Kharazmi University

Space Economy and Rural Development

Online ISSN: 2588-476x
Homepage: https://khu.ac.ir

Strategic Analysis of Establishing Nomadic Tourism Centers in Hamadan Province

Reza Movahedi[1]✉ | **Mehrdad Pouya**[2] | **Taraneh Sarami-Forushani**[3] | **Maryam Armand**[4]

1. Corresponding Author, Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: r.movahedi@basu.ac.ir
2. Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: m.pouya@basu.ac.ir
3. Department of Agricultural Extension and Education, Faculty of Agriculture, Bu-Ali Sina University, Hamedan, Iran. E-mail: sarami84@ymail.com
4. Studies Unit of the Hamedan's Nomad affairs, Hamedan, Iran. E-mail: armand.maryam@gmail.com

Article Info

Article type:
Research Article

Article history:
Received 28 May 2024
Received in revised form 05 February 2025
Accepted 08 April 2025
Published online 21 December 2025

Keywords:
Hamadan Province,
Strategic Analysis,
Scenario Wizard,
Nomadic Tourism.

ABSTRACT

Objective: Nomadic tourism generates mutual benefits for both tourists and nomadic communities. The unique natural and cultural features of nomads' living environments have made these communities remarkable and distinctive tourist attractions. Nomadic tribes are recognized as one of the most significant tourism assets. Therefore, establishing specialized nomadic tourism centers in Hamadan Province can generate income, create employment, attract tourists, preserve customs and traditions, empower local communities, and revitalize lost nomadic cultural heritage. The purpose of this study is to conduct a strategic analysis for establishing nomadic tourism centers in Hamadan Province.

Methods: Given its objectives, this study is an applied research project employing a mixed-method approach (qualitative–quantitative with qualitative priority). The statistical population consisted of two groups: experts and nomads of Hamadan Province. All 80 experts participated in the study, while 105 nomads were selected using the Morgan table from the four counties of Nahavand, Hamadan, Tuyserkan, and Bahar. Data collection tools included document analysis, interviews, observations, and questionnaires designed to assess the feasibility of establishing nomadic tourism centers in the province. Qualitative data were analyzed through content analysis of interviews, while quantitative data were analyzed using descriptive and inferential statistics, t-tests, SWOT analysis, and the Scenario Wizard technique to determine strategies for developing nomadic tourism.

Results: Results indicated that the appropriate strategy for establishing tourism centers in Hamadan Province -based on the third quadrant of the strategic matrix- is defensive. This suggests that creating nomadic tourism centers faces numerous threats and weaknesses. Therefore, any action in this domain requires caution and a comprehensive approach to securing necessary conditions. Additionally, according to the preferred scenario (Scenario 1), prioritizing technical infrastructure and providing necessary facilities to support nomadic tourism constitute the main driving forces for establishing these centers and attracting future tourists.

Conclusions: Nomads in Hamadan Province hold a positive and supportive attitude toward the establishment of nomadic tourism centers, and there is a willingness among local communities to accept such initiatives. However, the process faces several threats and weaknesses that must be addressed before planning and implementation. These include improving access routes and transportation infrastructure, addressing deficiencies in tourism -particularly ecotourism- facilities, providing essential amenities and services, enhancing public and tourist awareness of regional potentials, and ensuring effective publicity and information dissemination.

Cite this article: Movahedi, R., Pouya, M., Sarami-Forushani, T., & Armand, M. (2025). Strategic Analysis of Establishing Nomadic Tourism Centers in Hamadan Province. *Space Economy and Rural Development*, 14 (53), 75-102. http//doi.org/10.66224/serd.14.53.2

© The Author(s)
Publisher: Kharazmi University
DOI: http//doi.org/10.66224/serd.14.53.2

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Nomadic tourism is a relatively new type of tourism experience in which visitors travel to observe the lifestyles, rituals, and cultural practices of indigenous nomadic communities - features that constitute major attractions of this tourism niche. Tourists increasingly seek experiential rather than product-based travel (Moon & Han, 2019). Therefore, nomadic tourism -with its underexplored destinations- offers significant potential for attracting domestic and international tourists. Such tourism enables cultural heritage transmission, visitor engagement with local spaces and practices, and meaningful interactions with local communities. The tangible and intangible culture of nomads can be conveyed through visual symbols, allowing visitors to form meaningful connections with nomadic lifestyles (Imani Tayebi et al., 2018).

Despite their rich cultural, linguistic, economic, and artistic attributes -including handicrafts and traditional clothing- nomads have received relatively little attention within tourism categorization and are often subsumed under natural or rural tourism. One of the key strategies for developing nomadic tourism is the identification of potential in nomadic regions and the establishment of specialized tourism centers, supported by accurate feasibility studies and site selection, which play a crucial role in attracting visitors (Shahdadi et al., 2019).

Hamadan Province, with 72 nomadic ecological settlements, is one of the promising regions for developing nomadic tourism. According to the 2021 socio-economic census of migratory nomads, the province has 2,692 nomadic households (11,151 individuals) during the summer migration and 738 households (2,791 individuals) during the winter season, totaling 13,942 individuals from 4 tribes and 24 clans.

Methods

This applied research employed a mixed-method design (qualitative–quantitative with qualitative emphasis). The statistical population included knowledgeable local informants, experts from the General Office of Nomadic Affairs, and experts from the General Office of Cultural Heritage, Handicrafts, and Tourism in Hamadan Province. Data were collected through document review, interviews, field observations, and feasibility questionnaires. Qualitative data were analyzed using content analysis, and quantitative data using descriptive and inferential statistics, t-tests, SWOT analysis, and Scenario Wizard to determine strategic approaches for establishing nomadic tourism centers.

Results

Nomads indicated that establishing tourism centers would create employment opportunities for their communities. The strategic analysis (placement in the third -defensive- quadrant of the SWOT matrix) showed that the initiative faces multiple threats and weaknesses. Consequently, threats, limitations, and weaknesses must be addressed before planning and policymaking. According to the preferred scenario (Scenario 1), attention to technical infrastructure and development of essential facilities is crucial as the main driver of nomadic tourism development in Hamadan Province. Moreover, to attract tourists, governmental and private institutions should emphasize key nomadic attractions such as traditional lifestyles, hospitality, rituals, cuisine, and local products.

Conclusion

Overall, nomads in Hamadan Province demonstrate a positive attitude toward establishing nomadic tourism centers and express willingness to support such initiatives. Despite this, establishing these centers involves numerous weaknesses and threats that must be considered before policymaking and implementation, including improving transportation access,

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

addressing deficiencies in tourism and ecotourism infrastructure, providing adequate services and amenities, enhancing public and tourist awareness of regional potential, and implementing effective advertising and information dissemination.

Keywords: Hamadan Province, Strategic Analysis, Scenario Wizard, Nomadic Tourism.

Author Contributions

Conceptualization, First Author, Third Author and Fourth Author; methodology, First Author and Second Author; software, Third Author and First Author; validation, First Author, Second Author; formal analysis, First Author and Third Author; Investigation, Third Author and Fourth Author; resources, Fourth Author and First Author; data curation, Second Author and Third Author; writing- original draft preparation, First Author and Third Author; Writing- review and editing, First Author, second Author and Third Author; visualization, First Author; supervision, First Author and Fourth Author; project administration, First Author; funding acquisition, Fourth Author.

Data Availability Statement

Data available on request from the authors.

Acknowledgements

Hereby, the authors acknowledge all individuals in the organization of Hamedan's nomad affairs for their funding, administrative, and technical support. The authors would also like to thank all participants of the present study.

Ethical considerations

The authors avoided data fabrication, falsification, plagiarism, and misconduct.

Funding

The Nomad Affairs Organization of Hamedan, Iran, funded the study.

Conflict of interest

The authors declare no conflict of interest.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]

[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

دانشگاه خوارزمی

اقتصاد فضا و توسعه روستایی

شاپا الکترونیکی: ۲۵۸۸-۴۷۶X

Homepage: https://khu.ac.ir

تحلیل راهبردی راه اندازی مراکز گردشگری عشایری استان همدان

رضا موحدی [۱] ✉| مهرداد پویا [۲] | ترانه صرامی فروشانی [۳] | مریم آرمند [۴]

۱. نویسنده مسئول، گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بو علی سینا، همدان، ایران. رایانامه: r.movahedi@basu.ac.ir

۲. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بو علی سینا، همدان، ایران. رایانامه: m.pouya@basu.ac.ir

۳. گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه بو علی سینا، همدان، ایران. رایانامه: sarami84@ymail.com

۴. واحد مطالعات اداره امور عشایر استان همدان، همدان، ایران. رایانامه: armand.maryam@gmail.com

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:
مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۳/۰۸
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۱۷
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۱/۱۹
تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۹/۳۰

کلیدواژه‌ها:
استان همدان،
تحلیل راهبردی،
سناریو ویزارد،
گردشگری عشایری.

