

Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development

Winter 2022, Vol.3, No.4, Serial Number 12, pp 44-64

doi 10.22077/vssd.2023.5697.1138



Analysis of Smart Tourism Infrastructure in Tourism Target Villages and Its Upcoming Obstacles: A Case Study of Paveh County

Mashood Safari Aliakbari ^{1*}

1. Assistant of Professor Geography, Payame Noor University, Iran.

*Corresponding author, Email: safarimasood@pnu.ac.ir

Keywords:

Smart Tourism, Tourist Villages, Paveh County

Abstract

Tourism is one of the economic activities influenced by global changes and new age technology has played an important role in its development. Considering the importance of technology in tourism, paying attention to the smart approach is one of the most important things that can help develop tourism. Therefore, establishing the necessary platforms for smart tourism in rural areas requires understanding and analyzing factors and obstacles. The purpose of this research is to analyze smart tourism infrastructure in the target villages of tourism and the upcoming obstacles in Paveh County as the case. The research method is descriptive-analytical in which questionnaires are used for data collection. The statistical population of the research includes the residents of three tourist villages: Shamshir, Hajj and Khanqah, which have a population of 3848, based on 2016 Census. The sample size was estimated to be 349 based on Cochran's formula. The validity of the questionnaire was confirmed based on experts' opinion and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha with a coefficient of 0.82. The results showed that social, economic and infrastructural factors that underlie smart rural tourism are significant at a level of less than 0.05 and the significance direction analysis indicates that they are inappropriate in the target villages of tourism. The analysis of the factors in the three villages using ANOVA also confirmed that no significant difference was observed between the villages, and all the three villages have the same situation in terms of smart tourism indicators. The research indicated that the obstacles facing smartening of tourism villages are summarized in five categories: infrastructural, economic, socio-cultural, managerial and legal obstacles; furthermore, infrastructural obstacles with a special value of 21.06 play the most important role.

Received:

16/Sep/2022

Accepted:

04/Feb/2022

How to cite this article:

Safari Aliakbari, M. (2022). Evaluating the Effect of Government Population Policies on the Population Stability of Rural Settlements (Case Study: Kerman County). *Village and Space Sustainable Development*, 3(2), 1- 24. 10.22077/vssd.2023.5697.1138





فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا

دوره سوم، شماره چهارم، پیاپی دوازدهم، زمستان ۱۴۰۱، صفحات ۴۴ - ۶۴

10.22077/vssd.2023.5697.1138



تحلیل بستر گردشگری هوشمند در روستاهای هدف گردشگری و موانع پیش رو (مورد مطالعه: شهرستان پاوه)

مسعود صفری علی اکبری*

۱. استادیار گروه جغرافیا، دانشگاه پیام نور، ایران.

* نویسنده مسئول، ایمیل: safarimasood@pnu.ac.ir

چکیده:

گردشگری یکی از فعالیت‌های اقتصادی است که متأثر از تحولات نظام جهانی قرار دارد و تکنولوژی عصر جدید، در توسعه آن نقش مهمی ایفا نموده است. با توجه به اهمیت تکنولوژی در گردشگری، توجه به رویکرد هوشمندسازی از مهمترین مباحثی است که می‌تواند به رشد و توسعه گردشگری کمک نماید. بر همین اساس ایجاد بسترهای لازم برای هوشمندسازی گردشگری در مناطق روستایی نیازمند شناخت و تحلیل عوامل و موانع است. هدف این تحقیق تحلیل بستر گردشگری هوشمند در روستاهای هدف گردشگری و موانع پیش رو به صورت موردی در شهرستان پاوه است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی و مبتنی بر مطالعات پیمایشی با استفاده از ابزار پرسش‌نامه است. جامعه آماری تحقیق را ساکنان سه روستای گردشگری شامل شمشیر، هجیج و خانقاه تشکیل داده است. جمعیت روستاها طبق سرشماری ۱۳۹۵ برابر با ۳۸۴۸ نفر بوده و بر اساس فرمول کوکران حجم نمونه ۳۴۹ نفر محاسبه شد. روایی پرسش‌نامه از طریق جامعه نخبگان بررسی و پایایی نیز از طریق آلفای کرونباخ با ضریب ۰/۸۲ تأیید شد. نتایج نشان داد که عوامل اجتماعی، اقتصادی و زیرساختی بسترساز گردشگری هوشمند روستایی در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده و بررسی جهت معناداری نشانگر نامناسب بودن وضعیت آن‌ها در روستاهای هدف گردشگری است. بررسی عوامل در سطح سه روستا شمشیر، خانقاه و هجیج با آزمون آنووا نیز تأیید می‌نماید که تفاوت معناداری میان روستاها مشاهده نشده و هر سه روستا وضعیت یکسانی از نظر شاخص‌های بسترساز گردشگری هوشمند برخوردار هستند. بدینسان، موانع پیش روی هوشمندسازی روستاهای گردشگری در ۵ دسته موانع زیرساختی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی و قانونی جمع بندی می‌شود و موانع زیرساختی با مقدار ویژه ۲۱/۰۶، بیشترین نقش را دارد.

واژگان کلیدی:

گردشگری هوشمند، روستاهای گردشگری، شهرستان پاوه

تاریخ دریافت:

۱۴۰۱/۰۶/۲۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۱/۱۱/۱۵

۱- مقدمه

امروزه روستاها نقش مهمی در توسعه اقتصادی ایفا می‌نمایند و نمی‌توان از نقش آن‌ها به راحتی عبور نمود. بر همین اساس روستاها به عنوان یکی از ارکان نظام سکونتگاهی، دارای اهمیت بی‌بدیلی هستند (حجی پور و کریمی پور، ۱۳۹۹، ۸۸). این اهمیت از طریق نقش آفرینی بخش‌های مختلف اقتصادی و اثرات آن قابل مشاهده است (Asriadi et al, 2021, 14) که گردشگری یکی از بارزترین این بخش‌ها بشمار می‌رود. گردشگری یک پدیده اجتماعی (نظری سرمایه و صیدایی، ۱۴۰۰، ۲۶۱) و از عوامل مؤثر در اشتغال‌زایی و کاهش فقر است (Milova et al, 2017, 439). البته اهمیت صنعت گردشگری بسیار بیشتر از رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی است؛ چنانچه از این صنعت می‌توان برای حفظ و افزایش فرصت‌های مناسب آتی، افزایش آگاهی مردم از طریق شناسایی فرهنگ‌های خاص و ترویج آن‌ها و حتی برای کاهش تنش‌های سیاسی استفاده کرد (Lukjanova, 2019, 4). با توجه به همین ساختار و کارکرد، گردشگری انواع مختلفی دارد که گردشگری روستایی یکی از آن‌ها است. این نوع گردشگری بر پایه جاذبه‌ها و استعدادهای مناطق روستایی با هدف توسعه پایدار روستاها شکل گرفته است (Murty & Shankar, 2020, 6). با توجه به افزایش اوقات فراغت و محدودیت‌های زندگی شهری، اهمیت گردشگری روستایی روزه روز پررنگ‌تر می‌شود. در روستاها، جاذبه‌های فراوان وجود دارد که برای گذران اوقات فراغت بازدیدکنندگان شهری یا غیربومی، ظرفیتی بسیار مناسب را فراهم می‌آورد (عسگرپور و همکاران، ۱۳۹۲، ۱). گردشگری روستایی منبع با ارزش اشتغال‌زایی و ایجاد درآمد (Li & Zhong, 2022) است و می‌تواند وسیله مهمی برای توسعه اجتماعی-اقتصادی جوامع روستایی (Ballina, 2020) باشد و به حمایت از محیط‌زیست و فرهنگ روستایی، تولید درآمد (Rosalina et al, 2021, 137)، جذب سرمایه، جلوگیری از مهاجرت روستائیان و متنوع سازی اقتصاد (Liu et al, 2020) بپردازد.

با توجه به نقش مهم گردشگری از جمله گردشگری روستایی در عصر حاضر، نمی‌توان از رویکردهای مختلف و تحولات نظام جهانی در عرصه گردشگری چشم‌پوشی نمود. در حقیقت در طی چند دهه گذشته، گردشگری به واسطه فناوری و تکنولوژی رشد زیادی داشته است (Yang et al, 2021, 38)؛ به گونه‌ای که بخش زیادی از توسعه گردشگری کشورهای پیشرو در این زمینه به واسطه رشد فناوری بوده (Martinez et al, 2019, 169) و نمی‌توان از نقش بارز فناوری در بخش گردشگری در کشورهای مختلف چشم‌پوشی نمود (Chi et al, 2021). بر همین اساس گردشگری مناطق روستایی نیز نیازمند توسعه فناوری و به عبارت دیگر هوشمندسازی هستند. هوشمندسازی در مناطق روستایی کشورهای توسعه یافته در طی دو دهه گذشته قوت گرفته (Zavratnik et al, 2018, 4) که بخش زیادی از این رشد در بخش گردشگری اتفاق افتاده است. گردشگری هوشمند یک اصلاح جدید و پرکاربرد است که به توصیف وابستگی روزافزون مقاصد گردشگری به اشکال جدید به فناوری اطلاعات و ارتباطات که حجم گسترده از داده‌ها را به گزاره ارزشمند تبدیل می‌کند می‌پردازد (مولایی و همکاران، ۱۴۰۰، ۷۱). گردشگری هوشمند در مناطق روستایی به واسطه برخی محدودیت‌ها و موانع، شرایط و چارچوب خاص خود را دارد؛ چرا که در بسیاری از روستاها به‌ویژه در کشورهای جهان سوم، مشکلات مربوط به فناوری و اینترنت وجود دارد (Abd-Elkawy, 2013) و آنجا که تحقق رویکرد هوشمندسازی روستاها نیازمند، فناوری و زیرساخت‌های مناسب است، کمی تحقق هوشمندسازی در روستاهای کشورهای جهان سوم را با مشکل روبه‌رو نموده است (Pantiyasa et al, 2019, 48).

