بر سرمایه‌ی نهادی مؤثر می‌باشند و از بین متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی نهادی، به ترتیب متغیر فراهم منابع اقتصادی برای تمامی اهالی روستا با میانگین (۴/۴۸) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی نهادی و متغیر افزایش آگاهی و مشارکت ساکنان محلی در مدیریت و اداره امور روستا با میانگین (۳/۶۸) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی نهادی دارند. همانطور که مشاهده می‌شود نتایج این جدول نشان‌دهنده‌ی تأثیر مثبت متغیرها و گویه‌های مورد مطالعه در تقویت سرمایه‌ی نهادی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند می‌باشد.

جدول (۱۷) متغیرهای مؤثر بر سرمایه‌ی نهادی

| متغیرهای مؤثر در سرمایه‌ی نهادی                                                          | میانگین | انحراف معیار | میزان T | سطح معناداری |
|------------------------------------------------------------------------------------------|---------|--------------|---------|--------------|
| افزایش آگاهی و مشارکت ساکنان محلی در مدیریت و اداره امور روستا                           | ۳/۶۸    | ۰/۸۰۹        | ۹۵۱/۶۹  | ۰/۰۰۰        |
| همکاری میان گروه‌های درگیر و تأثیرگذار در فرآیند تصمیم‌گیری و سیاست‌گذاری گردشگری هوشمند | ۳/۷۹    | ۰/۸۶۸        | ۴۹۷/۶۸  | ۰/۰۰۰        |
| فراهم منابع اقتصادی برای تمامی اهالی روستا                                               | ۴/۴۸    | ۰/۷۹۱        | ۷۳۵/۸۵  | ۰/۰۰۰        |

(منبع: یافته‌های پژوهش ۱۴۰۴)

## بحث و نتیجه‌گیری

امروزه توسعه گردشگری در تمامی عرصه‌ها، چه در سطح ملی و منطقه‌ای و چه در سطح بین المللی مورد توجه برنامه‌ریزان دولتی و شرکت‌های خصوصی قرار گرفته است. بسیاری از کشورها به صورت فزاینده‌ای به این حقیقت پی برده‌اند که برای بهبود اقتصادی خود باید ابتکار عمل به خرج دهند و درصدد یافتن راه‌های تازه‌ای برآیند. اینکه گردشگری هوشمند به کاربردهای فناوری اطلاق می‌شود این نوع گردشگری میتواند بهبود و توسعه بهره‌وری منابع، ایجاد اشتغال، حفاظت از محیط زیست و تقویت اقتصاد محلی را به همراه داشته باشد. به طور کلی، این تحقیقات نشان می‌دهند که گردشگری هوشمند روستایی میت واند به عنوان یک عامل مؤثر در توسعه پایدار و افزایش کیفیت زندگی در مناطق روستایی مورداستفاده قرار گیرد. گردشگری روستایی منبع با ارزش اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد است و می‌تواند وسیله مهمی برای توسعه اجتماعی- اقتصادی جوامع روستایی باشد. با اینکه بسیاری از روستاهای کشور ایران به دنبال تجربه‌ی این توسعه و اثرات ناشی از آن هستند، انگیزه مهمی برای انجام این تحقیق فراهم می‌کند،