چکیده

هدف: گردشگری عشایر منافع و رابطه‌ای دوسویه برای گردشگران و عشایر دارد. جلوه‌های طبیعی و انسانی موجود در محیط زندگی عشایر، این گروه را به‌عنوان یکی از جاذبه‌های خاص و چشم‌گیر گردشگری مطرح کرده است. عشایر کوچ‌رو یکی از جاذبه‌های مهم گردشگری به شمار می‌آیند. از این رو، ایجاد مراکز ویژه گردشگری عشایری استان همدان می‌تواند موجب کسب درآمد، اشتغال‌زایی، جذب گردشگری و حفظ آداب و رسوم، توانمندسازی و احیای فرهنگ‌های قومی و فرهنگ‌های از بین رفته عشایر گردد. هدف این مطالعه، تحلیل راهبردی راه‌اندازی مراکز گردشگری عشایر در استان همدان بوده است

روش پژوهش: پژوهش حاضر با توجه به هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است که با استفاده از راهبردهای پژوهش آمیخته (کمّی و کیفی با تقدم زمانی کیفی) انجام شده است. جامعه آماری تحقیق شامل دو گروه کارشناسان و عشایر استان همدان بودند. از کارشناسان تمامی آنها (۸۰ نفر) و از جامعه عشایر با استفاده از جدول مورگان تعداد ۱۰۵ نفر که در چهار شهرستان نهاوند، همدان، تویسرکان و بهار بودند، انتخاب شدند. ابزار اصلی گردآوری داده، بررسی اسناد موجود، مصاحبه، مشاهده و پرسشنامه برای امکان‌سنجی ایجاد مراکز گردشگری عشایری در استان همدان بوده است. برای تحلیل داده، در بخش کیفی از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها استفاده شد و در بخش کمّی با استفاده از آمارهای توصیفی و استنباطی، آزمونهای t، تحلیل SWOT، و تکنیک سناریو ویزارد، راهبردهای ایجاد گردشگری عشایر در استان همدان ارائه شد

یافته‌ها: نتایج بدست آمده نشان داد راهبرد مناسب برای راه اندازی مراکز گردشگری استان همدان (قرارگیری در ربع سوم ماتریس) تدافعی است؛ بدین معنی که ایجاد مراکز گردشگری عشایری در استان همدان با تهدیدها و ضعف‌های متعددی روبه‌رو است. بنابراین، اقدام در این زمینه، نیازمند احتیاط و جامع‌نگری برای فراهم آوردن زمینه‌ها و شرایط لازم است. از سوی دیگر، با توجه به سناریوی مطلوب (سناریو شماره ۱) توجه به زیرساخت‌های فنی و فراهم ساختن امکانات و تسهیلات لازم برای ایجاد گردشگری عشایر به عنوان پیشران اصلی در ایجاد مراکز گردشگری عشایری و جلب گردشگران در آینده محسوب می‌شود.

نتیجه‌گیری: عشایر استان همدان نسبت به ایجاد مراکز گردشگری عشایری دیدگاه مثبت و مساعدی دارند و تمایل به پذیرش ایجاد این مراکز بین عشایر استان وجود دارد. با این حال، با تهدیدها و ضعف‌های متعددی روبه‌رو است که لازم است پیش از برنامه‌ریزی و اقدام در این زمینه مدّ نظر قرار گیرند. ازجملهء این نیازها عبارت‌اند از: تامین امکانات دسترسی به راه‌های ارتباطی و جاده‌های مناسب، برطرف کردن کمبودهای زیرساخت گردشگری و به‌ویژه اکوگردشگری، تامین امکانات و خدمات رفاهی گردشگری، افزایش آگاهی عمومی و گردشگران نسبت به پتانسیل‌های منطقه، و اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب.

استناد: موحدی، رضا؛ پویا، مهرداد؛ صرامی فروشانی، ترانه؛ و آرمند، مریم (۱۴۰۴). تحلیل راهبردی راه اندازی مراکز گردشگری عشایری استان همدان. *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۱۴ (۵۳)، ۷۵-۱۰۲. http//doi.org/10.66224/serd.14.53.2

ناشر: دانشگاه خوارزمی

© نویسندگان

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]

[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]

[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

مقدمه

امروزه گردشگری به‌عنوان صنعتی پاک و سفید، یکی از بزرگ‌ترین صنایع جهان محسوب می‌شود که گوی سبقت را از بسیاری از صنایع کهن ربوده است. گردشگری بخش چهارم فعالیت‌های انسان بعد از کشاورزی، صنعت و خدمات به‌حساب می‌آید و به عنوان سودآورترین صنعت جهان پیش‌بینی می‌شود و بر اساس برآورد سازمان جهانی جهانگردی، ارزش درآمد جهانگردی و مسافرت در دهه‌ی آینده با سرعتی افزون‌تر از تجارت جهانی، بالاتر از کالاهای صادراتی متعلق به دیگر بخش‌های اقتصادی قرار می‌گیرد (خسروی‌پور و سلیمانی، ۱۳۹۸). طبق آمار سازمان جهانی گردشگری (WTO)، گردشگری در طبیعت یا به اصطلاح اکوگردشگری، ۷ درصد کل درآمد حاصل از سفرهای برون‌مرزی را تشکیل داده و نرخ رشد سالانه این فعالیت بین ۱۰ تا ۳۰ درصد است. در حالی که، نرخ رشد سالانه گردشگری به طور کلی حدود ۴ درصد است. بنابراین، با اینکه گردشگری در طبیعت در حال حاضر بخش کوچکی از کل گردشگری بین‌المللی را به خود اختصاص داده است، اما از نرخ رشد بالایی برخوردار است (حاجی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۷). همچنین، گردشگری به منزلهٔ مجموعه‌ای از فعالیت‌های اقتصادی تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌هـای اقتصادی جوامع دارد و منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی به حساب می‌آید (عبداللهی و همکاران، ۱۳۹۱؛ مودودی ارخودی و همکاران، ۱۳۹۷). گردشگری عشایری گونه‌ی تازه ای از تجربه گردشگری است که به منظور مشاهده سبک زندگی افراد بومی و عشایر و آئین‌ها که از جذابیت‌های این نوع گردشگری است، انجام می‌شود و برخی نیز برای درک بهتر از موقعیت خود و دنیای معاصر به‌این گونه سفرها روی می‌آوردند. ازاین‌رو با توجه به اینکه گردشگران فعلی بیشتر به دنبال کسب تجربه هستند تا محصول (مون و هان[1]، ۲۰۱۹)؛ و همچنین گردشگران به دنبال خاطرات عاطفی، احساسات و نمادهایی هستند که در تلفیق با یکدیگر، یک تجربه شخصی کلی و ماندگار ایجاد می‌کنند (وو[2] و همکاران، ۲۰۱۸).

در گردشگری عشایری، استفاده از ظرفیت‌های نواحی عشایری به‌عنوان مقصد کمتر تجربه‌شده برای جذب گردشگران داخلی و خارجی مطرح است. همچنین، معرفی میراث فرهنگی عشایر به جوامع شهری و روستایی، هدف دیگر این حوزه از گردشگری است. گردشگران عشایری می‌توانند در جریان تولید و بازتولید مکان، فضا و محصول قرار گیرند و با جامعه محلی تعامل داشته باشند. بنابراین، ویژگی‌های کالبدی و فرهنگی عشایر می‌تواند در قالب نمادهای بصری به گردشگران منتقل شود و آن‌ها با زندگی عشایری ارتباطی معنادار برقرار کنند (ایمانی طیبی و همکاران، ۱۳۹۷). می‌توان گفت گردشگری عشایری تلفیقی از اکوگردشگری و گردشگری فرهنگی است و در واقع از هردوی این مفاهیم بهره می‌گیرد (میرواحدی و اسفندیاری، ۲۰۱۶)؛ بدین‌سان که در گردشگری عشایری، نوع زندگی مردمان مناطق عشایرنشین به همراه آداب‌ورسوم و سنت‌ها و آئین‌های آنان مورد توجه گردشگران است و این موارد در انتقال آرامش به روحیه گردشگران مؤثر است (کورکه‌آبادی و مستخدمین،۲۰۱۱). در واقع، شیوه زندگی کوچ‌نشینی و نیمه‌کوچ‌نشینی، چشم‌اندازهای اکولوژیک، اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی متفاوتی را پیش روی گردشگران قرار می‌دهد؛ تا جایی که این سبک از زندگی در تمام جنبه‌ها اعم از سکونتگاه، شیوه معیشت، غذاهای محلی، آداب‌ورسوم و فرهنگ (بازی‌های محلی، لباس‌ها و رقص‌های محلی) برای گردشگران جذابیت دارد. از سوی دیگر، روشِ کوچ، آداب‌ورسوم کوچ، زمان کوچ بهاره و پاییزه، مسیر حرکت و مدت کوچ، به همراه روابط قومی- قبیله‌ای عشایر و تیره‌بندی آن‌ها، از موضوعات جالب برای گردشگران است. گروهی از گردشگران علاقه‌مند با آشنا شدن با شیوه زندگی، کوچ، آداب‌ورسوم و سنت‌های جامعه عشایری هستند. بنابراین، می‌توان گردشگری عشایری را گردشگری تجربه‌محور، با چشم‌اندازهای اکولوژیک، اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی خاص عشایری تفسیر و تبیین کرد (زبردست و همکاران، ۱۳۹۳).