از نمونه‌های مصداقی هوشمندسازی گردشگری روستایی می‌توان به تحقیق باهتیار و سگارا^۱ (۲۰۲۰) در اندونزی اشاره نمود که در روستاها با استفاده از یک اپلیکیشن موبایل، الگوی فعالیت بازدیدکنندگان را از یک بازدید و گرفتن چند عکس

^۱ Bahtiar and Segara

به بازدید از جاذبه‌های گردشگری و ظرفیت‌های اقتصادی روستا ترغیب نمودند. در این طرح، آموزش در بستر اینترنت و از طریق اپلیکشین طراحی شده به جامعه محلی در راستای چگونگی برخورد با گردشگران، معرفی جاذبه‌ها به گردشگران، طرح‌های تشویقی ماندگاری گردشگران در روستایی از نظر اقامت، آموزش کاشت درختان در فضای روستا و... مورد تاکید بوده است. گاراو^۱ (2015) در بررسی گردشگری روستایی و هوشمندسازی آن در مارمیلیا در ایتالیا نشان می‌دهد که طرح هوشمندسازی در این منطقه شامل گسترش اینترنت، ایجاد شبکه‌های اجتماعی، برنامه‌های موبایل، معرفی جاذبه‌های گردشگری از طریق اپلیکشین های موبایل، رزرو اقامتگاه‌ها از طریق اینترنت، معرفی خدمات موجود از طریق اینترنت و مواردی از اینگونه تا حدودی موفقیت آمیز بوده و البته می‌تواند شرایط موجود را بهبود نیز بخشد. مصداق بارز دیگری در زمینه هوشمند سازی گردشگری روستایی، تحقیق عزیزا و سوسانتو^۲ (۲۰۲۰) با موضوع مدل روستایی هوشمند در روستای بانوانگی است که در این طرح ۶ عامل حاکمیت، فناوری، منابع، خدمات روستا، زندگی و گردشگری مورد تاکید هستند. در بخش گردشگری روی تقویت اینترنت، آموزش جامعه میزبان در بستر فناوری، معرفی جاذبه‌های گردشگری از طریق اینترنت، ایجاد فروشگاه اینترنتی محصولات روستا، ارائه خدمات غیرحضوری، رزور آنلاین بوم گردی‌ها، ترغیب گردشگران به بازدید از روستا از طریق بارگزاری فیلم جاذبه‌های گردشگری و... تاکید شده است؛ بنابراین سه تحقیق اشاره شده به خوبی مصداق گردشگری هوشمند در مناطق روستایی را نشان می‌دهد که بخش‌های مختلف گردشگری از جذب گردشگر گرفته تا ارائه خدمات و بازدید گردشگران از جاذبه‌های گردشگری را شامل می‌شود.

در ایران نیز هوشمندسازی روستاها و به‌ویژه هوشمندسازی بخش گردشگری به کندی پیش می‌رود. در حقیقت به علت نبود زیرساخت‌های کافی برای ایجاد گردشگری هوشمند و برنامه‌ریزی ضعیف در جهت به‌کارگیری فناوری در صنعت گردشگری، ایران مشکلاتی جدی در این زمینه دارد (صلاحی کجور و همکاران، ۱۴۰۰، ۱۶۷). حال در بخش روستاها این معضلات دو چندان است. هر چند در طی سال‌های گذشته بسیاری از روستاها به اینترنت دسترسی یافته‌اند اما دسترسی به اینترنت تنها شاخص مورد نیاز نیست و بایستی بسیاری از زیرساخت‌های مربوط به فناوری در روستاها ایجاد شود و در کنار آن عوامل و شاخص‌های اجتماعی و اقتصادی نیز در سطح سکونتگاه‌های روستایی ارتقا یابد (Dewi et al, 2022, 25)؛ بنابراین وجود گردشگری روستایی هوشمند لازمه ارائه خدمات با کیفیت و سرعت بالا است (Gorecka et al, 2021, 42). در زمینه هوشمندسازی گردشگری روستایی علاوه بر ایجاد زیرساخت‌های متنوع و بهبود کیفیت آن‌ها، می‌توان به توسعه استارت‌آپ‌ها و تجهیز آن‌ها به منظور ایجاد امکان خدمات‌رسانی در هریک از این زمینه‌ها در بخش گردشگری (Kurniyati, 2022, 202) نیز مبادرت نمود. برای گردشگری روستایی ایران به نظر می‌رسد نه تنها گردشگری به معنای عام برنامه ریزی و توسعه پیدا نکرده است، بلکه در راستای هوشمندسازی گردشگری نیز مشکلات و مسائل گوناگونی وجود دارد. از این رو شرایط موجود روستاهای هدف گردشگری با وجود برخی اقدامات، فاصله زیادی با هوشمندسازی گردشگری روستایی دارد.

در راستای بحث مطرح شده، جهت تغییر وضعیت موجود در مناطق گردشگری روستایی، به نظر می‌رسد که انجام تحقیقات با رویکرد هوشمندسازی و شناخت ابعاد این موضوع از جنبه‌های مختلف می‌تواند به بهبود مساله و رفع برخی موانع در زمینه گردشگری هوشمند در روستاها کمک نماید. شهرستان پاوه در استان کرمانشاه به‌عنوان یکی از مناطقی مطرح است که روستاهای گردشگری زیادی را به‌واسطه جاذبه‌های تاریخی و طبیعی دارا است. موقعیت جغرافیایی و وجود جاذبه‌های مختلف به‌ویژه جاذبه‌های اکوتوریسمی، جایگاه ویژه‌ای را برای این شهرستان جهت جذب گردشگر در بخش روستایی فراهم نموده است؛ اما مساله اصلی این است که با وجود تنوع جاذبه‌ها و روستاهای گردشگری، آنچنان که می‌بایست،

^۱ Garau

^۲ Aziiza and Susanto

گردشگری نقش مهمی در توسعه مناطق روستایی ندارد. در این راستا می‌توان بحث هوشمندسازی روستاها و بهبود زیرساخت روستاها در بخش گردشگری را مطرح نمود. بخش زیادی از مشکلات توسعه گردشگری و جذب گردشگران در مناطق روستایی منطقه به دلیل عدم بازاریابی و تبلیغات و به‌ویژه نبود زیرساخت‌های فناوری مناسب است. این موضوع ریشه در مباحث هوشمندسازی روستاها و توسعه شاخص‌های مرتبط با آن می‌تواند داشته است. هوشمندسازی گردشگری روستاهای هدف در این منطقه می‌تواند دارای اهمیت باشد و به توسعه روستایی و گردشگری کمک نماید؛ بنابراین با توجه به این چارچوب به نظر می‌رسد که گام اول در زمینه هوشمندسازی روستاهای هدف گردشگری در منطقه پایه، شناخت وضعیت موجود، عوامل و موانع مؤثر در تحقق هوشمندسازی گردشگری روستاها است. بر همین اساس هدف این تحقیق تحلیل بستر موجود و موانع پیش رو در تحقق گردشگری هوشمند در روستاهای هدف گردشگری شهرستان پایه بوده که این هدف می‌تواند در راستای توسعه گردشگری منطقه و بهبود شاخص‌های مختلف اقتصادی و اجتماعی مؤثر باشد.

۲- بنیان نظریه‌ای

گردشگری هوشمند با توجه به قابلیت‌های تکنولوژیکی یک منطقه خاص، تعریف می‌شود. بسیاری از مقاصد که اکنون در حال مدرن شدن هستند از فناوری هوشمند در عملیات خود استفاده می‌کنند. این استفاده‌ها از روش‌های پرداخت تا فعالیت‌های تعاملی می‌باشند (Ismagilova et al, 2019). هدف نهایی گردشگری هوشمند، بهبود کارایی مدیریت منابع، به حداکثر رساندن رقابت و افزایش پایداری از طریق استفاده از نوآوری‌ها و روش‌های فناورمحور است (Yigitcanlar et al, 2008, 32). گردشگری هوشمند حاصل توسعه اطلاعات و فناوری‌های به روزی است که امروزه با آن‌ها در ارتباط هستیم و باعث افزایش مزیت رقابتی یک مقصد در مقایسه با سایر مقصدهای گردشگری می‌شود. در گردشگری هوشمند، فناوری اطلاعات نقش بسیار مهمی دارد که موجب یکپارچگی خدمات ارائه شده به گردشگر می‌شود (Lee et al, 2018, 492).

با استفاده از هوشمندسازی روستا برای رفع نیازهای مسافران در مراحل قبل، حین و بعد از سفر، مقاصد گردشگری می‌توانند برنامه ریزی نمایند و سطح رقابت بین مقاصد گردشگری نیز بهبود پیدا می‌کند (Gretzel et al, 2015). روستای تاراموندی یکی از مهمترین مقاصد روستایی اسپانیا است. دو نظرسنجی در مورد گردشگران این روستا در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۹ انجام شده است. این نظرسنجی‌ها در مورد تغییرات رفتار گردشگران در زمینه پویایی فناوری‌های تلفن همراه است. نتایج از اهمیت تلفن هوشمند برای گردشگری روستایی، رشد موقتی استفاده از خدمات توریستی آن و مهمتر از همه، کاربردهای تکنولوژیکی آن دارد که اقامت را لذت بخش و بهبود می‌بخشد (Ballina, 2021). از دیدگاه گرتزل (۲۰۱۸)، کاربرد مفهوم گردشگری هوشمند در مناطق روستایی غیرممکن است. با این حال، با رویکرد تخصصی، مقاصد روستایی باید به سمت هدف «هوشمندسازی» کار کنند (Gretzel et al, 2015).

امروزه مقصدهای اصلی بر پایه گردشگری هوشمند کشورهای شرق آسیا از جمله ژاپن، کره جنوبی و اروپایی مثل ایتالیا و اسپانیا هستند. در این کشورها بسیاری از کسب و کارها و پروژه‌های گردشگری از گردشگری هوشمند آغاز شده‌اند (Wang et al, 2016). ژانگ و همکاران (۲۰۱۶) مقاصد گردشگری هوشمند را شناسایی کردند که متشکل از سه مؤلفه خاص از قبیل خدمات ابری (مبتنی بر وب)، اینترنت اشیا و سیستم خدمات اینترنتی کاربر است. به طور کلی ویژگی‌های کلیدی گردشگری هوشمند عبارتند از دیجیتالی کردن سیستم‌ها، فرایندها و خدمات. سطح بالاتری از رابط بین گردشگران و مقصد که جامعه و دولت محلی را در میان بخش‌های دیگر مورد توجه قرار می‌دهد؛ سطح بالاتری از تعامل. محل اقامت محلی در ارائه محصولات-خدمات؛ سطح بالاتر تولید داده و استفاده از سیستم‌های هوشمند یکپارچه؛ و بالاتر از همه، جهت‌گیری

بهتری در جهت مدیریت تجربیات گردشگری وجود دارد. ایجاد و مدیریت تجارب گردشگری در ماهیت یکی از اهداف اصلی سیستم‌های هوشمند گردشگری است (Yoo et al, 2017).

در مجموع گردشگری هوشمند سیستمی است که موجب بهبود خدمات گردشگری برای گردشگران و ارائه خدمات گردشگری یکپارچه به مشتریان خواهد شد (Khan et al, 2017). یک مقصد گردشگری هوشمند با سطح بالایی از نوآوری و تسهیل با استفاده از فناوری نظم بالاتر و رابطه‌ها شناخته می‌شود. به‌طور خاص این مقاصد از فناوری‌های پیشرفته و فناوری‌های باز، چند قطبی، یکپارچه و مشترک با هدف بهبود کیفیت زندگی ساکنان و توریست‌ها استفاده می‌کنند (Dewi et al, 2022). حال می‌توان گفت بهینه‌سازی منابع برای عملکرد سیستم‌ها در مقصدهای گردشگری هوشمند که چنین مفهومی را به پایداری ارتباط می‌دهد، جدایی ناپذیر است (Vasavada & Padhiyar, 2016, 6).