که به شناخت بهتر ارزش کلی پدیده‌ی گردشگری هوشمند در بافت‌های روستایی و راه‌های تقویت و افزایش منافع حاصل از آن برای جامعه محلی منجر می‌شود. بر همین اساس در تحقیق پیش رو، نقش آثار گردشگری هوشمند به مثابه راهبردی نوین در خلق تنوع معیشتی و توسعه پایدار در منابع معیشت جوامع محلی در سه روستای (فش، نجوبران و کندوله) از توابع شهرستانهای شرقی استان کرمانشاه، مورد بررسی قرار می‌گیرد. بدین منظور، شاخص‌های سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی مالی، سرمایه‌ی طبیعی، سرمایه‌ی فیزیکی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نهادی در قالب ۵۷ گویه مورد بررسی و تحلیل قرار گرفتند. با توجه به پاسخ‌های پاسخ‌گویان می‌توان نتیجه گرفت که بیشترین درصد پاسخ‌گویان نظر خود را درباره‌ی گویه‌های شاخص‌های مورد بررسی یعنی سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی مالی، سرمایه‌ی طبیعی، سرمایه‌ی فیزیکی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نهادی متوسط، زیاد و یا خیلی زیاد اعلام کرده‌اند. به عبارتی دیگر، این شاخص‌ها نمرات بالایی دریافت نموده‌اند. بنابراین، به نظر می‌رسد شاخص‌های مورد بررسی یعنی سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی مالی، سرمایه‌ی طبیعی، سرمایه‌ی فیزیکی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نهادی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند در روستاهای فش، کندوله، نجوبران در وضعیت مناسبی قرار دارد و این بدنی معنی است که توسعه‌ی گردشگری هوشمند موجب تقویت سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی مالی، سرمایه‌ی طبیعی، سرمایه‌ی فیزیکی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نهادی و به تبع آن پایداری معیشت خانوارهای روستایی در این روستاها گردیده است. علاوه بر این آماره‌های مربوط به خروجی آزمون آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد شاخص‌های سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی مالی، سرمایه‌ی طبیعی، سرمایه‌ی فیزیکی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نهادی در روستاهای فش، کندوله، نجوبران در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند بر پایداری معیشت خانوارهای روستایی ساکن این روستاها تأثیر مثبت و معناداری داشته است. با توجه به نتایج آزمون T تک نمونه‌ای برای تمامی شاخص‌های مورد مطالعه یعنی شاخص‌های سرمایه‌ی انسانی، سرمایه‌ی اجتماعی، سرمایه‌ی مالی، سرمایه‌ی طبیعی، سرمایه‌ی فیزیکی، سرمایه‌ی فرهنگی و سرمایه‌ی نهادی سطح معناداری (Sig) کوچکتر از ۰/۰۵ می‌باشد. این بدین معنا است که همه‌ی گویه‌های مورد مطالعه بر اساس توسعه‌ی گردشگری هوشمند در روستاهای فش، کندوله، نجوبران موجب پایداری معیشت خانوارهای روستایی می‌گردند. به طوری که، از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی انسانی، به ترتیب متغیر افزایش نوآوری و خلاقیت در میان مردم محلی با میانگین (۴/۳۳) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی انسانی و متغیر ارزیابی کیفیت و دسترسی به خدمات پزشکی در روستا با میانگین (۲/۴۷) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی انسانی دارند. این بدین معنی است که گویه‌های مورد مطالعه موجب تقویت سرمایه‌ی انسانی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند و به تبع آن پایداری معیشت خانوارهای روستایی می‌گردند. از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی اجتماعی، به ترتیب متغیر رفاه اجتماعی شامل اشتغال، درآمد مناسب و دسترسی به خدمات آموزشی، بهداشتی و محیط طبیعی با میانگین (۳/۶۶) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی اجتماعی و متغیر کاهش مهاجرت از روستا با میانگین (۲/۶۴) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی اجتماعی دارند. این بدین معنی است که گویه‌های مورد مطالعه موجب تقویت سرمایه‌ی اجتماعی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند و به تبع آن پایداری معیشت خانوارهای روستایی می‌گردند. از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی مالی، به ترتیب متغیر رونق بازار فروش محصولات بومی و لبنیات در روستا با میانگین (۳/۷۲) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی مالی و متغیر به وجود آمدن مشاغل فصلی در روستا با میانگین (۲/۳۷) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی مالی دارند. این بدین معنی است که گویه‌های مورد مطالعه موجب تقویت سرمایه‌ی مالی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند و به تبع آن پایداری معیشت خانوارهای روستایی می‌گردند. از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی طبیعی، به ترتیب متغیر جذابیت چشم‌انداز و مناظر طبیعی با میانگین (۳/۷۱) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی طبیعی و متغیر میزان آگاهی ساکنان محلی نسبت به حفاظت از محیط زیست روستا با میانگین