عشایر با وجود برخورداری از مولفه‌های برجسته‌ای همچون نوع زبان، درآمد و تولید، سبک زندگی، آداب‌ورسوم و فرهنگ غنی، صنایع‌دستی و پوشاک، در طبقه‌بندی‌های گردشگری کمتر مورد توجه قرارگرفته و اصولاً در قالب گردشگری طبیعی یا روستایی معرفی شده است. اما این‌گونه گردشگری در دوران مدرن امروزی با شاخص‌های فرهنگی، محیطی، اجتماعی در بستر بومی،

[1] - Moon & Han

[2] - Wu

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

منطقه‌ای، محلی و کوهستانی از اهمیت فراوانی برخوردار است (دنیای اقتصاد، ۱۳۹۹). با توجه به استقرار عشایر در مناطق مختلف کشور با شرایط متنوع آب‌وهوایی، جغرافیایی و تنوع جاذبه‌های فرهنگی، این ظرفیت وجود دارد تا با شناسایی جایگاه گردشگری در عرصه‌های حضور عشایر، فرصت‌های مناسبی باید برای جامعه عشایری فراهم شود تا از این جاذبه‌ها و امکانات برای توسعه پایدار خود بهره گیرند (پاپلی‌یزدی و سقایی، ۱۳۹۳). عموماً، مناطق عشایری کشور از نبودِ بسیاری از شاخص‌های توسعه ازجمله دسترسی به خدمات، زیرساخت‌ها و سیاست‌های مناسب توسعه‌ای رنج می‌برند. مشکلات و زیان‌های ناشی از گردشگری بر روی جوامع محلی و اثرگذاری آن بر کلیه ابعاد زندگی ساکنین محلی، لزوم مطالعه در این زمینه را هر چه بیشتر آشکار می‌سازد. بنابراین توسعه گردشگری در نواحی عشایری می‌تواند به کاهش مسایل و مشکلات آن‌ها کمک کرده و زمینه‌ساز بهبود وضعیت اقتصادی، ایجاد اشتغال و درآمد، کاهش مهاجرت، بهبود زیرساخت‌ها، و در نهایت رشد نواحی عشایری شود (رکن‌الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۹). بررسی‌ها نشان می‌دهد یکی از راهکارهای گسترش گردشگری عشایری، شناسایی استعدادهای مناطق عشایری به‌منظور ایجاد مراکز ویژه گردشگری و همچنین برنامه‌ریزی دقیق برای امکان‌سنجی و مکان‌یابی آن‌ها است که نقش موثری را در جذب بازدیدکنندگان ایفا می‌نماید (شهدادی و همکاران، ۱۳۹۸). یکی از مواردی که در این میان می‌تواند معیار باارزشی برای سنجش اثرات گردشگری بر جامعه محلی باشد، سنجش میزان بهره‌مندی ساکنین محلی از منافع گردشگری و سطح مشارکت آن‌ها در فعالیت‌های مرتبط با این صنعت در منطقه سکونت خود است. از طرفی، توجه به جامعه محلی، اصلی‌ترین عامل موفقیت اجرای گردشگری مبتنی بر جوامع محلی و به‌تبع آن دستیابی به توسعه پایدار مناطق گردشگری است؛ و این مهم تنها با رخداد گردشگری طبق معیارها و تعاریف موفق و مورد تائید جهانی امکان‌پذیر است (حبیب‌الهی، ۱۳۹۸).

حال، مساله اصلی اینجاست که توسعه گردشگری عشایری نیازمند برنامه‌ریزی و انجام مطالعات دقیق و کاربردی است. در این زمینه، یکی از اقدامات لازم امکان‌سنجی استقرار مراکز گردشگری در نواحی مختلف عشایری کشور است. براین اساس، استان همدان با دارابودن ۷۲ مرکز زیست‌بوم عشایری به‌عنوان یکی از مناطق مستعد در اینجاد قطب گردشگری عشایر مطرح است. جمعیت عشایری استان همدان در دوره قشلاقی ۷۱۸ خانوار با جمعیت دو هزار و ۷۹۱ نفر و در دوره ییلاقی دو هزار و ۲۶۰ خانوار با جمعیت ۱۱ هزار و ۱۵۴ نفر است که در مجموع ۱۳۹۴۲ نفر را در ۴ ایل و ۲۴ طایفه شامل می‌شود (مدیریت امور عشایر استان همدان، ۱۴۰۰).

با توجه به مطالب بیان شده، هدف این پژوهش پاسخگویی به این پرسش‌های است:

- نقاط قوت و ضعف مراکز گردشگری عشایری استان همدان چیست؟
- ایجاد مراکز گردشگری عشایری استان همدان با چه تهدیدها، چالش‌ها و فرصت‌هایی روبرو است؟
- سناریوها و پیشنهادهای کاربردی برای برنامه‌ریزی‌های توسعه گردشگری عشایری استان همدان کدام اند؟

پیشینه پژوهش

پیشینه تجربی

نتایج پژوهش موحدی و همکاران (۱۴۰۳)، در زمینه شناسایی و اولویت‌بندی مناطق مستعد گردشگری عشایری در استان همدان نشان داد "معیار دسترسی و کیفیت ایل‌راه‌ها"، معیار "شرایط مناسب جغرافیایی" و معیار "زیرساخت‌های گردشگری"به ترتیب بیشترین میزان تاثیر مثبت را بر ایجاد مراکز گردشگری عشایری منطقه دارند.

رکن‌الدین افتخاری و همکاران (۱۳۹۹)، پژوهشی در مورد عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری عشایری تجربه- محور در میان عشایر قشقایی انجام دادند. آنها تأثیر عوامل ملموس و ناملموس فرهنگی، کیفیت ادراک شده و ادراک حس مکان بر تجربه‌ی ادراک شده‌ی گردشگران عشایری را واکاوی کردند. برای این منظور، مؤلفه‌های مورد مطالعه در هر بخش شامل: میراث ناملموس فرهنگی (دارای موسیقی سنتی و اصیل، دارای بازی‌های محلی و فولکور، دارای مردمی با روحیه مهمان‌نوازی بالا، سبک زندگی تماشایی در درون سیاه‌چادر، آداب ورسوم و فرهنگ غنی)؛ میراث ملموس فرهنگی (چیدمان سیاه‌چادرهای عشایری و نحوه برپایی آن، مناسب بودن سیاه چادر برای اقامتگاه بوم‌گردی، دارای تنوع دستباف و صنایع‌دستی، دارای غذاهای سنتی متنوع، دارای لباس

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

سنتی و پوشش رنگارنگ بانوان)؛ کیفیت ادراک شده (وجود راهنما و مفسر جهت بیان داستان‌ها و رویدادها، وجود نیروی انسانی آموزش دیده و آشنا به آداب‌ورسوم، دارای مراکز اقامتی (کمپ‌های عشایری)، داشتن امنیت روانی، داشتن امنیت جانی، کیفیت خدمات‌رسانی سنتی و مطلوب، محیط فیزیکی پاکیزه)؛ ادراک حس مکان (تمایل به مشاهده کوچ عشایر، تمایل به زندگی در میان عشایر، تمایل به مشارکت در انجام فعالیت‌ها، تمایل به شنیدن موسیقی سنتی هنگام صرف غذای محلی، تمایل به پوشیدن لباس سنتی عشایر، تمایل به اسب سواری در میان عشایر، تمایل به شرکت در مراسم‌های عشایر، تمایل به اقامت شبانه در سیاه‌چادر، تمایل به سفر هم‌زمان با جشنواره‌های فرهنگی عشایری، مقصدی کمتر تجربه شده و کمتر شناخته‌شده، جدید بودن مناطق عشایری به‌عنوان مقصد گردشگری)؛ تجربه‌ی ادراک شده (اشتیاق برای تجربه و درک زندگی عشایری، اشتیاق برای تجربه حسی و عاطفی‌بودن در میان عشایر، اشتیاق برای تجربه حس مکان مناطق عشایری) هستند. نتایج پژوهش نشان داد که رابطه مثبت و معناداری میان هر چهار مؤلفه مذکور بر تجربه‌ی ادراک شده توسط گردشگران وجود دارد. همچنین، ضریب اثر مؤلفه‌های ملموس فرهنگی (۰/۳۳)، ادراک حس مکان (۰/۲۹)، ناملموس فرهنگی (۰/۰۸) و کیفیت ادراک شده (۰/۰۷) بوده است و میزان واریانس تبیین شده عوامل ذکرشده بر تجربه ادراک شده برابر ۳۴ درصد به‌دست آمده است.