گردشگری هوشمند روستایی نیز بر پایه همین مفاهیم گردشگری هوشمند شکل گرفته است. بگونه ای که رادوتیری و همکاران (۲۰۲۱) برای گردشگری هوشمند چهار مشخصه اصلی را ذکر نموده‌اند که عبارت‌اند از پایداری، مشارکت، بهبود رفاه و پیاده سازی فناوری اطلاعات و ارتباطات (Rudwilt et al, 2021, 4). در واقع روستاهایی جز روستاهای هوشمند محسوب می‌شوند که این چهار ویژگی را پوشش دهند و از این ویژگی‌ها برخوردار باشند. در همین راستا سگیتر (۲۰۱۸) ارکان محوری توسعه گردشگری هوشمند را فناوری، پایداری، نوآوری و دسترسی ذکر می‌نماید (Lee et al, 2020). علاوه بر این گرتزل (۲۰۱۸) ارکان گردشگری هوشمند را قابلیت اتصال، تحرک، حکومت و زیرساخت اشاره دارد.

در راستای چالش‌های مربوط به گردشگری روستایی هوشمند چالش‌های مختلفی وجود دارد که بیشتر روی پیاده سازی فناوری اطلاعات با حمایت منابع انسانی و نقش سایر ذینفعان تاکید می‌شود. علاوه بر این نیازمند عناصر حمایتی، توانمندسازی جامعه و نقش‌های دولتی است. آنچه به‌عنوان چالش دیگر در این زمینه نمود دارد عدم یکپارچگی بین ظرفیت‌های روستایی، مدیریت نظامند و نیازهای گردشگران است (Rudwiarti et al, 2021). 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 روستایی هوشمند محسوب می‌شود (Gretzel et al, 2015). در کنار این چالش‌ها، گردشگری روستایی هوشمند می‌تواند مزایای مختلفی از جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی به دنبال داشته باشد، بگونه 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 اشتغال زایی می‌شود (Rudwiarti et al, 2021). بنابراین توجه به این ظرفیت‌ها و فرصت‌هایی که گردشگری روستایی دارد، می‌تواند علاوه بر رشد گردشگری، چالش‌های موجود در این زمینه را نیز مرتفع نمود. در حقیقت گردشگری هوشمند روستایی، یک فرصت مناسب برای پایداری روستاها با توجه به قابلیت‌های آن‌ها است.

در زمینه گردشگری روستایی از منظر رویکرد هوشمند تحقیقات کمی وجود دارد و بیشتر تحقیقات گردشگری هوشمند را مورد تاکید و مطالعه قرار داده‌اند. هیدایا و همکاران (۲۰۲۲) نتیجه گرفتند که برای هوشمندسازی مقاصد گردشگری، شش عامل توسعه سیستم عمومی، ارتقای دیجیتال، زیرساخت اینترنت، مشارکت بخش عمومی و خصوصی و توسعه منابع انسانی برای حمایت از گردشگری هوشمند نیازمند است. این مطالعه برنامه راهبردی دولت محلی را برای حمایت از مقاصد گردشگری هوشمند، یعنی مشارکت، حمایت دولت، توانایی منابع انسانی و رقابت پذیری کسب و کار گردشگری که منجر به مقاصد گردشگری هوشمند می‌شود، پیشنهاد کرده است. بالینا (۲۰۲۲) نتیجه گرفت که گردشگری هوشمند روستایی به اهمیت و رشد تلفن هوشمند، رشد استفاده از خدمات، رشد استفاده از کاربردهای تکنولوژیکی، افزایش اقامت و افزایش سفر منجر شده است. سیولاک و همکاران (۲۰۲۲) در بررسی روستاهای گردشگری هوشمند نشان دادند که در این روستاها، مؤلفه‌های فناوری، خدمات رسانی، آموزش و آگاهی جامع محلی، مشارکت، سرمایه گذاری، بهبود زیرساخت‌ها و نوآوری

در کسب و کارها در تقویت و رشد گردشگری هوشمند مؤثر بوده‌اند. لی و ژان (۲۰۲۲) در توسعه مدل ادغام گردشگری هوشمند برای حفظ میراث فرهنگی روستاهای باستانی در شمال گوانگشی نتیجه گرفت که رویکرد هوشمندسازی به‌عنوان یکی از رویکردهای قابل اتکا جهت توسعه گردشگری منطقه شناخته می‌شود و در این زمینه توسعه زیرساخت‌ها، حمایت دولت و بخش خصوصی و همراهی جامعه محلی نقش مهمی ایفا می‌نماید. فلورس کرسپو همکاران (۲۰۲۲) نتیجه گرفتند که عدم آموزش جامع محلی در زمینه استفاده از فناوری، عدم حمایت مالی بخش خصوصی، نبود زیرساخت‌های فناوری از جمله اینترنت و توانمندسازی جامع روستایی به‌عنوان مهمترین موانع گردشگری هوشمند شناخته شده‌اند. علاوه بر این روستاهای تاریخی با این رویکرد قابل توسعه در زمینه گردشگری هستند. ژاو و ژانک (۲۰۲۱) به بررسی احیای گردشگری روستایی از منظر گردشگری هوشمند تاکید نمود و نتیجه می‌گیرند که بستر هوشمند می‌تواند به توسعه گردشگری روستایی کمک نماید و شکل دهی به گردشگری روستایی از طریق اطلاعات اینترنتی، بهبود زیرساخت‌ها و فناوری امکانپذیر است. بالینا (۲۰۲۰) در بررسی تجربیات گردشگری هوشمند روستایی در اسپانیا نشان می‌دهد که پروژه‌های گردشگری روستایی هوشمند جالب توجه بوده و حمایت از آن‌ها به‌عنوان مهمترین عامل شناخته می‌شود. نتایج نشان می‌دهد که گردشگران روستایی برای نوآوری فناوری مقاصد روستایی، به‌ویژه آن دسته از ابزارهای فناوری اطلاعات و ارتباطات که ارزش تجربه گردشگری آن‌ها را افزایش می‌دهند، ارزش قائل هستند.

سورکی و همکاران (۱۴۰۱) در بررسی موانع گذار از ساختارهای سنتی به گردشگری هوشمند نتیجه گرفتند که اعتقاد کسب و کار مردم و گردشگران به بسترهای آنلاین و عدم قابلیت‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای رزرو آنلاین، مهم‌ترین عوامل تاثیرگذار شناخته شده‌اند. بیدخوری و همکاران (۱۴۰۱) در شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر گردشگری هوشمند نشان دادند که مولفه‌هایی مانند دسترسی، پایداری، دیجیتالی شدن و خلاقیت و میراث فرهنگی بیشترین تأثیر را بر وضعیت گردشگری هوشمند در مقصد دارند. دشت لعلی و همکاران (۱۳۹۹) در بررسی عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند نشان دادند که شرایط علی بر پدیده محوری گردشگری هوشمند، پدیده محوری گردشگری هوشمند بر بعد تعامل، بعد تعامل بر پیامدها، عوامل مداخله‌گر و عوامل زمینه‌ای بر بعد تعامل تأثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج رتبه بندی نشان می‌دهد رفتار گردشگر، عوامل طبیعی و عوامل فنی و زیرساختی در زمینه گردشگری هوشمند تأثیر بیشتری دارند. نادعلی و همکاران (۱۳۹۷) توان سنجی گردشگری هوشمند با تأکید بر ضرورت‌ها و الزامات زیر ساختی نتیجه گرفتند که بستر اولیه پیاده سازی گردشگری هوشمند در مقصد وجود دارد و نیازمند تأکید بیشتر بر لزوم سرعت عمل در تبادل و دسترسی به اطلاعات و اهمیت مشتری محوری و... است. همچنین عوامل جمعیت شناختی نیز در رشد گردشگری هوشمند تاثیرگذار هستند. بررسی پیشینه تحقیق نشان می‌دهد که تحقیقات کمی در حوزه گردشگری هوشمند روستایی حداقل در داخل انجام شده و همین موضوع به اهمیت انجام تحقیقات در زمینه گردشگری هوشمند روستایی اشاره دارد. علاوه بر این تحقیقات ذکر شده بیشتر به بررسی توصیفی روستاهای گردشگری از منظر رویکرد هوشمند تاکید نموده‌اند و تأثیرات اتفاق افتاده در این روستاها را مورد اشاره قرار داده‌اند. در تحقیق حاضر به بررسی مرحله اول یعنی شناخت عوامل و موانع ایجاد و توسعه رویکرد هوشمندسازی در روستاهای گردشگری تاکید نموده و علاوه بر این سعی نمود که خلاء موجود در کمبود منابع گردشگری هوشمند روستایی را نیز تقویت نماید. شکل زیرمدل مفهومی تحقیق را بر اساس ارکان گردشگری هوشمند روستایی و همچنین ابعاد تاثیرگذار در تحقیق گردشگری هوشمند نشان می‌دهد. بر اساس مدل مفهومی، ابعاد تاثیرگذار در تحقق گردشگری هوشمند شامل دو بخش عوامل بسترساز و موانع پیش رو هستند که با تلفیق و یکپارچه نمودن آن‌ها و همچنین مدیریت صحیح، می‌تواند به گردشگری هوشمند روستایی دست یافت.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

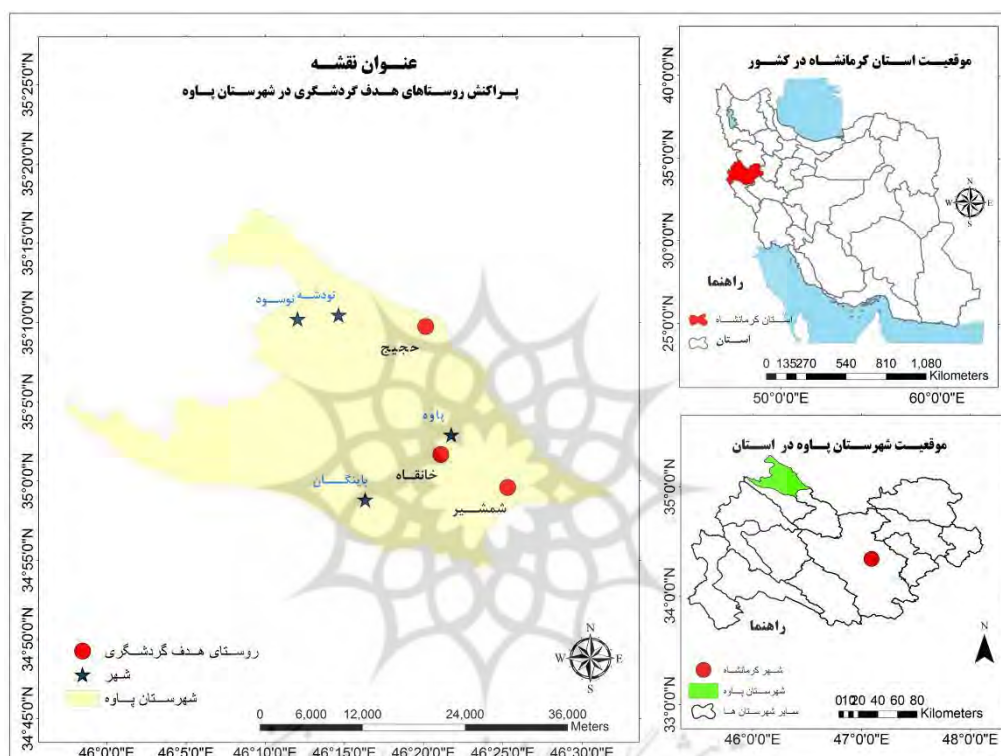
۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