(۳/۵۲) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی طبیعی دارند. این بدین معنی است که گویه‌های مورد مطالعه موجب تقویت سرمایه‌ی طبیعی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند و به تبع آن پایداری معیشت خانوارهای روستایی می‌گردند. از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی فیزیکی، به ترتیب متغیر آثار تاریخی روستا با میانگین (۴/۷۶) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی فیزیکی و متغیر افزایش راه‌های مواصلاتی روستا با میانگین (۳/۳۹) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی فیزیکی دارند. از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی فرهنگی، به ترتیب برگزاری جشنواره‌های فرهنگی در روستا با میانگین (۳/۶۶) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی فرهنگی و متغیر میزان تقاضا برای صنایع دستی محلی با میانگین (۳/۵۷) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی فرهنگی دارند. از بین گویه‌های مؤثر بر سرمایه‌ی نهادی، به ترتیب متغیر فراهم منابع اقتصادی برای تمامی اهالی روستا با میانگین (۴/۴۸) بیشترین تأثیر در میزان سرمایه‌ی نهادی و متغیر افزایش آگاهی و مشارکت ساکنان محلی در مدیریت و اداره امور روستا با میانگین (۳/۶۸) کمترین تأثیر را در میزان سرمایه‌ی نهادی دارند. این بدین معنی است که گویه‌های مورد مطالعه موجب تقویت سرمایه‌ی نهادی در اثر توسعه‌ی گردشگری هوشمند و به تبع آن پایداری معیشت خانوارهای روستایی می‌گردند. این نتایج با نتایج پژوهش‌های محمدی و همکاران (۱۴۰۳)، معصومی (۱۴۰۳)، سوخته‌زاري (۱۴۰۳)، آسیلوم و تسوساکا (۲۰۲۴)، لی و همکاران (۲۰۲۴)، لئو و همکاران (۲۰۲۲)، وان و توو (۲۰۲۲) و رومانو (۲۰۲۱) که نشان دادند توسعه‌ی گردشگری هوشمند موجب پایداری معیشت خانوارهای روستایی می‌گردد، همسو می‌باشد. و در نهایت در راستای توسعه‌ی گردشگری هوشمند و توجه بیشتر به آن و همچنین با توجه به نتایج حاصل از پژوهش پیشنهادهای کاربردی زیر ارائه می‌گردد: با توجه به رویکرد مثبت کلی و نظر مساعد اهالی روستاها در خصوص توسعه گردشگری هوشمند در روستاهای هدف و تأثیر آن بر پایداری معیشت خانوارهای روستایی، به منظور بهبود وضعیت معیشتی روستاییان و توسعه روستاها، با برنامه‌ریزی و اجرای سیاست‌های مناسب و متناسب با ساختارهای اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و محیطی روستا و با بهره‌گیری مناسب از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های موجود روستا برای توسعه گردشگری هوشمند به ویژه جاذبه‌ها، می‌توان از توسعه گردشگری هوشمند به عنوان فعالیت مکمل و تنوع بخشی فعالیت‌های معیشتی بهره گرفت. تدارک خدمات و امکانات رفاهی و اقامتی کافی همراه با تنوع دادن به جاذبه‌های گردشگری روستا‌های هدف جهت تداوم فعالیت‌های گردشگری هوشمند در تمام طول سال. برای افزایش منافع گردشگری تقویت و گسترش بازارها و بازارچه‌های محلی، اختصاص وام با بهره مناسب توأم با معافیت‌های مالیاتی و تسهیلات نهادی برای توسعه فعالیت‌های گردشگری هوشمند در روستاهای هدف به شکل کارگاه‌های صنایع دستی و نیز مراکز ارائه خدمات گردشگری در چارچوب همکاری سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری با سازمان‌های ذیربط در راستای تقویت سرمایه‌ای اقتصادی، برگزاری نمایشگاه‌های صنایع دستی، جشنواره‌ها و رویدادهای فرهنگی به منظور معرفی و پاسداشت میراث فرهنگی محلی در راستای توسعه سرمایه‌های اجتماعی فرهنگی بیشتر برگزار شود. افزایش تبلیغات با تأکید بر بهره‌گیری از انواع ابزار تبلیغاتی در زمان و مکان مناسب جهت ایجاد تقاضا و بازاریابی محصولات گردشگری روستاهای مورد مطالعه.