انصاری و همکاران (۱۳۹۸)، در مطالعه "اثر توسعه گردشگری عشایری بر شاخص‌های معیشت پایدار مرتع‌داران در مناطق عشایری البرز مرکزی با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP)" به بررسی دیدگاه‌های کارشناسان و بهره‌برداران پرداختند. نتایج نشان داد از دیدگاه کارشناسان، سرمایه طبیعی و اکولوژیکی با وزن نهایی (۰/۳۵) و از دیدگاه بهره‌برداران، سرمایه اقتصادی با وزن (۰/۳۹) بیشترین تأثیرپذیری را از توسعه گردشگری عشایر دارند. همچنین، مقایسه نظرات کارشناسان و بهره‌برداران نشان داد که دیدگاه‌های این دو گروه در ۱۴ شاخص: آلودگی‌های محیطزیستی، حضور حیات وحش، تنوع گونه‌های گیاهی، اعتماد عشایر به یکدیگر، حضور و نقش زنان، سطح اشتغال، تنوع محصولات تولیدی، ایجاد بازارچه، و دسترسی به برق و تلفن، اختلاف معنی‌داری وجود دارد.

نتایج پژوهش اسدی فارسانی و همکاران (۱۳۹۹)، نشان داد طراحی هماهنگ با شیوه زندگی عشایری، ارتباط نظام ساختاری پوشاک با عقاید مذهبی و جایگاه ماورایی آن از مهم‌ترین دلایل پایداری شکل و نقش پوشاک مردان بختیاری است.

شهدادی و همکاران (۱۳۹۸)، با استفاده از تکنیک SWOT و AHP به امکان‌سنجی و مکان‌یابی مناطق مستعد احداث اکوکمپ‌های عشایری در دهستان وردشت شهرستان سمیرم پرداختند. به‌منظور پتانسیل‌سنجی از تکنیک SWOT و برای انتخاب مناسب‌ترین مکان‌های توسعه اکوکمپ‌ها از تکنیک AHP در محیط GIS استفاده کردند. در تحلیل SWOT در بررسی عوامل داخلی نقاط قوت در بُعد محیطزیستی (چشم‌انداز طبیعی، آب‌وهوای منطقه، محیط آرام و دور از هیاهوی شهرها، حیات وحش بی‌مانند منطقه، وجود سد قره قاچ، وجود تالاب طبیعی خان وردشت، چشمه شاه آلمالوق، غار شاه‌آباد) و نقاط ضعف شامل (توزیع ناموزون فصلی گردشگران، ناشناخته بودن و معرفی نشدن منطقه، ناآشنایی مردم منطقه و عدم آموزش آن‌ها در نحوه برخورد با گردشگران، ناآشنایی گردشگران با فرهنگ و آیین اعتقادی مردم منطقه)؛ نقاط قوت در بُعد اجتماعی- فرهنگی شامل (وجود آداب‌ورسوم و فرهنگ سنتی و محلی، وجود صنایع‌دستی و محصولات محلی)؛ نقاط قوت در بُعد اقتصادی شامل (استعداد لازم برای سرمایه‌گذاری در بخش بوم‌گردی، تنوع محصولات دامی و غذایی محلی، اثرات مثبت گردشگری در توسعه دهستان) و نقاط ضعف شامل (عدم سرمایه‌گذاری به دلیل ترس از شکست، و استفاده نکردن از توان‌ها و پتانسیل‌های مختلف گردشگری)؛ در بُعد نهادی نقاط قوت شامل: (اعتقاد مسؤلین به درآمدزایی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سازکارهای مناسب در جهت توسعه جامعه عشایری) و نقاط ضعف شامل: (عدم وجود برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری دولتی در زیرساخت‌های منطقه، نبود امکانات تبلیغاتی گردشگری، دسترسی سخت به نیروهای متخصص، نبودِ تسهیلات و امکانات درمانی و بهداشتی، وضعیت نامطلوب برخی راه‌ها و جاده‌ها، کمبود تسهیلات اقامتی رفاهی در منطقه)؛ فرصت‌ها شامل: حفاظت از محیطزیست، ایجاد امکان آشنائی جامعه عشایری با نحوه زندگی مردمان دیگر، ایجاد وسعت نظر و بسط حوزه دید مردم، ایجاد امکان انتقال ارزش‌های فرهنگی مثبت به سایر مردمان، احیای سنت‌های محلی، توسعه تسهیلات فرهنگی در دهستان وردشت، حفظ میراث فرهنگی و تاریخی جامعه عشایر، سودآوری و جاری شدن سرمایه و درآمد به مردم عشایری، به‌وجود آمدن زمینه‌های شغلی برای مردم عشایر، ایجاد تنوع در

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

فعالیت‌های اقتصادی، استعداد لازم برای سرمایه‌گذاری؛ تهدیدها شامل: تأثیرات منفی و آلودگی‌های محیطزیستی ناشی از گردشگری، نابودی تدریجی گونه‌های گیاهی و جانوری منطقه، انتقال ناهنجاری‌های فرهنگی به جامعه عشایر، تبلیغات نادرست از فرهنگ و اعتقادات و رسومات مردم منطقه، عدم سرمایه‌گذاری به دلیل ترس از شکست، عدم تخصیص بودجه کافی به بخش گردشگری دهستان، نبود یا کمبود امنیت سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری، وجود مقررات دست‌وپا گیر و امکان کاهش رقبت به سرمایه‌گذاری در بخش گردشگری شناسایی شدند.

ایمانی طیبی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهش "شناسایی مؤلفه‌های گردشگری عشایر در ارتقائ تجربه ادراک شده توسط گردشگر (مطالعه موردی: عشایر قشقایی)"، با استفاده از تحلیل SWOT نقاط قوت شناسایی شده شامل (مردمی باروحیه مهمان نوازی، سبک زندگی تماشایی در درون سیاه‌چادر عشایری، آداب ورسوم و فرهنگ غنی و پربار، چیدمان جالب توجه سیاه‌چادر و عناصر وابسته به آن، مناسب بودن سیاه‌چادرهای عشایری برای ایجاد اقامتگاه بوم‌گردی، تنوع دستباف و صنایع‌دستی، غذاهای سنتی متنوع، لباس سنتی و پوشش رنگارنگ بانوان، وجود امنیت روانی در مناطق عشایر، وجود امنیت جانی در مناطق عشایر)؛ نقاط ضعف شناسایی شده شامل (عدم وجود راهنما و مفسر برای بازگویی داستان‌ها و رویدادها، نبودِ مراکز اقامتی (کمپ‌های عشایری) با کیفیت مطلوب، نبودِ تسهیلات و زیرساخت‌ها (جاده‌ای و ...) با کیفیت مطلوب، نبودِ نیروی انسانی آموزش دیده و آشنا به آداب ورسوم عشایری، عدم پاکیزگی محیط فیزیکی، مناسب و مطلوب نبودن کیفیت خدمات‌رسانی)؛ در بخش عوامل خارجی، فرصت‌های شناسایی شده شامل (اشتیاق گردشگران برای تجربه و درک زندگی عشایری، تمایل گردشگران به شرکت در مراسم‌های عشایر، تمایل گردشگران به تجربه و درک زندگی عشایری، تمایل گردشگران به مشاهده کوچ عشایر، تمایل گردشگران به اقامت شبانه در سیاه‌چادر، تمایل گردشگران به مشارکت در انجام فعالیت‌ها، تمایل گردشگران به مشارکت در اجرای بازی‌های محلی، تمایل گردشگران به پوشیدن لباس محلی، توصیه مناطق عشایری به‌عنوان مقاصد کمتر تجربه شده و کمتر شناخته شده توسط گردشگران، جدید بودن مناطق گردشگری به‌عنوان مقصد گردشگری، تمایل بخش خصوصی برای سرمایه‌گذاری در این مناطق)؛ تهدیدهای شناسایی شده شامل (از بین رفتن شیوه زندگی عشایری، تضعیف پایبندی عشایر به آداب‌ورسوم محلی و بومی، خروج نیروی کار جوان و تحصیل‌کرده به سوی شهرها، نبودِ صنایع اشتغالزا در مناطق عشایرنشین، کم‌توجهی دولت در تخصیص اعتبار برای توسعه گردشگری عشایر) هستند. همچنین، مؤلفه‌های ملموس فرهنگی بیشترین تأثیر در گردشگری تجربه- محور مناطق عشایری قشقایی را داشته است.

دهقانی و عادلی ساردوئی (۱۳۹۷)، به سنجش و ارزیابی معیارهای پایداری در کانون‌های اسکان عشایری استان‌های فارس و اصفهان پرداختند. آن‌ها برای رتبه‌بندی کانون‌های اسکان ازنظر شاخص‌های پایداری از مدل تاپسیس (TOPSIS) استفاده کردند. نتایج پژوهش آنان نشان می‌دهد که براساس دیدگاه‌های نمونه، پایداری کانون‌های اسکان عشایری در شاخص‌های موردنظر پایین‌تر از حد متوسط ارزیابی شده‌اند. نتایج رگرسیون چندمتغیره نشان می‌دهد که بُعد اقتصادی با ضریب ۰٫۶۴۵ بیشترین تأثیر را بر پایداری کانون‌های اسکان داشته است. همچنین، بر اساس نتایج به‌دست آمده از مدل تاپسیس (TOPSIS) کانون‌های دشت بکان، با بالاترین امتیاز در شاخص‌های اقتصادی (۰/۷۳۵) و محیطی (۰/۵۹۰) و کانون گُل افشان، با بالاترین امتیاز (۰/۷۱۸) در شاخص‌های اجتماعی به‌عنوان برخوردارترین کانون و دشت لار با پایین‌ترین سطح برخورداری، در رتبه آخر قرار دارند.