روش تحقیق توصیفی-تحلیلی، ژرفانگر و مبتنی بر داده‌های پیمایشی با استفاده از پرسش‌نامه است. برای تحقق گردشگری هوشمند بازیگران مختلفی تاثیرگذار و دخیل هستند که شامل جامعه محلی، گردشگران و تصمیم‌گیران (برنامه‌ریزان) هستند. در این تحقیق با توجه به اینکه گردشگری در روستاها مورد تاکید بوده و هدف بررسی بسترها و وضعیت روستاها جهت پیاده سازی گردشگری هوشمند روستایی بوده، تنها دیدگاه جامعه روستایی تاکید شده است و آنچه که در تحقیق به آن اشاره می‌شود، نتیجه بررسی دیدگاه جامعه محلی است. البته می‌تواند در تحقیقات تکمیلی و آینده، دیدگاه سایر ذی‌نفعان (گردشگران و برنامه ریزان) را نیز بررسی نمود یا یک تحقیق جامع در بررسی دیدگاه هر سه نمونه انجام داد. نکته دیگر اینکه در این تحقیق هدف تنها بررسی عوامل تسهیل کننده گردشگری هوشمند و موانع پیش رو در روستاهای مورد مطالعه بوده و بنابراین در این مرحله به بررسی نظرات و دیدگاه جامعه روستایی با توجه به میزان آشنایی آن‌ها با ظرفیت‌ها و موانع گردشگری هوشمند روستایی اکتفا شده است.

بنابراین با توجه به توضیحات ارائه شده، جامعه آماری تحقیق را ساکنان سه روستای گردشگری شمشیر، هجیج و خانقاه تشکیل می‌دهند که بالغ بر ۳۸۴۸ نفر جمعیت داشته‌اند. بر اساس فرمول کوکران، حجم نمونه به تعداد ۳۴۹ نفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد محاسبه شد. پرسش‌گری در سطح افراد روستایی و به صورت تصادفی (اتفاقی) انجام گرفت. روایی از طریق نخبگان و پایایی ابزار از طریق ضریب آلفای کرونباخ در سطح ۰/۸۲ تأیید شد. در نهایت داده‌ها پس از جمع‌آوری با استفاده از نرم‌افزار آماری SPSS یکپارچه و مورد بهره برداری قرار گرفتند. از آزمون تی تک نمونه‌ای، تحلیل عاملی، تحلیل واریانس یک طرفه و توکی استفاده شد.

منطقه مورد مطالعه روستاهای گردشگری شهرستان پاره در استان کرمانشاه هستند. روستاهای هدف این تحقیق شامل روستای شمشیر، خانقاه و هجیج می‌باشند. بر اساس سرشماری نفوس و مسکن ۱۳۹۵، جمعیت این روستا به ترتیب برابر با ۲۲۲۲ نفر (۶۳۹ خانوار)، ۱۳۰۵ نفر (۴۲۴ خانوار) و ۳۲۱ نفر (۱۰۶ خانوار) بوده است که در مجموع ۳۸۴۸ نفر جمعیت و ۱۱۶۹ خانوار (مرکز آمار ایران، ۱۳۹۵) داشته‌اند. مقایسه این آمار با سال ۱۳۸۵ که جمعیت آن‌ها بالغ بر ۴۱۷۴ نفر (مرکز

آمار ایران، ۱۳۸۵) بوده است نشان می‌دهد که نرخ رشد جمعیت منفی و نزولی بوده است. این سه روستا به واسطه جاذبه‌های طبیعی و اکوتوریسمی که دارند در طول سال گردشگران بسیاری را جذب می‌نمایند. ارتفاعات شاهو، چشمه بل، سد داریان، رودخانه سیروان، عبادتگاه چله خانه، عبادتگاه خانقاه، حوض پیر، مسجد جامع، خانه‌های قدیمی، اقامتگاه‌های بوم گردی، دشت‌های میشیاب و چهل تنان، قلعه تاریخی پیازدول و چشمه‌های خوره له و جای جای شاهو، چشمه شلم ناو، کوه دالانی، آبشار شلم ناو و بنای زیارتگاه باواشیخ حسن از مهمترین جاذبه‌های گردشگری روستاهای مورد مطالعه محسوب می‌شوند. علاوه بر این ظرفیت‌های دیگری در بخش صنایع دستی و فرهنگی و همچنین آداب و رسوم و سوغات نیز وجود دارد که در نوع خود دارای اهمیت و جذب کننده گردشگران هستند.



شکل ۲. نقشه موقعیت جغرافیایی و توزیع روستاهای هدف گردشگری

۴- یافته‌ها و تحلیل داده

بررسی ویژگی‌های نمونه آماری نشان می‌دهد که ۶۳/۹ درصد نمونه را مردان و ۳۶/۱ درصد را زنان تشکیل داده‌اند. همچنین از نظر متغیر سن، ۱۳/۵ درصد در رده سنی ۱۸ تا ۲۵ سال و ۱۸/۳ درصد در رده سنی ۲۶ تا ۳۵ سال قرار داشته‌اند. بیشترین تعداد افراد در رده سنی ۳۶ تا ۴۵ سال با ۲۷/۲ درصد قرار داشته‌اند. ۱۸/۳ درصد در رده سنی ۴۶ تا ۵۵ سال، ۱۸/۱ درصد در رده سنی ۵۶ تا ۶۴ سال و ۴/۶ درصد نیز در رده سنی ۶۵ سال و بیشتر قرار داشته‌اند. علاوه بر این از نظر متغیر تحصیلات نیز ۴/۶ درصد زیردیپلم، ۱۳/۸ درصد را افراد دیپلم و ۳۱/۸ درصد را افراد دارای تحصیلات فوق دیپلم تشکیل داده‌اند. همچنین ۳۶/۵ درصد لیسانس و ۸/۹ درصد نیز دارای مدرک فوق لیسانس و ۴/۵ درصد نیز دارای تحصیلات دکتری بوده‌اند. بررسی متغیرهای جنس، سن و تحصیلات در نمونه آماری بیانگر آن است که توزیع مطلوبی وجود دارد و از تمامی افراد با ویژگی‌های مختلف اطلاعات گردآوری شده است؛ چرا که توزیع بهتر نمونه آماری، در نتیجه‌گیری و دقت تعمیم داده‌ها به جامعه آماری مؤثر است.

برای اینکه مشخص شود توزیع نمونه آماری نرمال بوده یا نه از آزمون کلموگراف اسمیرونوف استفاده شد. مبنای تعیین معناداری، سطح کمتر از ۰/۰۵ است. با توجه به اعداد به دست آمده برای معیار تصمیم که بیشتر از عدد ۰/۰۵ هستند، می توان نتیجه گرفت که توزیع داده ها نرمال است؛ چرا که همه اعداد به دست آمده در جدول بیشتر از ۰/۰۵ می باشد و این نشان دهنده توزیع نرمال داده ها است. لذا از آزمون های پارامتریک از جمله آزمون تی و تحلیل واریانس استفاده شده است (جدول ۱).

جدول ۱. سنجش معناداری نرمال بودن توزیع داده ها

سطح معناداری (تصمیم گیری)	تعداد	شاخص	ابعاد
۰/۳۰۹	۱/۸۷۶	شاخص گردشگری	شاخص های گردشگری روستاها
۰/۵۴۶	۲/۴۳۵	اجتماعی	عوامل بسترساز گردشگری هوشمند روستایی
۰/۱۵۹	۲/۴۳۶	اقتصادی	
۰/۳۲۱	۳/۰۸۹	زیرساختی	
۰/۲۷۶	۳/۰۶۵	موانع	موانع پیش رو گردشگری هوشمند روستایی

تحلیل وضعیت گردشگری روستایی با استفاده از آزمون تی تک نمونه ای نشان می دهد که شاخص های بررسی شده در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده اند. بررسی جهت معناداری با استفاده از میانگین نشانگر آن است که شاخص قدرت جاذبه های گردشگری روستاها برای جذب گردشگر از دیدگاه جامعه آماری، وضعیت خوبی دارد؛ چرا که میانگین این شاخص برابر با ۳/۹۰ محاسبه شده و لذا روستاهای هدف گردشگری از نظر جاذبه و منابع گردشگری غنی هستند. همچنین شاخص میزان بازدید کننده از جاذبه های گردشگری به صورت سالیانه نیز با میانگین ۳/۵۸ در وضعیت متوسطی قرار دارد. در حقیقت از دیدگاه جامعه آماری میزان گردشگر وارده شده به سه روستای هدف در طول سال، قابل قبول است. علاوه بر این از دیدگاه روستاییان، شاخص میزان خدمات هوشمند در روستاها ضعیف می باشد؛ چرا که میانگین محاسبه شده برای این شاخص برابر با ۱/۸۶ بوده و نشانگر ضعیف بودن این شاخص است. بررسی شاخص نقش گردشگری در اقتصاد روستاها بیانگر آن می باشد که وضعیت این شاخص نیز متوسط ارزیابی شده است؛ چرا که میانگین آن برابر با ۳/۳۱ محاسبه شده است. در مجموع نتایج این بخش نشان می دهد که منابع گردشگری از جنبه های مختلف تاریخی و طبیعی و توانمندی لازم برای جذب گردشگر وجود دارد، اما آنچه که به نظر می رسد نیاز به ارتقاء و برنامه ریزی دارد، بهبود خدمات گردشگری به ویژه هوشمندسازی روستاها و تقویت نقش گردشگری در اقتصادی روستایی است (جدول ۲).