### بیانیه استفاده از هوش مصنوعی

نویسندگان اعلام می‌دارند که در فرایند نگارش مقاله از هیچ هوش مصنوعی استفاده نکرده‌اند.

### حامی مالی

حامی مالی ندارد.

### سهام نویسندگان در پژوهش

سهام نویسندگان برابر است.

## تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌نمایند هیچ گونه تضاد منافی وجود ندارد.

## References

- Abodlahzadeh, KH. Salehi, KH. Sharifzadeh, M. Khajehshokohi, A. (2015). Investigating the impact of tourism on sustainable rural livelihoods in Golestan Province. *Journal of Tourism Planning and Development*, 4 (15), 148-169. [in Persian]
- Alizadeh, M, Javan, F. (2024). Analyzing the attitude of local communities to the development of tourism in urban environments (case study: Khalkhal city), *Urban Environment Planning and Development Quarterly*.4(16),17-28 [in Persian]  
<https://doi.org/10.30495/JUEP.1403.1194260>
- An, W & Alarcón, S. (2020). How Can Rural Tourism Be Sustainable? A Systematic Review, *Sustainability*, 12(2), 24-35.
- Anabestani, A, Barankialiakbari, S (2025). Investigating the impact of smart rural tourism components on the sustainability of tourism target villages, a case study: Eastern villages of Kermanshah Province, *Quarterly Geographical Studies of Mountainous Regions*, 6(1), 109-138. [in Persian]  
<https://doi.org/10.22034/gsma.2025.2037654.1015>
- Ataei, M, Sharifi, H. Qobadi, S. (2024). Analysis of the effect of sustainable development of smart tourism on the economic growth of selected tourist destinations, *Scientific Journal of Space and Place Studies in the City*, 8(30), 62-49. [in Persian]  
<https://doi.org/10.22034/jspr.2024.2036828.1079>
- Bires, Z., & Raj, S (2020) Tourism as a pathway to livelihood diversification: Evidence from biosphere reserves, Ethiopia. *Tourism Management*, 81, 104159.
- Hatami Khanghahi, T., Vaziri, V., Ebrahimian, M. (2020). Local community perceptionsl factors influencing tourism boom in the village of Bilehdaragh Ardebil: Research in the context Q methodology, *Tourism and Development*, 9 (3), 107-120.
- Hojatshamami, S. Afrakhteh, H. Riyahi, V. (2023). Livelihood foundations and villagers' insights regarding e-tourism (case study: rural area of Rudbar County). *Quarterly Journal of Rural and Sustainable Spatial Development*. 14 (1), 48-64. [in Persian]  
<https://doi.org/10.22077/vssd.2023.6031.1164>
- Hoseini, S M , Akbarpour,M and Jamini,D . (2025). Identifying Factors Affecting the Development of Agricultural Tourism from the Local Community's Perspective (Study Area: Selected Villages in Kordestan Province). *Tourism management studies of the smart era*, 2(2), 59-79. [in Persian]  
[10.22072/tmsse.2025.2068537.1032](https://doi.org/10.22072/tmsse.2025.2068537.1032)
- Jomehpour, M. Ahmadi, Sh. (2011). The impact of tourism on sustainable rural livelihoods: a case study of Barghan village, Savajbolagh county, *Rural Research*, 2(1), 33-63. [in Persian]  
[https://jrur.ut.ac.ir/article\\_22749.html](https://jrur.ut.ac.ir/article_22749.html)
- Juliana BennettMaris Boyd GilletteEva Maria Jernsand (2025). Angling for change? A study of a Swedish public-private partnership for sustainable rural fisheries tourism. *Journal of Rural Studies*.
- Madani, J, Taqavizirvani, E (2022) Prioritizing key and effective drivers of rural tourism in improving the livelihoods of rural households, case: villages around the city of Sarein. *Quarterly Journal of Spatial Economics and Rural Development*, 11 (40), 233-249. [in Persian]  
<https://www.ensani.ir/fa/article/journal-number/57165/>
- Mazidi, H. Zinati fakhrabadi, H (2023) Study and analysis of the effects of rural tourism on the sustainable livelihood of villagers (case study: Vamanan and Kashidar villages of Azadshahr county). *Quarterly Journal of Tourism and Leisure*, 8 (15), 1-20. [in Persian]