رضایی (۱۳۹۷)، در مطالعه خود به بررسی مکان‌یابی سایت‌های گردشگری عشایری استان چهار محال و بختیاری پرداخته است. وی برای ایجاد سایت‌های گردشگری عشایری در این استان با استفاده از روش تاپسیس و GIS از شاخص‌هایی همچون لایه‌های زیست‌بوم عشایری، منابع و جاذبه‌های گردشگری، ایل‌راه‌های عشایری، کاربری زمین، شبکه تلفن، شبکه سراسری برق، شبکه گاز، فاصله تا نقاط روستایی، فاصله تا نقاط شهری، راه‌های دسترسی، فاصله تا گسل‌ها، فاصله تا منابع آب و شیب استفاده کرده و بر این اساس ۱۰ نقطه استان واقع در شهرستان‌های کوهرنگ، لردگان و اردل بالاترین امتیاز را به‌دست آوردند که بر اساس مدل تاپسیس کانون چلگرد در شهرستان کوهرنگ با شاخص CI برابر ۰/۸۱۶ بالاترین امتیاز را داشته است.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

زارعی و همکاران (۱۳۹۷)، در مطالعه "تأثیر ظرفیت پذیرش اجتماعی گردشگری عشایری در توسعه پایدار (ایل قشقایی)" نشان دادند شاخص‌های جمعیت، اشتغال، مسیرهای گردشگری، رفاه، امنیت و اثرات روانشناختی در ظرفیت پذیرش اجتماعی منطقه عشایری تیره هیبت‌لو تأثیر مستقیم و معناداری برتوسعه پایدار گردشگری دارد.

شام‌بیاتی و تاج (۱۳۹۶)، در "تحلیل میزان و پذیرش جامعه میزبان بر ایجاد گردشگری عشایری (مطالعه موردی ایل سنجابی و کلهر)"، نتایج نشان داند که میان تمایل و پذیرش کوچ‌نشینان (عشایر) در فعالیت‌های اجتماعی، فعالیت‌های اقتصادی و فعالیت‌های فرهنگی گردشگری عشایری تأثیر مثبت و معناداری وجود دارد.

اسمعیلی و همکاران (۱۳۹۶)، در مطالعه "ارزش‌گذاری گردشگری عشایری در شهرستان شیروان با استفاده از روش ارزش‌گذاری مشروط و الگوی لوجیت ترتیبی"، شاخص‌های آلودگی محیط، وجود زیبایی طبیعی منطقه، دره‌های ژرف و شیب‌های بسیار تند، اقامت در چادر عشایری، برگزاری و اجرای نواهای محلی و مراسم‌ها، امنیت و اعتماد به میزبانان و برگزارکنندگان تور گردشگری، فراورده‌های لبنی و غذاهای سنتی- عشایری متنوع و با کیفیت، صنایع‌دستی بدیع و بی‌مانند و الهام گرفته از طبیعت، برخورداری از زمان استراحت با خیال آسوده، نبود سامانه حمل‌ونقل عمومی مناسب، نبود فرصت و زمان کافی برای گردشگران و نبودِ فرهنگ مناسب گردشگری و مسافرت آسان مهمتر از موارد دیگر شناسایی شدند. نتایج برآورد مدل لوجیت ترتیبی نشان داد حدود ۸۳ درصد گردشگران تمایل به پذیرش تورهای گردشگری و پرداخت مبلغی بیشتر دارند.

نتایج پژوهش شکور و همکاران (۱۳۹۵)، نشان داد نظام بهره‌برداری‌های عشایری استان فارس دارای ضعف‌های اساسی اقتصادی است. برخی از این نقاط ضعف عبارت اند از: بحران مدیریت و تخریب ناشی از چرای بی‌رویه، افزایش هزینه‌های تعلیف دستی دام، نگرش منفی به روند زندگی آتی عشایر، پشتیبانی ناکافی از بیمه عشایر توسط دولت، نبودِ بازار مشخص خرید و فروش دام، مهاجرت فصلی جوانان عشایر به شهرها برای تأمین هزینه‌های زندگی به دلیل ناکافی‌بودن درآمد. همچنین، جامعه عشایر مورد مطالعه تحت نظام ایلی توان و ظرفیت توسعه خود را به دلیل محدودیت‌های جمعیتی (اکولوژیکی)، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی تا حدودی از دست داده است.

اصغریان دستنائی و همکاران (۱۳۹۴)، در مطالعه "توان‌سنجی جاذبه‌های فرهنگی عشایر و نقش آن در گردشگری استان چهارمحال و بختیاری" نشان دادند که جاذبه‌های فرهنگی، سنتی، میهمان‌نوازی عشایر در توسعه گردشگری استان مؤثر هستند و از آنجائیکه عشایر ورود گردشگران به منطقه خود را پذیرا می‌باشند، ایجاد و توسعه گردشگری نیز آثار مثبتی بر زندگی عشایر دارد.

اسمعیلی و همکاران (۱۳۹۴)، در تحلیل عاملی توسعه گردشگری عشایر منطقه سهند (مراغه) نشان دادند که، هشت دسته عوامل شامل (۱. فرهنگی ۲. اعتماد ۳. مشارکت، ۴. طبیعت، ۵. اجتماعی، ۶. گردشگری طبیعی ۷. شکارپرندگان، ۸. تاریخی) ۷۱/۳۳ درصد واریانس عوامل مؤثر در جذب گردشگران به منطقه موردنظر را تبیین نمودند. مهم‌ترین عوامل مؤثر در جذب گردشگران در منطقه مورد مطالعه عبارت اند از ۱) عامل فرهنگی، که مقدار ویژه عامل اول برابر با ۴/۲۵ بوده است. در این عامل نُه متغیر بارگذاری شده است، که از میان آن‌ها متغیرهای موسیقی سنتی و بازی‌ها و ورزش‌های محلی با بار عاملی ۰/۸۹۹ مهم‌ترین عوامل توسعه گردشگری شناخته شدند. ۲) عامل اعتماد، که مقدار ویژه این عامل ۲/۲۶ بوده است. میزان اعتماد مردم منطقه به گردشگران با بارعاملی ۰/۴۹۲ بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری داشته است. ۳) عامل مشارکت، که مقدار ویژه این عامل ۱/۹۸ بوده است. متغیر مشارکت مردم محلی در فعالیت‌های گردشگری با بار عاملی ۰/۵۷۳ بیشترین تأثیر را در توسعه گردشگری داشته است. هشتمین و آخرین عامل، عامل تاریخی است که وجود مکان‌های تاریخی و دیدنی با بار عاملی ۰/۵۲۸ یکی از عوامل مهم در جذب گردشگران بوده است.

صفری و همکاران (۱۳۹۴)، در بررسی سایت‌های گردشگری عشایر کرمانشاه، سه سایت ریجاب، بیستون و سراب روانسر را معرفی کردند که هریک دارای جاذبه‌های تاریخی، طبیعی، مراسم‌های سنتی و بازی‌های محلی عشایر هستند. همچنین، راهکارهایی نظیر: برگزاری جشنواره بازی‌های عشایری به همراه موسیقی محلی عشایر، ایجاد مهمانپذیرهای عشایری برای گردشگران، ایجاد محل پخت غذاهای عشایری، برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری براساس ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های زندگی عشایری، ایجاد تسهیلات و اماکن تفریحی و رفاهی در مناطق عشایری، آگاه‌سازی و دادن اطلاعات کافی در مورد گردشگری و صنعت توریسم نسبت به

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

عشایر و نحوه رفتار به آن‌ها، توسعه فعالیت‌های اشتغالزا، زمینه‌سازی مشارکت مردم عشایر در جریان توسعه، ایجاد بازار عشایری از صنایع‌دستی و مواد غذایی سنتی و طبیعی آن‌ها، واگذاری بخش گسترده‌ای از امور مربوط به گردشگری عشایری به خود آن‌ها و به‌وجود آوردن حس همدلی و تعلق به این امور، معرفی و شناساندن پوشش‌های گیاهی منطقه عشایری به‌عنوان فرصتی برای جذب گردشگران، برگزاری جشنواره‌های کوچ عشایری از سردسیر به گرمسیر و بالعکس و پوشش گسترده تبلیغاتی و جذب گردشگر توصیه و پیشنهاد می‌کنند.

در پژوهش‌های خارجی، چوتاوا و دنیز گولت[1] (۲۰۲۱)، در تحقیق در زمینه ارتباط بین سبک زندگی عشایری (کوچ‌نشینی) و جذب گردشگر از طریق ارتباطات اینترنتی و فضای مجازی، بیان داشتند که استفاده از زیرساخت‌های اینترنتی می‌تواند در ارائه خدمات و محصولات عشایر در قالب گردشگری الکترونیکی نقش مهمی در معرفی مقاصد گردشگری عشایری ایفا کنند.