جدول ۲. سنجش شاخص های گردشگری روستاهای مورد مطالعه

میانگین	فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد		سطح معنی داری	درجه آزادی	مقدار t	عوامل
	حد بالا	حد پایین				
	مبنای آزمون = ۳					
۳/۹۰	۱/۰۲	۰/۷۸۶	۰/۰۰۰	۳۴۸	۱۴/۹	قدرت جاذبه های گردشگری روستا برای جذب گردشگر
۳/۵۸	۰/۷۰۵	۰/۴۶۹	۰/۰۰۰	۳۴۸	۹/۷۹	میزان بازدید کننده از جاذبه های گردشگری (سالیانه)

۱/۸۶	-۱/۰۱	-۱/۲۶	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۱۸/۰۳	میزان خدمات هوشمند در روستا برای رشد گردشگری
۳/۳۱	۰/۴۷۲	۰/۱۶۴	۰/۰۰۰	۳۴۸	۴/۰۶	نقش کنونی گردشگری در اقتصاد روستا
۳/۱۶	۰/۲۴۱	۰/۰۹۵	۰/۰۰۰	۳۴۸	۴/۵۲	مجموع مقیاس

برای آنکه گردشگری هوشمند روستایی اتفاق بیفتد، بایستی بسترها و زیرساخت‌های آن نیز برنامه ریزی و شکل گیرد. یکی از عوامل مهم در بسترسازی گردشگری هوشمند، عوامل اجتماعی هستند. تحلیل عوامل اجتماعی بسترسازی گردشگری هوشمند روستایی با آزمون تی تک نمونه‌ای نشانگر آن است که عوامل بررسی شده در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده‌اند. بررسی میانگین کل آزمون برابر با ۲/۳۶ و آمار تی برابر با ۱۵/۹- تأیید می‌نماید که عوامل اجتماعی بسترسازی گردشگری هوشمند در روستاهای هدف گردشگری مهیا نیستند؛ به عبارت دیگر روستاهای هدف گردشگری از نظر عوامل اجتماعی بسترسازی گردشگری هوشمند ضعیف بوده و ساختار سنتی همچنان از نظر اجتماعی در بخش گردشگری وجود دارد. بررسی در سطح عوامل نشان می‌دهد که عامل وجود فرهنگ مشارکت در حوزه گردشگری با میانگین ۳/۳۹ و میزان دسترسی به رسانه‌های جمعی با میانگین ۳/۶۸ نسبت به دیگر عوامل اجتماعی در وضعیت بهتری قرار دارند و دارای شرایط متوسطی می‌باشند. دیگر عوامل اجتماعی بسترسازی گردشگری هوشمند روستایی، دارای میانگین پایین‌تر از حد متوسط آزمون (۳) بوده و بنابراین شرایط ضعیفی را دارا هستند (جدول ۳).

جدول ۳. سنجش عوامل اجتماعی بسترسازی گردشگری هوشمند روستایی (آزمون تی تک نمونه‌ای)

میانگین	فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد		سطح معنی‌داری	درجه آزادی	مقدار t	عوامل
	حد پایین	حد بالا				
	مبنای آزمون = ۳					
۱/۹۵	-۰/۹۲۵	-۱/۱۶	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۱۷/۰۴	آگاهی مردم نسبت به بستر هوشمند گردشگری
۲/۰۰	-۰/۸۷۵	-۱/۱۱	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۱۶/۴	آموزش مردم نسبت به بسترهای آنلاین
۳/۳۹	۰/۵۷۴	۰/۲۱۶	۰/۰۰۰	۳۴۸	۴/۳۴	وجود فرهنگ مشارکت در حوزه گردشگری
۲/۶۸	-۰/۱۹۶	-۰/۴۲۸	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۵/۲۸	میزان اعتقاد مردم به بستر آنلاین
۳/۶۸	۰/۸۱۰	۰/۵۵۳	۰/۰۰۰	۳۴۸	۱۰/۴	میزان دسترسی به رسانه‌های جمعی
۱/۸۱	-۱/۰۶	-۱/۲۹	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۲۰/۴	اعتماد اجتماعی به بستر اینترنت
۱/۶۴	-۱/۲۴	-۱/۴۷	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۲۳/۶	هماهنگی میان دولت و جامعه محلی
۲/۱۳	-۰/۷۲۶	-۰/۹۹۸	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۱۲/۴	فعالیت نهادهای محلی (دهیاری) در ایجاد بستر گردشگری هوشمند
۱/۹۱	-۰/۹۶۴	-۱/۲۰	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۱۷/۹	توانایی مردم جهت استفاده از بستر آنلاین
۲/۳۶	-۰/۵۶۱	-۰/۷۱۸	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۱۵/۹	مجموع مقیاس

بخش دیگری از عوامل بسترسازی گردشگری هوشمند، عوامل اقتصادی در روستاها محسوب می‌شوند. سنجش عوامل اقتصادی با آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که تمام عوامل اقتصادی در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده‌اند. بررسی میانگین کل آزمون برابر با ۲/۱۶ و آمار تی برابر با ۲۱/۱- تأیید می‌نماید که هر سه روستای هدف گردشگری، از نظر عوامل اقتصادی بسترسازی گردشگری هوشمند در وضعیت ضعیف و نامناسبی قرار دارند.

بررسی در سطح عوامل نیز نشان می‌دهد که تنها عامل تبادلات بانکی در روستاها با میانگین ۳/۳۲ در وضعیت متوسطی قرار دارد و مابقی عوامل از جمله اعتبارات بانکی در حوزه گردشگری روستا، توان مالی مردم جهت خلق کسب و کار گردشگری، فعال بودن بخش خصوصی در زمینه گردشگری، حمایت مالی دولت در زمینه گردشگری روستا، تسهیلات

حمایتی از کسب و کارهای آنلاین در حوزه گردشگری و ... در شرایط نامناسبی قرار دارند؛ بنابراین در مجموع عوامل اقتصادی که بتواند به تحقق گردشگری هوشمند در روستاها کمک نماید، وجود ندارد و به نظر می‌رسد با توجه به این شرایط، بایستی ایده‌ها و تفکرات جدید اقتصادی در این حوزه اتفاق بیفتد (جدول ۴).

جدول ۴. سنجش عوامل اقتصادی بسترساز گردشگری هوشمند روستایی (آزمون تی تک نمونه‌ای)

عوامل	مقدار t	درجه آزادی	مبنای آزمون = ۳		میانگین
			فاصله اطمینان در سطح حد بالا	حد پایین	
وجود اعتبارات بانکی در حوزه گردشگری روستا	-۱۳/۵	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۰/۹۸۱	۲/۱۴
توان مالی مردم جهت خلق کسب و کار گردشگری	-۱۰/۲	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۰/۶۴۵	۲/۴۵
فعال بودن بخش خصوصی در زمینه گردشگری	-۱۶/۳	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۱/۲۷	۱/۸۶
حمایت مالی دولت در زمینه گردشگری روستا	-۱۶/۸	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۱/۱۶	۱/۹۵
وضعیت درآمدهای سالیانه از گردشگری	-۱۶/۷	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۱/۱۲	۱/۹۹
میزان اشتغال زایی گردشگری برای مردم	-۲۰/۱	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۱/۳۳	۱/۷۷
تسهیلات حمایتی از کسب و کارهای آنلاین در حوزه گردشگری	-۱۶/۱	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۱/۰۱	۲/۰۹
تبادلات بانکی در روستا	۴/۰۵	۳۴۸	-۰/۰۰۰	۰/۱۶۹	۳/۳۲
فعال بودن بخش صنایع دستی روستا	-۱۲/۶	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۰/۹۳۶	۲/۱۸
ارتباط مردم با فروشگاه‌های اینترنتی	-۱۸/۳	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۱/۳۰	۱/۸۲
مجموع مقیاس	-۲۱/۱	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۰/۹۱۳	۲/۱۶

یکی از مهمترین عوامل تحقق گردشگری هوشمند، زیرساخت‌ها محسوب می‌شوند. بررسی عوامل زیرساختی با آزمون تی تک نمونه‌ای نشان می‌دهد که تمام عوامل زیرساختی در سطح کمتر از ۰/۰۵ معنادار بوده‌اند. بررسی میانگین کل آزمون برابر با ۲/۱۴ و آمار تی برابر با ۲۴/۳- تأیید می‌نماید که روستاهای هدف گردشگری مطالعه شده، از نظر عوامل زیرساختی بسترساز گردشگری هوشمند در وضعیت نامطلوبی قرار دارند. چنانچه بررسی در سطح عوامل نشان می‌دهد که تنها دو عامل فعال بودن شبکه‌های اجتماعی (مجازی) روستا با میانگین ۳/۶۴ و ارائه خدمات دولتی به روستاییان در بستر هوشمند (اینترنت) با میانگین ۳/۳۷ در وضعیت متوسطی قرار دارد و مابقی عوامل از جمله وجود سیستم‌های آنلاین در گردشگری روستا، دسترسی به اینترنت با کیفیت، وجود بانک اطلاعاتی گردشگری روستا، رزور آنلاین اقامتگاه‌های بومگردی روستا، وجود زیرساخت‌های ارتباطی و تاسیسات، دسترسی آنلاین به اطلاعات روستا و ... در شرایط نامناسبی قرار دارند؛ بنابراین در مجموع شرایط زیرساختی موجود نمی‌تواند به تحقق گردشگری هوشمند در روستاها کمک نماید، وجود ندارد. بیشترین مشکلات زیرساختی نیز به حوزه فناوری و ارتباطات مربوط می‌شود که بایستی در این زمینه اقدامات ملموس و جدی انجام گیرد (جدول ۵).

جدول ۵. سنجش عوامل زیرساختی بسترساز گردشگری هوشمند روستایی (آزمون تی تک نمونه‌ای)

عوامل	مقدار t	درجه آزادی	مبنای آزمون = ۳		میانگین
			فاصله اطمینان در سطح ۹۵ درصد حد بالا	حد پایین	
وجود سیستم‌های آنلاین در گردشگری روستا	-۱۹/۲	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۱/۳۵	۱/۷۶
دسترسی به اینترنت با کیفیت	-۶/۶۲	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۰/۷۵۸	۲/۴۱
خرید و فروش محصولات در بستر اینترنت	-۲۱/۲	۳۴۸	-۰/۰۰۰	-۱/۴۸	۱/۶۴

۱/۲۷	-۱/۶۶	-۱/۷۸	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۵۹/۶	وجود بانک اطلاعاتی گردشگری روستا
۱/۳۱	-۱/۶۲	-۱/۷۴	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۵۶/۶	رزور آنلاین اقامتگاه‌های بومگردی روستا
۲/۴۶	۰/۳۹۰	-۰/۶۸۷	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۷/۱۴	خدمات بانکی و پرداختی آنلاین در روستا
۱/۵۵	-۱/۳۶	-۱/۵۳	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۳۴/۵	وجود زیرساخت‌های ارتباطی و تاسیسات
۳/۶۴	۰/۷۸۰	۰/۵۰۸	۰/۰۰۰	۳۴۸	۹/۳۱	فعال بودن شبکه‌های اجتماعی (مجازی) روستا
۲/۰۰	-۰/۸۷۳	-۱/۱۲	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۱۵/۹	دسترسی آنلاین به اطلاعات روستا
۳/۳۷	۰/۵۰۱	-۰/۲۴۳	۰/۰۰۰	۳۴۸	۵/۶۶	ارائه خدمات دولتی به روستاییان در بستر هوشمند (اینترنت)
۲/۱۴	-۰/۷۸۶	-۰/۹۲۴	۰/۰۰۰	۳۴۸	-۲۴/۳	مجموع مقیاس

برای بررسی تفاوت روستاها از نظر عوامل بستر ساز گردشگری هوشمند از تحلیل واریانس یک طرفه (آنووا) استفاده شد تا مشخص شود که روستاهای مورد مطالعه (شمشیر، هجیج و خانقاه) تفاوت معناداری در زمینه عوامل اجتماعی، اقتصادی و زیرساختی بستر ساز گردشگری هوشمند دارند یا نه. با توجه به نتایج به دست آمده در جدول (۶) می‌توان اینگونه بیان نمود که سه روستای مطالعه شده دارای تفاوت معناداری در زمینه عوامل بستر ساز گردشگری هوشمند نیستند؛ چرا که سطح معناداری محاسبه شده برای عوامل اجتماعی (۰/۲۲۶)، عوامل اقتصادی (۰/۲۳۰) و عوامل زیرساختی (۰/۳۷۰) و بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد؛ بنابراین میان سه روستا از نظر سه عوامل بستر ساز گردشگری هوشمند تفاوت معناداری مشاهده نشده و هر سه روستا وضعیت یکسانی دارند. بر این اساس برای هر سه روستا با وجود برخی اختلافات ناچیز، می‌توان یک برنامه مشترک جهت توسعه گردشگری هوشمند تدوین نمود.