- Mohammadehmehr, S. Karimi, S. Hoseini, M (2022) Evaluation of sustainable livelihood levels of rural communities studied in the Oramanat tourism region, Quarterly Journal of Rural Research, 13(2), 332-346. **[in Persian]**  
<https://doi.org/10.22059/jrur.2022.333541.1695>
- Muhammad Aamir Shahzad Xu Zhao Shengze Qin (2025). Livelihood resilience and digitalization: Food security strategies for marginalized rural communities affected by floods in Pakistan, Climate Services December 2025.
- Rezvani, M. Fraji sabokbari, H, Qadirimasopm, M. Zinatifakhrabadi, H. (2024). Systematic review of smart tourism development researches in rural areas (years 2000 to 2022), Rural Research Quarterly, 15(3), 183-198.  
<https://doi.org/10.22059/jrur.2025.356635.1825>
- Rudwiarti, L A, Pudianti. A, Emanuel, A W R, Vitasurya, V R, Hadi, P (2021). Smart tourism village, opportunity, and challenge in the disruptive era, IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Volume 780, 3rd International Seminar on Livable Space, 27.
- Sahneh, B. (2011) the impact of migrants returning to villages on improving the livelihoods of residents: A case study of Aq Qala County, Human Geography Research, 78, 76-83. **[in Persian]**  
[https://journal.ut.ac.ir/article\\_24512.html](https://journal.ut.ac.ir/article_24512.html)
- Sharaki, M. Shraifzadeh, M (2015) Evaluating the position of aquaculture in the sustainable rural livelihood of farmers in Zahedan County, Quarterly Journal of Rural Research, 6(1), 116-97. **[in Persian]**  
<https://doi.org/10.22059/jrur.2015.54233>
- Shen, F., Hughey, K., & Simmons, D. (2009). Connecting Livelihoods Approach and Tourism: A Review of the Literature toward Integrative Thinking. Lincoln University.
- Sojasi gheydari, H. Shakorifard, E. Sadeqlou, T (2016) measuring the level of livelihood assets in rural areas with a sustainable livelihood approach (case study: villages in Taybad County). Journal of Rural Research and Planning, 5 (1), 197-216. **[in Persian]**  
<http://jrur.um.ac.ir/index.php/rpr/article/view/48257>
- Veysi, F. Nikhhah, Ch (2018) Analyzing the role of tourism in the livelihood and livelihood sustainability of rural households, case study: Oraman district of Sarvabad. Scientific Research Journal of Geography and Planning, 22 (66), 329-348. **[in Persian]**  
[https://journals.tabrizu.ac.ir/article\\_8573.html](https://journals.tabrizu.ac.ir/article_8573.html)
- Wijesekara, C., Tittagalla, C., Jayathilaka, A., Ilukpotha, U., Jayathilaka, R., & Jayasinghe, P. (2022). Tourism and economic growth: A global study on Granger causality and wavelet coherence. *Plos one*, 17(9), e0274386  
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0274386>
- Xiuzhi Lin, Qifu Lai (2025). How does rural tourism affect farmers' subjective well-being? The mediating role of farmers' livelihoods, *Acta Psychologica*.