هالدر و ساردا[2] (۲۰۲۱)، در کشور نوع خاصی از گردشگری را با عنوان گردشگری میراث فرهنگی ناملموس معرفی و ترویج کرده‌اند. آن‌ها معتقدند برخی مکان‌ها یا افراد ازجمع مکان‌های عشایری یا مارگیرها قابلیت جذب گردشگر را در کشور دارا بوده و در صورت مکان‌یابی برای آن‌ها به اشتغال و توسعه اجتماعی نواحی مذکور کمک می‌کند.

سبک زندگی بومیان شکارچی ساکن جنگل‌های بارانی کشور مالزی که زندگی نیمه‌کوچنده دارند و تقابل آن‌ها با زندگی مدرن و فرهنگ جدید توسط فان[3] و همکاران (۲۰۲۰)، مورد بررسی قرار گرفته است. در این تحقیق، آن‌ها بررسی کردند در حالیکه سبک زندگی بومیان شکارچی مورد توجه بسیاری از گردشگران قرار گرفته است، اما این گروه با مشکلات و تنگناهایی در حفظ فرهنگ و تقابل با زندگی مدرن مواجه هستند.

داو[4] و همکاران (۲۰۲۰)، درباره ارتباط بین برنامه‌ریزی فضایی گروه‌های قومی در کشور چین با خدمات فرهنگی تحقیقی انجام دادند. آن‌ها پی بردند که تنوع، زیبایی مکان و وجود منابع آبی در محل زندگی گروه‌های قومی نسبت به سایر مشخصات اهمیت بیشتری در جذب گردشگر دارا هستند.

شرکلیف[5] (۲۰۲۰)، در مقاله‌ای درباره هویت عشایری ضمن بررسی مسائل و مشکلات توسعه گردشگری عشایری اذعان می‌دارد که هنوز هم با وجود تحولات عصر جدید زندگی و محصولات عشایری سهم مهمی در گردشگری مغولستان ایفا می‌کند. در این پژوهش، شرکت‌های گردشگری به موانع اضافه کردن گردشگری عشایری به دیگر بسته‌های گردشگری موجود اشاره کردند. ازجمله اینکه شرکت‌های عشایری برای بکر نگه داشتن زندگی عشایری و همچنین مدیریت بهینه دارایی‌های خویش از شراکت با عشایر دوری می‌کنند؛ که این باعث کاهش امنیت شغلی و درآمد عشایر می‌شود.

تیبرگین[6] (۲۰۲۰)، در مقاله ای با عنوان "فرهنگ نوعشایری به‌عنوان برندی اصیل در توسعه گردشگری قزاقستان" گزارش کرد که ایجاد محصولات و تجارب گردشگری اصیل بر مبنای فرهنگ و رسوم زندگی عشایری قزاق‌های روسیه به مردم محلی امکان می‌دهد تا هویت فرهنگی و منطقه‌ای خود را بازشناسند و در نهایت، به شناخته شدن جهانی این فرهنگ خاص و فرهنگ‌های مشابه آسیای مرکزی کمک کند.

تالینبای[7] و همکاران (۲۰۱۹)، ضمن بررسی اثر گردشگری عشایری بر تقسیم جنسیتی کار در میان قزاق‌های چین به‌این نتیجه رسید که برپایی چادرهای عشایری برای ارائه خدمات گردشگری عشایری منجر به تحولاتی در وظایف زنان عشایر شده است که گاهی خلاف رسوم عشایری گذشته است اما زنان توانسته‌اند با یادگیری مهارت‌های جدید خدمات گردشگری خوبی به مشتریان ارائه کنند.

1 - Chevtaeva and Denizci-Guillet
2 - Halder and Sarda
3 - Fan
4 - Dou
5 - Shircliff
6 - Tiberghien
7 - Talinbayi

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

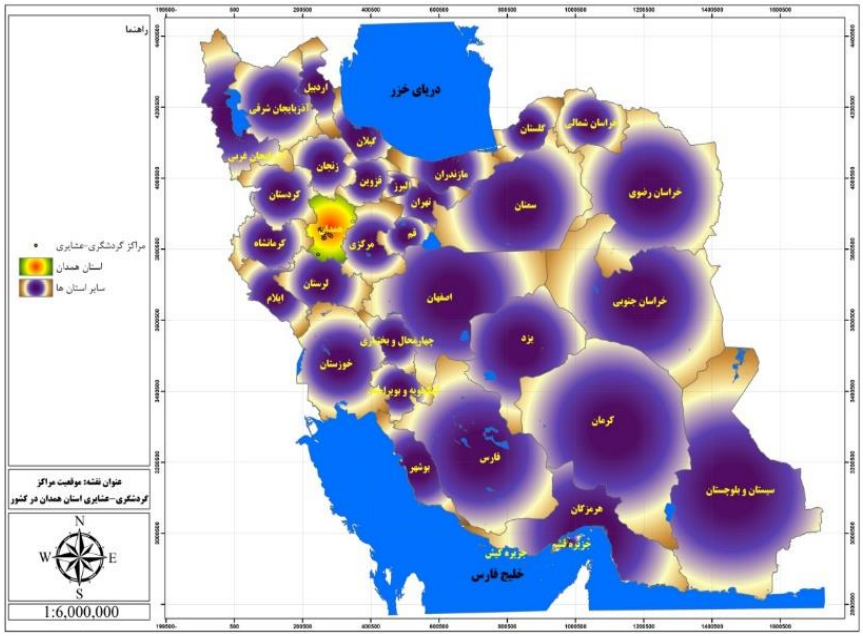
وانی[1] و همکاران (۲۰۱۸)، درباره وضعیت معیشت عشایر دامپرور در منطقه هیمالیای بخش کشمیر نشان دادند که این گروه توانایی تولید دام و محصولات جانبی در زنجیره ارزش را دارا هستند به‌طوری که با تولید محصولاتی مانند چرم، شال ترمه، صمغ و الیاف دست‌ساز با ارزش افزوده سالانه ۲۰ برابر حدود ۱۶۷۹ میلیون روپیه (۲۴,۷۰ میلیون دلار) درآمد علاوه بر ایجاد اشتغال ۳,۵۶ میلیون نفر روز مواجه هستند. البته عشایر منطقه کشمیر با چالش‌ها و تنگناهایی همچون بروز بیماری‌ها، عدم اصلاح نژاد دام‌ها، سوءتغذیه در زمستان‌های سرد، مرگ‌ومیر بچه‌ها، دشمنی فرامرزی، و کمبود زیرساخت مواجه هستند.

همانطور که در پیشینه پژوهش مشاهده می‌شود، در بیشتر مطالعات مربوط به گردشگری از روش‌هایی مانند SWOT، TOPSIS استفاده شده است. در این مطالعه سعی شده است علاوه بر تحلیل SWOT از روش سناریو ویزارد به منظور ارائه سناریوهای مطلوب برای ایجاد مراکز گردشگری استفاده شود.

روش‌شناسی پژوهش

۱. قلمرو جغرافیایی مورد مطالعه

استان همدان با ۱۹۴۹۳ کیلومترمربع وسعت، از سمت شمال به استان‌های زنجان و قزوین، از سمت جنوب به استان لرستان، از سمت شرق به استان مرکزی و از سمت غرب به استان‌های کردستان و کرمانشاه محدود شده‌است (شکل ۱). این استان بین مدارهای ۳۳ درجه و ۵۹ دقیقه تا ۳۵ درجه و ۴۸ دقیقه عرض شمالی از خط استوا و ۴۷ درجه و ۳۴ دقیقه تا ۴۹ درجه و ۳۶ دقیقه طول شرقی از نصف‌النهار گرینویچ قرار گرفته و شامل ۹ شهرستان، ۲۵ بخش، ۲۷ شهر، ۷۳ دهستان و ۱۱۲۰ روستا است. همدان منطقه‌ای کوهستانی است و کوه الوند با ۳ هزار ۵۷۴ متر ارتفاع از مهم‌ترین ارتفاعات این منطقه به‌حساب می‌آید. استان همدان دارای زمستان‌های سرد و پر برف و تابستان‌های معتدل است. شهرهای بزرگ آن عبارت‌اند از: همدان، ملایر، نهاوند، تویسرکان، کبودرآهنگ، اسدآباد، بهار، سامن، سرکان، قروه در جزین، لالجین و مریانج. این استان دارای رودخانه و چشمه‌سارهای فراوان است که مهم‌ترین آن‌ها رودخانه گاماسیاب نام دارد که یکی از بلندترین رودخانه‌های کشور محسوب می‌گردد که از دره‌های جنوبی کوه الوند و سراب گاماسیاب سرچشمه گرفته و تا باتلاق‌های هورالعظیم در استان خوزستان پیش می‌رود.