جدول ۶. معناداری تفاوت روستاها از نظر عوامل مؤثر در تحقق گردشگری هوشمند (آزمون آنووا)

Sig	F	میانگین مربعات	درجه آزادی	مجموع مربعات	واریانس	شاخص
۰/۲۲۶	۱/۴۹	۰/۸۳۸	۲	۱/۶۷	بین گروهی	اجتماعی
		۰/۵۶۰	۳۴۶	۱۹۳/۹	درون گروهی	
		***	۳۴۸	۱۹۵/۶	مجموع	
۰/۲۳۰	۱/۴۷	۰/۷۹۹	۲	۱/۵۹	بین گروهی	اقتصادی
		۰/۵۴۲	۳۴۶	۱۸۷/۴	درون گروهی	
		***	۳۴۸	۱۸۹/۰	مجموع	
۰/۳۷۰	۰/۹۹۷	۰/۴۳۰	۲	۰/۸۶۰	بین گروهی	زیرساختی
		۰/۴۳۲	۳۴۶	۱۴۹/۳	درون گروهی	
		***	۳۴۸	۱۵۰/۲	مجموع	

همان‌طور که مشاهده شده است، با استفاده از تحلیل واریانس، مشخص شده که میان روستاها از نظر عوامل بستر ساز گردشگری هوشمند، تفاوت معنی‌داری در سطح ۰/۹۵ درصد وجود ندارد. آزمون توکی نیز به‌عنوان یک آزمون تعقیبی به خوبی این موضوع را تأیید می‌نماید^۲. همانگونه که در جدول مشاهده می‌شود از نظر عوامل اجتماعی حداقل میانگین مربوط به روستای شمشیر با میانگین ۲/۳۱۵ و حداکثر میانگین برای روستای هجیج با میانگین ۲/۵۵۹ بوده است و بنابراین تفاوت زیاد و معناداری وجود نداشته است. از نظر عوامل اقتصادی نیز حداقل میانگین برای روستای شمشیر برابر با ۲/۱۱۵ و حداکثر برای روستای هجیج برابر با ۲/۳۴۳ بوده است. علاوه بر این از نظر عوامل زیرساختی نیز حداقل میانگین مربوط

^۱ Anova

^۲ در تحقیقات وقتی تفاوت معناداری میان گروه‌ها مشاهده نشود نیازی به استفاده از آزمون تعقیبی نیست. در این تحقیق برای تأیید بیشتر و برای نشان دادن اختلافات ناچیز میان سه روستا، آزمون تعقیبی نیز ذکر شده است.

به روستای شمشیر با مقدار ۲/۱۰۵ و حداکثر برای روستای هجیج با میانگین ۲/۲۵۳ بوده است؛ بنابراین تفاوت زیاد و معناداری نیز میان روستاها از نظر عوامل زیرساختی و اقتصادی مشاهده نمی‌شود. نکته دیگر در این زمینه اینکه از نظر هر سه عامل بسترساز گردشگری هوشمند، روستای شمشیر بدترین وضعیت و روستای هجیج بهترین وضعیت را نسبت به همدیگر داشته‌اند. البته در مجموع وضعیت هر سه روستا، نامطلوب است (جدول ۷).

جدول ۷. تعیین تفاوت روستاها از نظر عوامل مؤثر در تحقق گردشگری هوشمند (آزمون توکی)

معناداری طبقات در سطح آلفا ۰/۰۵		
روستا	نمونه	عوامل اجتماعی
	۱	
روستای شمشیر	۲۰۱	۲/۳۱۵
روستای خانقاه	۱۱۸	۲/۳۸۶
روستای هجیج	۳۰	۲/۵۵۹
عوامل اقتصادی		
روستای شمشیر	۲۰۱	۲/۱۱۵
روستای خانقاه	۱۱۸	۲/۲۰۱
روستای هجیج	۳۰	۲/۳۴۳
عوامل زیرساختی		
روستای شمشیر	۲۰۱	۲/۱۰۵
روستای خانقاه	۱۱۸	۲/۱۸۴
روستای هجیج	۳۰	۲/۲۵۳

پس از آنکه وضعیت شاخص‌های مختلف جهت گردشگری هوشمند در روستاها مطالعه شد و نتایج نیز گویای وضعیت نامناسب آن‌ها است، در این بخش بایستی موانع پیش رو شناسایی شود تا بتوان برنامه ریزی مناسبی برای مرتفع نمودن آن‌ها اتخاذ نمود. پس از کنکاش و مطالعه ۲۰ شاخص به‌عنوان چالش‌های پیش رو گردشگری هوشمند روستایی شناخته و مورد تحلیل قرار گرفت. برای آنکه مشکلات و چالش‌های پیش رو دسته بندی و اولویت بندی شوند از تحلیل عاملی استفاده شد. در مطالعه حاضر برای شناسایی موانع پیش رو گردشگری هوشمند در مناطق روستایی مقدار KMO برابر با (۰/۶۳۶) به دست آمده که نشان دهنده وضعیت مناسب داده‌ها برای تحلیل عاملی است. این مقدار باید بیشتر از ۰/۵۰ باشد. مقدار بارتلت نیز برابر با ۸۹۸۲/۸۸ به دست آمده و در سطح ۹۹ اطمینان معنادار (۰/۰۰۰) است.

جدول ۸. مقدار KMO و بارتلت موانع پیش رو گردشگری هوشمند در مناطق روستایی

KMO	۰/۶۳۶
بارتلت (Bartlett Test)	۸۹۸۲/۸۸
DF	۱۹۰
Sig	۰/۰۰۰

بر اساس تحلیل انجام گرفته شده، تعداد ۵ مانع که مقدار ویژه آن‌ها بزرگ‌تر از عدد ۱ بوده، استخراج گردید که در ادامه ذکر شده‌اند (جدول ۹).

موانع اول: نتایج نشان می‌دهد که ۵ متغیر (چالش) در مانع اول بارگذاری شده‌اند که عبارت‌اند از نبود زیرساخت لازم برای هوشمندسازی مؤسسات گردشگری، نبود خدمات گردشگری مناسب، عدم توانمندی اقامتگاه‌های بومگردی جهت

استفاده از بستر آنلاین، عدم دسترسی مردم به زیرساخت‌های بستر هوشمند (سایت، ابزار، وب و...) و نبود یک زیرساخت ارتباطی یکپارچه (تحت وب) در گردشگری. این متغیرها ۲۱/۰۶ درصد از واریانس کل چالش‌های پیش رو گردشگری هوشمند روستایی را تبیین کرده‌اند. به طور کلی با توجه به چالش‌های بارگذاری شده در این دسته، مانع اول "موانع زیرساختی" نام گذاری شد.

موانع دوم: نتایج نشان می‌دهد که ۳ متغیر (چالش) در مانع دوم بارگذاری شده‌اند که عبارت‌اند از عدم توان مالی مردم روستا، عدم ورود بخش خصوصی به سرمایه گذاری و عدم تدوین اعتبارات برای هوشمندسازی گردشگری. این متغیرها ۱۹/۶ درصد از واریانس کل چالش‌های پیش رو گردشگری هوشمند روستایی را تبیین کرده‌اند. به طور کلی با توجه به شاخص‌های بارگذاری شده در این دسته، مانع دوم "موانع اقتصادی" نام گذاری شد.

موانع سوم: نتایج نشان می‌دهد که ۴ متغیر (چالش) در مانع سوم بارگذاری شده‌اند که عبارت‌اند از عدم آموزش مردم محلی نسبت به بسترهای آنلاین، عدم اعتقاد جامعه محلی به کسب و کارهای آنلاین، ضعف سواد رسانه‌ای و ارتباطی مردم محلی و تسلط سبک زندگی سنتی در جامعه محلی. این متغیرها ۱۶/۱ درصد از واریانس کل چالش‌های پیش رو گردشگری هوشمند روستایی را تبیین کرده‌اند. به طور کلی با توجه به شاخص‌های بارگذاری شده در این دسته، مانع سوم "موانع اجتماعی- فرهنگی" نام گذاری شد.

موانع چهارم: نتایج نشان می‌دهد که ۴ متغیر (چالش) در مانع چهارم بارگذاری شده‌اند که عبارت‌اند از ارائه خدمات دولتی به روش سنتی در بخش گردشگری، عدم هماهنگی ذینفعان گردشگری در زمینه هوشمندسازی، نبود سند تحول گردشگری از سنتی به هوشمند و مدیریت گردشگری به صورت دولتی. این متغیرها ۱۵/۹ درصد از واریانس کل چالش‌های پیش رو گردشگری هوشمند روستایی را تبیین کرده‌اند. به طور کلی با توجه به شاخص‌های بارگذاری شده در این دسته، مانع چهارم "موانع مدیریتی" نام گذاری شد.

موانع پنجم: نتایج نشان می‌دهد که ۳ متغیر (چالش) در مانع پنجم بارگذاری شده‌اند که عبارت‌اند از عدم دسترسی به اطلاعات آنلاین در زمینه گردشگری، فیلتر بودن شبکه‌های اجتماعی پرکاربرد و مهمتر، عدم تدوین قوانین فعالیت در بستر هوشمند و نبود نظام بیمه‌ای آنلاین در حوزه گردشگری. این متغیرها ۱۳/۴ درصد از واریانس کل چالش‌های پیش رو گردشگری هوشمند روستایی را تبیین کرده‌اند. به طور کلی با توجه به شاخص‌های بارگذاری شده در این دسته، مانع پنجم "موانع قانونی" نام گذاری شد.

جدول ۹. موانع پیش رو گردشگری هوشمند در مناطق روستایی

موانع	مقدار ویژه	متغیر (چالش)	بارعاملی
موانع زیرساختی	۲۱/۰۶	نبود زیرساخت لازم برای هوشمندسازی مؤسسات گردشگری	۰/۶۶۶
		نبود خدمات گردشگری مناسب	۰/۶۰۰
		عدم توانمندی اقامتگاه‌های بومگردی جهت استفاده از بستر آنلاین	۰/۸۱۱
		عدم دسترسی مردم به زیرساخت‌های بستر هوشمند (سایت، ابزار، وب و...)	۰/۸۰۷
		نبود یک زیرساخت ارتباطی یکپارچه (تحت وب) در گردشگری	۰/۹۳۲
موانع اقتصادی	۱۹/۶	عدم توان مالی مردم روستا	۰/۸۲۴
		عدم ورود بخش خصوصی به سرمایه گذاری	۰/۵۳۵
		عدم تدوین اعتبارات برای هوشمندسازی گردشگری	۰/۵۹۱
موانع اجتماعی- فرهنگی	۱۶/۱	عدم آموزش مردم محلی نسبت به بسترهای آنلاین	۰/۵۳۶
		عدم اعتقاد جامعه محلی به کسب و کارهای آنلاین	۰/۹۵۱
		ضعف سواد رسانه‌ای و ارتباطی مردم محلی	۰/۷۳۶

۰/۶۹۸	تسلط سبک زندگی سنتی در جامعه محلی	
۰/۹۱۵	ارائه خدمات دولتی به روش سنتی در بخش گردشگری	۱۵/۹
۰/۸۴۸	عدم هماهنگی ذینفعان گردشگری در زمینه هوشمندسازی	مواع مدیریتی
۰/۸۵۵	نبود سند تحول گردشگری از سنتی به هوشمند	
۰/۷۳۴	مدیریت گردشگری به صورت دولتی	
۰/۹۰۱	عدم دسترسی به اطلاعات آنلاین در زمینه گردشگری	۱۳/۴
۰/۸۲۵	فیلتر بودن شبکه های اجتماعی پر کاربرد و مهمتر	مواع قانونی
۰/۷۶۷	عدم تدوین قوانین فعالیت در بستر هوشمند	
۰/۸۴۷	نبود نظام بیمه ای آنلاین در حوزه گردشگری	

۵- بحث و فرجام

گردشگری همواره دچار تغییر و تحولات گسترده ای بوده است و این تغییرات در طی چند دهه گذشته به دلیل رشد فناوری و تکنولوژی، بیشتر شده است. بر همین اساس گردشگری تحت تأثیر رویکردهای مختلفی از جمله هوشمندسازی قرار گرفته است. رویکرد هوشمندسازی در نتیجه تحولات نظام جهانی به واسطه رشد فناوری نمود پیدا کرده است. این رویکرد در حوزه گردشگری به دنبال بهبود کارایی مدیریت منابع، به حداکثر رساندن رقابت و افزایش پایداری از طریق استفاده از نوآوری ها و روش های فناور محور است. بنابراین توسعه ساختارهای مختلف در مناطق با توجه به وضعیت آن ها یک موضوع غیر قابل انکار است. در حقیقت بایستی بستر لازم را جهت تغییر ساختارهای سنتی به ساختارهای هوشمند فراهم نمود. بر همین اساس بستر سازی لازم برای گردشگری هوشمند در مناطق روستایی نیز نیازمند گذار از ساختارهای سنتی به بستر هوشمند است. با توجه به ساختار مناطق روستایی، این مناطق مسلماً با چالش های زیاد و متنوعی نسبت به نقاط شهری روبه رو هستند. از این رو برای آنکه در راستای هوشمندسازی مناطق روستایی، بستر مناسبی شکل گیرد، ابتدا بایستی یک شناخت و نیازسنجی مناسب از وضعیت گردشگری هوشمند با توجه به عوامل مختلف انجام گیرد و در ادامه نیز مواع موجود را شناسایی و راهکارهای اساسی را جهت برون رفت ارائه نمود. در این تحقیق نیز به بررسی عوامل بستر ساز گردشگری هوشمند روستایی پرداخته و سپس مواع پیش رو برای تحقق آن نیز شناسایی و تحلیل شد.

نتیجه نشان داد که ساختارهای سنتی در روستاها و به ویژه در حوزه گردشگری روستایی همچنان پابرجا است و بستر قابل ملموس و مبتنی بر برنامه ریزی در حوزه گردشگری هوشمند در روستاها وجود ندارد. چنانچه بررسی عوامل اجتماعی گردشگری هوشمند در روستاها نشانگر آن است که بسیاری از شاخص هایی که نیازمند بستر لازم می باشد در وضعیت نامناسبی قرار دارند. آگاهی مردم نسبت به بستر هوشمند پایین است و اعتقاد و اعتماد اجتماعی قابل قبولی نسبت به بسترهای آنلاین در میان جامعه محلی مشاهده نشده است. علاوه بر این توانایی جامعه محلی برای استفاده از بستر هوشمند وجود ندارد. در مجموع عوامل یا شاخص های اجتماعی که می تواند بستر ساز گردشگری هوشمند باشد، در روستاها مشاهده نشده و این ضعف اساسی نشانگر وابستگی روستاها به ساختارهای سنتی در بحث گردشگری می تواند باشد. تحقیقات هیدایا و همکاران (۲۰۲۲)، سیولاک و همکاران (۲۰۲۲)، فلورس کرسپو همکاران (۲۰۲۲) و سورکی و همکاران (۱۴۰۱) نیز بر اهمیت عوامل اجتماعی بستر ساز گردشگری هوشمند اشاره داشته اند. بنابراین نتیجه این بخش از تحقیق حاضر با تحقیقات ذکر شده همخوانی داشته و نتیجه از اهمیت شاخص هایی از جمله آموزش، اعتماد اجتماعی، مشارکت و توانمندسازی جامعه محلی در راستای گردشگری هوشمند اشاره دارد. نوآوری تحقیق در این بخش از نظر بررسی و توجه به برخی شاخص های دیگر از جمله دسترسی به رسانه های جمعی، فعالیت نهادهای محلی در بستر گردشگری هوشمند و اعتقاد مردن به بستر آنلاین می باشد که در تحقیقات قبلی به آن توجه نشده است.

از نظر عوامل اقتصادی بسترساز در تحقق گردشگری هوشمند نیز شرایط، نامناسب بوده است؛ چرا که شاخص‌هایی از جمله اعتبارات بانکی در حوزه گردشگری روستا، توان مالی مردم جهت خلق کسب و کار گردشگری، فعال بودن بخش خصوصی در زمینه گردشگری، حمایت مالی دولت در زمینه گردشگری روستا و همچنین تسهیلات حمایتی از کسب و کارهای آنلاین در حوزه گردشگری در روستاها وجود ندارد و یا وضعیت آن‌ها ضعیف بوده است. از این رو ساختارهای اقتصادی گردشگری هوشمند چه شاخص‌هایی که به جامعه محلی ارتباط دارد و چه شاخص‌هایی که به دولت یا نهادهای خصوصی وابسته است، ضعیف بوده و این شرایط نمی‌تواند به تحقق گردشگری هوشمند کمک نماید. تحقیقات لی و ژان (۲۰۲۲) و فلورس کرسپو همکاران (۲۰۲۲) نیز بر اهمیت شاخص‌های اقتصادی جهت تحقق بستر گردشگری هوشمند اشاره داشته‌اند. بنابراین نتیجه این بخش از تحقیق با تحقیقات ذکر شده همپوشانی دارد. البته یکی از نوآوری این بخش از تحقیق حاضر این است که برخی شاخص‌ها از جمله توان مالی جامعه محلی نیز اشاره و بررسی شده که در تحقیقات گذشته کمتر توجه شده یا مورد تاکید قرار نگرفته است. نتیجه این تحقیق نشان داد که توان مالی مردم نیز نقش مهمی در بسترسازی گردشگری هوشمند روستایی دارد.

نتیجه تحقیق نشان داد که روستاها از نظر مهمترین بعد گردشگری هوشمند یعنی زیرساختی نیز شرایط بسیار ضعیفی دارند؛ هر چند در برخی شاخص‌ها از جمله دسترسی به اینترنت و ارائه خدمات دولتی در بستر اینترنت، اقداماتی انجام گرفته است، اما این اقدامات نیز چندان کارایی لازم را برای گردشگری هوشمند دارا نیستند. در مجموع زیرساخت‌های گردشگری هوشمند در روستاها، پیشرفت چندانی نداشته و این موضوع به‌عنوان یک مانع مهم نقش ایفا می‌نماید. در این روستاهای هدف گردشگری هنوز گردشگران نمی‌توانند بسیاری از خدمات خود را در بستر اینترنت انجام دهند و این موضوع به دلیل نبود سیستم‌های آنلاین در گردشگری، عدم دسترسی به اینترنت با کیفیت، عدم وجود بانک اطلاعاتی گردشگری روستا، عدم رزرو آنلاین اقامتگاه‌های بومگردی روستا و عدم وجود زیرساخت‌های ارتباطی و تاسیسات بوده است. نتیجه تحقیقات هیدایا و همکاران (۲۰۲۲)، بالینا (۲۰۲۲) و ژاو و ژانگ (۲۰۲۱) از اهمیت شاخص‌های زیرساختی در بسترسازی گردشگری هوشمند اشاره دارند. از این رو نتیجه این بخش از تحقیق با تحقیقات ذکر شده از نظر اهمیت شاخص‌های زیرساختی همخوانی دارد. البته در تحقیق حاضر در سطح جزئی‌تر به مساله توجه شده است.

با توجه به اینکه نتیجه تحقیق نشان داد که شاخص‌های مختلف اقتصادی، اجتماعی و زیرساختی در تحقق گردشگری هوشمند روستایی وجود ندارد. بنابراین موانع مهمی در این زمینه نقش ایفا می‌نمایند. این موانع در پنج دسته زیرساختی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، مدیریتی و قانونی گنجانده شده‌اند. در صورتی که این موانع مرتفع و برنامه ریزی شود، می‌توان بستر اولیه و لازم را برای گردشگری هوشمند کلید زد. از این رو در مرحله اول بایستی زیرساخت‌های لازم با توجه به موانع موجود از جمله هوشمندسازی مؤسسات گردشگری، تقویت خدمات گردشگری، توانمندسازی اقامتگاه‌های بومگردی جهت استفاده از بستر آنلاین، بهبود دسترسی مردم به زیرساخت‌های بستر هوشمند (سایت، ابزار، وب و...) و ایجاد یک زیرساخت ارتباطی یکپارچه (تحت وب) در گردشگری مورد تاکید قرار گیرد. البته نمی‌توان از نقش مهم موانع دیگر از جمله موانع مدیریتی و قانونی در بسترسازی گردشگری هوشمند روستایی نیز چشم‌پوشی نمود؛ چرا که عدم هماهنگی نهادهای دولتی و مردم و همچنین عدم بکارگیری مدیریت نوین در بحث گردشگری، بعضاً مشکلات بسیاری را به وجود آورده و به نظر می‌رسد که برخی از ساختارهای مدیریتی سنتی توسط دولت و نهادهای حاکم بایستی تغییر کند تا این تغییرات در گردشگری روستاها نیز تاثیرگذار باشد. علاوه بر این نمی‌توان از نقش موانع اجتماعی-فرهنگی و همچنین اقتصادی نیز غافل ماند؛ چرا که رفع محدودیت‌های آموزش و همچنین ایجاد بسترهای مالی مورد نیاز در زمینه گردشگری هوشمند، بسیار تاثیرگذار بوده و می‌تواند یک شرایط پایدار را فراهم نماید.