شکل ۱. موقعیت استان همدان

۲. داده‌ها و روش کار

1 - Wani

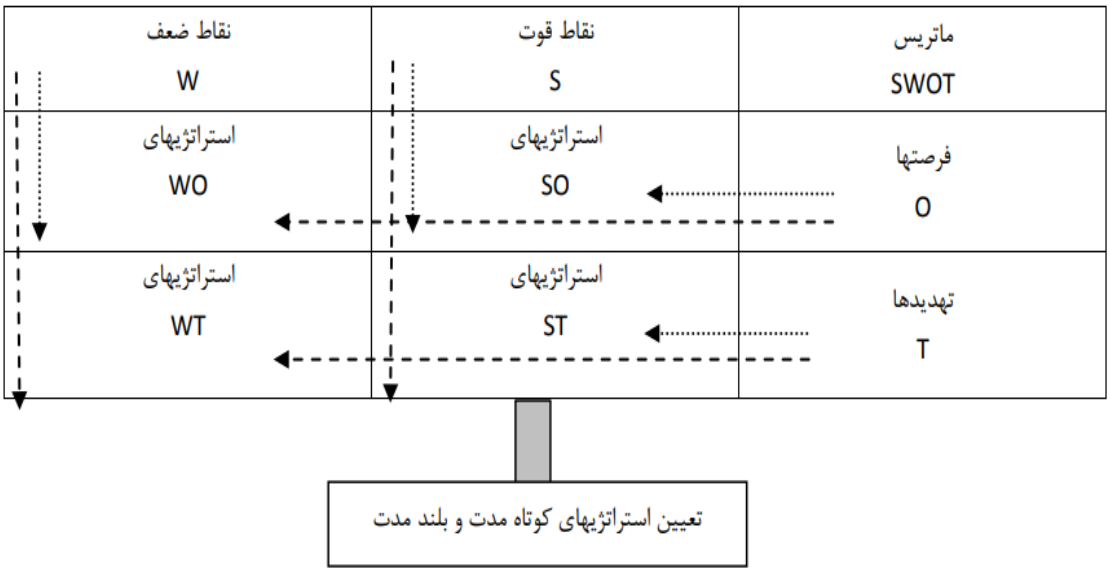
[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

پژوهش حاضر با توجه به هدف، از نوع تحقیقات کاربردی است که با استفاده از راهبردهای پژوهش آمیخته (کمّی و کیفی با تقدم زمانی کیفی) انجام شده است. جامعه آماری مورد مطالعه شامل مطلعین محلی و کارشناسان اداره‌کل امور عشایر و کارشناسان اداره‌کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری در استان همدان بودند. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها برای دستیابی به اهداف تحقیق، در ابتدا به بررسی اسناد موجود، مصاحبه، مشاهده و پرسشنامه در زمینه امکان‌سنجی ایجاد مراکز گردشگری عشایری در استان همدان پرداخته شد. پس از جمع‌آوری داده‌ها؛ در بخش کیفی از تحلیل محتوای مصاحبه‌ها استفاده شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کمّی با استفاده از آماره‌های توصیفی و آمار تحلیلی SWOT، آزمون‌های t، و سناریو ویزارد برای ارائه استراتژی و راهبردهای ایجاد گردشگری عشایر در استان همدان انجام شد.

نوع پرسشنامه به صورت ماتریس اثرات متقابل و به پیمایش نظرات کارشناسان و متخصصان است. وزن‌دهی این پرسشنامه به صورت مقایسه‌ای زوجی و میزان ارتباط متغیرها با اعداد بین صفر تا سه سنجیده شد. عوامل کلیدی استخراج شده از تحلیل SWOT، وضعیت‌های احتمالی مختلفی برای هرکدام از عوامل کلیدی درنظر گرفته شد و در قالب پرسشنامه، اثرات متقابل طراحی شد (وزن‌دهی این پرسشنامه به‌صورت مقایسه‌ای زوجی و میزان ارتباط متغیرها به صورت طیفی از اعداد +۳ تا ۳- سنجیده می‌شود). سؤال محوری این پرسشنامه ایـن است که اگر وضعیت A۱ از عامل کلیدی A در آینده استان اتفاق بیفتد، چه تأثیری بر وقوع یا نبود وقوع وضعیت B۲ از عامل کلیدی B خواهد داشت و به همین ترتیب تا آخرین وضعیت احتمالی در آخرین عامل کلیدی ادامه می‌یابد.

در آغاز، با شناسایی جامعه مورد مطالعه در بخش کیفی شامل کلیه مطلعان کلیدی، کارشناسان، صاحب‌نظران و برنامه‌ریزان گردشگری، کارشناسان اداره‌کل امور عشایر و کارشناسان اداره‌کل میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری استان همدان، فهرستی از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها شناسایی گردید و سپس با استفاده از پرسشنامه، داده‌ها جمع‌آوری شد. جامعه آماری تحقیق را دو گروه کارشناسان و عشایر استان همدان تشکیل دادند. تعداد کارشناسان حدود۸۰ نفر، و تعداد عشایر در چهار شهرستان نهاوند، همدان، تویسرکان و بهار تعداد ۱۵۰ نفر برآورد شدند. تمامی کارشناسان (۸۰ نفر) به صورت تمام شماری انتخاب شده و از بین عشایر تعداد ۱۰۵ نفر با استفاده از جدول مورگان انتخاب شدند. پرسشنامه اولیه ابتدا توسط اساتید دانشگاه بوعلی سینا و کارشناسان امور عشایر استان همدان بازبینی و روایی آن تایید شد. پایایی پرسشنامه با استفاده از پیش آزمون تعداد ۲۵ نسخه که در اختیار عشایر قرار گرفته بود، با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ تایید شد. مقادیر آلفای به‌دست آمده برای پنج بخش مختلف نگرش عشایر، نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها به ترتیب عبارت بودند از: ۰/۸۳، ۰/۹۴، ۰/۹۱، ۰/۹۳، و ۰/۸۹. تحلیل داده‌ها با استفاده از تکنیک SWOT انجام گرفت. در نهایت، با تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، فرصت‌ها و چالش‌های موجود در زمینه ایجاد گردشگری عشایر در منطقه شناسایی و استراتژی‌ها و راهبردهای مناسب برای هر بخش مطابق شکل (۲)، ارائه شد.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]



شکل ۲. ماتریس تعیین استراتژی‌های SWOT

در ادامه، به منظور ارائه راهبردهای مطلوب از تکنیک سناریوویزارد استفاده شد. برای این منظور ابتدا مطابق ماتریس سوات نقاط قوت، ضعف تهدیدها، و فرصت‌هایی که بین هر دو گروه کارشناسان و عشایر امتیازات نهایی بیشتری داشتند انتخاب و سناریوها براساس آن اجرا گردید.

سناریوها توصیف‌کننده‌ی شرایط و رخدادهایی هستند که احتمالا در آینده رخ می‌دهند و غالباً در شرایطی مورد استفاده قرارمی‌گیرند که عوامل شکل‌دهنده آینده فوق‌العاده نامشخص و غیرقابل کنترل باشند (پترسون[1] و همکاران، ۲۰۰۳). در جهانی با سرعت تغییرات بسیار بالا سناریوها به عنوان ابزاری مؤثر برای رویارویی با آینده‌های نامشخص، تغییر مدل‌های ذهنی، ارزیابی تصمیمات و بهبود عملکرد در یک محیط پویا محسوب شده (چرماک[2]، ۲۰۰۵) و سیاستگذاران و تصمیم‌سازان از این سناریوها برای ساختن چشم‌اندازی از آینده‌های محتمل در سطح ملی استفاده می‌کنند (سالمرون[3] و همکاران، ۲۰۱۲). نرم‌افزار سناریو ویزارد در راستای سناریوسازی برای پیش‌بینی آنچه در آینده امکان وقوع آن محتمل است به وجود آمده است. در واقع، این نرم‌افزار با در نظر گرفتن عوامل کلیدی و پیشران توسعه، میزان عدم قطعیت‌ها و حالت‌های محتمل هر یک از عوامل و رخدادهای محتمل الوقوع در آینده‌های محتمل یک سیستم را به تصویر می‌کشد.

در نهایت، برای اولویت‌بندی شهرستان‌های استان به منظور راه‌اندازی مراکز گردشگری عشایری از روش تاپسیس استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

۱. یافته‌های توصیفی

۱-۱. مشخصات فردی کارشناسان

نتایج آمار توصیفی نشان داد که از بین شرکت‌کنندگان در پژوهش ازنظر ویژگی جنسیت پاسخگویان ۳۸/۶ درصد زن و ۶۱/۴ درصد مرد هستند. ازنظر سن، ۵۳/۴ درصد (۴۷ نفر) از پاسخگویان در فاصله سنی ۴۱ تا ۵۰ سال، ۲۷/۳ درصد (۲۴ نفر) در فاصله سنی ۳۱ تا ۴۰ سال و ۱۴/۸ درصد (۱۳ نفر) بالاتر از ۵۱ سال، و ۴/۵ درصد (۴ نفر) بین ۲۰ تا ۳۰ سن داشتند و میانگین سنی پاسخگویان ۴۳ سال است. ازنظر ویژگی تحصیلات، ۴/۵ درصد (۴ نفر) دیپلم، ۴۰/۹ درصد (۳۶ نفر) لیسانس، ۴۵/۵ درصد (۴۰

[1] - Peterson
[2] - Chermack
[3] - Salmeron

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

نفر) فوق لیسانس و ۹/۱ درصد (۸ نفر) دارای تحصیلات دکتری هستند. ازنظر محل خدمت، ۲۳/۹ درصد (۲۱ نفر) از سازمان محیط زیست، ۱۴/۸ درصد (۱۳ نفر) از سازمان منابع طبیعی، ۱۲/۵ درصد (۱۱ نفر) از مدیریت جهاد کشاورزی، ۱۱/۴ درصد (۱۰ نفر) از سازمان میراث فرهنگی و گردشگری، ۱۱/۴ درصد (۱۰ نفر) از اداره تعاونی عشایر، ۱۷/۱ درصد (۱۵ نفر) از سازمان جهاد کشاورزی، ۶/۸ درصد (۶ نفر) از امور عشایر نهاوند و ۲/۳ درصد (۲ نفر) از اساتید دانشگاه هستند.