در مجموع نتیجه تحقیق از نامناسب بودن عوامل بستر ساز گردشگری هوشمند روستایی اشاره دارد و در این زمینه نیز موانع مختلفی نقش ایفا می نمایند. با توجه به این نتیجه پیشنهاد می شود که ۱- در مرحله اول سند توسعه گردشگری هوشمند برای روستاهای مورد مطالعه تدوین شود. ۲- زیرساخت های گردشگری هوشمند از جمله اینترنت با کیفیت، ایجاد سیستم های آنلاین و زیرساخت های ارتباطی تقویت شود. ۳- تدوین اعتبارات ویژه به مردم روستاها در زمینه گردشگری هوشمند نیز می تواند یک بسته تشویقی و انگیزشی در راستای این موضوع باشد. ۴- پیشنهاد می شود که با فرهنگ سازی و آموزش بستر گذار از ساختارهای سنتی به بستر هوشمند را در حوزه گردشگری روستاهای مورد مطالعه فراهم نمود ۵- دولت بایستی بسیاری از خدمات خود به روستاییان را در بستر هوشمند انجام دهد تا ذهنیت روستاییان نسبت به بستر هوشمند فراهم شود.

۶- منابع

- بیدخوری، علیرضا؛ برهانی نیا، محسن؛ خوشاب، علی. (۱۴۰۱). شناسایی مؤلفه های مؤثر بر گردشگری هوشمند در شهر مشهد، مجله علوم جغرافیایی، ۱۸(۳۸): ۵۹-۸۴.
- حجی پور، محمد؛ کریمی پور، جواد. (۱۳۹۹). واکاوی موانع پایداری تولید روستایی در بخش مرکزی شهرستان بشرویه، روستا و توسعه پایدار فضا، ۱(۴): ۸۷-۱۰۵.
- دشت لعلی، زهرا؛ علیقلی، منصوره؛ نوربخش، سید کامران. (۱۳۹۹). شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند در کشور ایران (مورد مطالعه: شهر اصفهان)، مدیریت کسب و کار، ۱۲(۴۸): ۱۹۶-۲۱۲.
- صلاحی کجور، عظیم؛ رضوی، سید محمد حسین؛ امیرنژاد، سعید؛ محمدی، نصرالله؛ تقی پوریان، محمد جواد. (۱۴۰۰). طراحی الگوی گردشگری هوشمند در صنعت ورزش با رویکرد داده بنیاد، گردشگری و توسعه، ۱۰(۳): ۱۶۷-۱۸۰.
- عباسی سورکی، فاطمه؛ شیخی، احمدرضا؛ نوری زمان آبادی، هدایت اله. (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل موانع گذار از ساختارهای سنتی به بستر هوشمند در مقاصد گردشگری روستایی بخش بن رود شهرستان اصفهان، فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه ای، ۳(۱): ۴۴-۶۷.
- عسکری پور، محمدحسین؛ محمدی نژاد، امیر؛ مقدسی، رضا. (۱۳۹۲). عوامل مؤثر بر عرضه گردشگری روستایی، مجله روستا و توسعه، ۲۳(۴): ۲۲-۱.
- مولایی، فهیمه؛ کرکه آبادی، زینب؛ کامیابی، سعید. (۱۴۰۰). امکان سنجی ایجاد دهکده گردشگری هوشمند در مناطق مرزی مطالعه موردی: شهر مرزی آستارا، پژوهش نامه مطالعات مرزی، ۹(۳۴): ۷۱-۸۷.
- نادعلی، سوسن؛ سفیدچیان، سلمان. (۱۳۹۷). توان سنجی گردشگری هوشمند با تأکید بر ضرورت ها و الزامات زیر ساختی (مطالعه موردی کلان شهر مشهد)، مجله جغرافیایی فضای گردشگری، ۷(۲۸): ۱۲۵-۱۳۹.
- نظری سرمازه، حمید؛ صیدایی، اسکندر. (۱۴۰۰). واکاوی عوامل بنیادین اثرگذار بر توسعه کارآفرینی گردشگری با استفاده از تحلیل مقایسه کیفی مجموعه فازی (مطالعه موردی شهرستان کوهننگ)، مجله جغرافیا و برنامه ریزی، ۲۵(۷۷): ۲۶۱-۲۷۶.
- Abd-Elkawy, A. A. M. (2013). *Application of Smart Community Indicators in New Egyptian Communities A Case Study: Smart Village, Greater Cairo, Egypt. International Journal of Environmental Sciences*, 3(3): 143-154.
- Asriadi, A. R., Jamaluddin, A., & Abdullahi, A. B. (2021, March). *Village governance in realizing smart village in Tongke-Tongke Village, Sinjai Regency. In IOP Conference Series: Earth and Environmental Science (IOP Publishing)*, 681(1): 12-28.
- Aziiza, A. A., Susanto, T. D. (2020). *The smart village model for rural area (case study: Banyuwangi Regency). In IOP Conference Series: Materials Science and Engineering (Vol. 722, No. 1, p. 012011). IOP Publishing.*
- Bahtiar, A. R., Segara, A. J. T. (2020). *Design of smart gamification in village tourism: An Indonesian case study. International Journal of Engineering Pedagogy*, 10(1): 82-93.



- Ballina, F. J. (2020). *Is there rural smart tourism? A Spanish experience. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(3): 369-380.
- Ballina, F. J. (2020). *Is there rural smart tourism? A Spanish experience. Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(3): 369-380.
- Ballina, F. J. D. B. (2022). *Smart concept in rural tourism: a comparison between two phases (2016-2019). Revista de Economia e Sociologia Rural*, 60(1): 1-15.
- Ballina, F. J. D. L. B. (2021). *Smart concept in rural tourism: a comparison between two phases (2016-2019). Revista de Economia e Sociologia Rural*, 60(1):1-15.
- Chi, X., & Han, H. (2021). *Emerging rural tourism in China's current tourism industry and tourist behaviors: The case of Anji County. Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(1): 58-74.
- 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.
- Dewi, N. L. Y., Joniarta, I. W., & Anggreswari, N. P. Y. (2022). *Smart Government: Village Development Strategy 4.0 Based on the Millennial Generation. INFLUENCE: International Journal of Science Review*, 4(2):23-29.
- 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.
- Garau, C. (2015). *Perspectives on cultural and sustainable rural tourism in a smart region: The case study of Marmilla in Sardinia (Italy). Sustainability*, 7(6): 6412-6434.
- Górecka, A., Jezic, Z., & Kardum, B. (2021). *Smart villages and rural development. Acta Scientiarum Polonorum. Oeconomia*, 20(2):39-46.
- Gretzel, U. (2018). *From Smart destinations to Smart tourism regions. Investigaciones Regionales Journal of Regional Research*, 42: 171-184.
- Gretzel, U., Ham, J., & Koo, C. (2018). *Creating the city destination of the future: The case of smart Seoul. In Y. Wang, A. Shakeela, A. Kwek, C. Khoo-Lattimore. Managing Asian Destinations Pp. 199-214. Singapore: Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-10-8426-3_12.*
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). *Smart tourism: foundations and developments. Electronic markets*, 25(3) :179-188.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). *Smart tourism: foundations and developments. Electronic markets*, 25(3): 179-188.
- Hidayah, N., Suherlan, H., Putra, F. K. K., Hdayah, N., Suherlan, H., Putra, F. (2022). *Stakeholders' Synergies in Developing Smart Tourism Destination. A Phenomenographic Study. Journal of Environmental Management and Tourism*, 13(2): 313-323.
- Ismagilova, E., Hughes, L., Dwivedi, Y. K., & Raman, K. R. (2019). *Smart cities: Advances in research—An information systems perspective. International Journal of Information Management*, 47(4): 88-100.
- Khan, M. S., Woo, M., Nam, K., & Chathoth, P. K. (2017). *Smart city and smart tourism: A case of Dubai. Sustainability*, 9(12): 1-15.
- Kurniyati, N. (2022). *Factors Declining Interest in English Language Training for Sermo Tourism Village Community, Kulon Progo Yogyakarta. Media Wisata*, 20(2):198-209.
- Lee, H., Lee, J., Chung, N., & Koo, C. (2018). *Tourists' happiness: are there smart tourism technology effects?. Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(5): 486-501.
- Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). *Smart tourism city: Developments and transformations. Sustainability*, 12(10):1-13.



- 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.
- Liu, C., Dou, X., Li, J., & Cai, L. A. (2020). Analyzing government role in rural tourism development: An empirical investigation from China. *Journal of Rural Studies*, 79(2): 177-188.
- Lukjanova, J. (2019). Problems and trends of regional tourism development in Latvia, *Journal of Economics Ecology Socium*, 3(1):1-11
- Martínez, J. M. G., Martín, J. M. M., Fernández, 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.
- Milova, Y., Piskovets, E., Chernyshenko, M. (2017). Challenges and Opportunities for Regional Tourism Development, *Advances in Economics, Business and Management Research*, 38(2): 438-442.
- Murty, V. K., & Shankar, S. S. (2020). Towards a scalable architecture for smart villages: the discovery phase. *Sustainability*, 12(18): 1-17.
- Pantiyasa, I. W., Sulasmini, N. M. A., & Rosalina, P. D. (2019). Construction Model Of Tourist Village Development Towards Smart Eco-Tourism Village Destination In Pakseballi To Become Tourism Icon In Klungkung Regency, Bali. *Journal of Business on Hospitality and Tourism*, 5(1):44-62.
- Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. (2021). Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47(2): 134-149.
- 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 August 2020, Jakarta, Indonesia.
- 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. In *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science* (Vol. 780, No. 1, p. 012018). IOP Publishing.
- Vasavada, M., & Padhiyar, Y. J. (2016). Smart Tourism»: Growth for Tomorrow. *Journal for Research/ Volume*, 1(12):1-18.
- Wang, X., Li, X. R., Zhen, F., & Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction?: Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism management*, 54(2):309-320.
- 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.
- Yigitcanlar, T., Fabian, L., & Coiacetto, E. (2008). Challenges to urban transport sustainability and smart transport in a tourist city: The Gold Coast, Australia. *Open Transportation Journal*, 2(3): 29-46.
- Yoo, C. W., Goo, J., Huang, C. D., Nam, K., & Woo, M. (2017). Improving travel decision support satisfaction with smart tourism technologies: A framework of tourist elaboration likelihood and self-efficacy. *Technological Forecasting and Social Change*, 123(2): 330-341.
- Zavratnik, V., Kos, A., & Stojmenova Duh, E. (2018). Smart villages: Comprehensive review of initiatives and practices. *Sustainability*, 10(7): 1-16.
- Zhao, L., & Zhang, D. (2021). Research on the path of revitalizing rural tourism from the perspective of smart tourism. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 251, p. 03037). EDP Sciences.