۱-۲. مشخصات فردی عشایر

به‌منظور بررسی ویژگی‌های فردی عشایر، متغیرهای سن، جنسیت و تحصیلات آنها مطالعه شد. ازنظر ویژگی سن، ۷/۶ درصد (۸ نفر) از پاسخگویان کمتر از ۲۰ سال، ۱۷/۱ درصد (۱۸ نفر) از پاسخگویان در فاصله سنی ۲۱ تا ۳۰ سال ۲۵/۷ درصد (۲۷ نفر) در فاصله سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۲۴/۸ درصد (۲۶ نفر) از پاسخگویان در فاصله سنی ۴۱ تا ۵۰ سال و ۲۴/۸ درصد (۲۶ نفر) از پاسخگویان بالاتر از ۵۱ سال سن داشتند و میانگین سنی پاسخگویان ۴۲ سال است. ازنظر جنسیت، ۸۱/۹ درصد (۸۶ نفر) از پاسخگویان مرد و ۱۸/۱ درصد (۱۹ نفر) زن هستند. ازنظر ویژگی تحصیلات، ۲۱/۹ درصد (۲۳ نفر) بی‌سواد، ۳۸/۱ درصد (۴۰ نفر) ابتدایی ۱۵/۲ درصد (۱۶ نفر) و ۲/۹ درصد (۳ نفر) دبیرستان، و ۲۱/۹ درصد (۲۳ نفر) دارای تحصیلات دیپلم و بالاتر هستند.

۱-۳. توصیف نگرش و تمایل عشایر نسبت به ایجاد مراکز گردشگری عشایری

به‌منظور بررسی نگرش عشایر نسبت به ایجاد مراکز گردشگری عشایری در مناطق عشایری از ۱۶ گویه استفاده شد. با توجه به اینکه مقدار میانگین رتبه‌ای هر یک از گویه‌های به‌دست آمده از مقدار متوسط بالاتر است، می‌توان گفت که به‌طور کلی نگرش عشایر بر ایجاد گردشگری عشایر مثبت است. از میان گویه‌های مورد بررسی، گویه ایجاد شغل با ضریب تغییرات ۰/۲۱۷ و حمایت دولت با ضریب تغییرات ۰/۲۳۳ به ترتیب در رتبه اول و دوم قرار گرفتند (جدول ۱).

جدول ۱. نتایج شاخص نگرش عشایر به ایجاد مراکز گردشگری

نگرش	میانگین	انحراف معیار	ضریب تغییرات	رتبه
گردشگری در مناطق عشایری باعث ایجاد شغل برای عشایر می‌شود.	۴/۰۲۹	۰.۸۷۸	۰/۲۱۷	۱
ایجاد مرکز گردشگری عشایری در منطقه عشایر فکر خوبی است به شرط آنکه دولت و ارگان‌ها حمایت کنند.	۴/۲۶۷	۰.۹۹۸	۰/۲۳۳	۲
ایجاد مراکز گردشگری عشایری برای من خیلی اهمیت دارد.	۳/۹۶۲	۰.۹۴۵	۰/۲۳۸	۳
من با ایجاد مراکز گردشگری عشایری موافق هستم به‌این دلیل که منافع و مزیت‌های زیادی برای ما دارد.	۳/۹۲۴	۰.۹۶۳	۰/۲۴۵	۴
به‌طور کلی با ایجاد مراکز گردشگری عشایری در منطقه خودمان راضی هستم.	۳/۸۸۶	۱.۰۲۶	۰/۲۶۴	۵
تمایل دارم به مسوولان دولتی در ایجاد مراکز گردشگری عشایری کمک کنم.	۳/۸۸۶	۱.۰۳۶	۰/۲۶۶	۶
گردشگری در مناطق عشایری باعث ایجاد درآمد بیشتر برای عشایر می‌شود.	۳/۸۳۸	۱.۰۵۲	۰/۲۷۴	۷
سایر عشایر را در استقبال و پذیرش گردشگران عشایر تشویق می‌کنم.	۳/۸۱۹	۱.۰۴۹	۰/۲۷۴	۸
در صورت حضور گردشگر در منطقه عشایری از آنها پذیرایی و استقبال می‌کنم.	۳/۸۸۶	۱.۱۰۷	۰/۲۸۴	۹
اگر قرار باشد مراکز گردشگری عشایری در منطقه ما ایجاد شود، ما حاضریم خودمان تا آنجا که دستمان برسد کمک کنیم.	۳/۷۶۲	۱.۰۷۴	۰/۲۸۵	۱۰
تمایل دارم در کلاس‌های آموزشی و توجیهی گردشگری عشایری شرکت کنم.	۳/۷۴۳	۱.۰۷۸	۰/۲۸۸	۱۱
تمایل دارم به‌عنوان نماینده عشایر ایجاد مراکز را پیگیری کنم.	۳/۵۳۳	۱.۱۴۷	۰/۳۲۴	۱۲
گردشگری در مناطق عشایری باعث تخریب منابع طبیعی و محیط زیست می‌شود.	۲/۷۴۳	۱.۱۷۹	۰/۴۲۹	۱۳
حضور گردشگران در منطقه عشایری باعث آسیب به فرهنگ و آداب‌ورسوم عشایری می‌شود.	۲/۵۴۳	۱.۱۹۵	۰/۴۶۹	۱۴
حضور گردشگران در منطقه عشایری مشکلات زیادی ایجاد می‌کند.	۲/۴۰۰	۱.۱۶۰	۰/۴۸۳	۱۵
وجود مراکز گردشگری عشایری به حال ما فرقی نمی‌کند و ما احتیاجی به مراکز گردشگری نداریم.	۲/۵۷۱	۱.۲۸۶	۰/۵	۱۶

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

به‌منظور شناسایی مناطق مستعد گردشگری عشایری، نگرش عشایر در مناطق مختلف عشایری استان مورد بررسی قرارگرفت. برای پی بردن به اینکه کدام مناطق از میانگین بالاتری برخوردار هستند میانگین رتبه‌ای[1] در طبقات مختلف مورد بررسی قرار گرفت که نتایج در جدول (۲) ذکر شده است. نتایج نشان می‌دهند که به ترتیب اولویت نهاوند (گیان)، همدان (تاریک دره، ابرو، آبشینه، سیمین، میدانک ارزانفود)، بهار (وهنان، حیدره، غرق بهار، فسیجان)، تویسرکان (گشانی، سرکان، کلک) میزان تمایل و نگرش بیشتری به ایجاد سایت گردشگری عشایر دارند. همچنین، برای پی بردن به مشابهت یا تفاوت نظرات عشایر در مناطق مختلف مورد مطالعه، از آزمون مقایسه میانگین‌ها (کروسکال والیس) استفاده شد.

جدول ۲. مقایسه نگرش و تمایل عشایر نسبت به ایجاد مراکز گردشگری در مناطق مختلف عشایری

مناطق عشایری	تعداد	میانگین رتبه‌ای	نتایج آزمون
نهاوند	۲۴	۷۷/۱۷	Chi-Square=19.847 Df= 3 Sig =.000
همدان	۴۴	۴۶/۸۵	
بهار	۲۷	۴۵/۵۷	
تویسرکان	۱۰	۴۲/۱۰	
مجموع	۱۰۵		

کد ۱: بهار = وهنان، حیدره، غرق بهار، فسیجان؛ کد ۲: همدان= ابرو، آبشینه، سیمین، میدانک ارزانفود، تاریک‌دره؛ کد ۳: تویسرکان= گشانی، سرکان، کلک؛ کد ۴= نهاوند.

نتایج به‌دست آمده نشان داد که با اطمینان ۹۹ درصد می‌توان گفت که نگرش و تمایل عشایر نسبت به ایجاد مراکز گردشگری در مناطق مختلف عشایری شهرستان‌های استان همدان تفاوت معناداری دارد. به بیانی دیگر، تفاوت مشاهده شده بین نگرش و تمایلات عشایر مناطق همدان، بهار، تویسرکان و نهاوند نسبت به ایجاد مراکز گردشگری، ناشی از تصادف یا خطای نمونه‌گیری نیست، بلکه واقعی و معنادار است. بنابراین هر منطقه از لحاظ فرهنگی، اقتصادی و... ممکن است نگرش متفاوتی نسبت به ایجاد مراکز گردشگری داشته باشند.

۲. یافته‌های استنباطی

۲-۱. مقایسه دیدگاه عشایر و کارشناسان نسبت به ایجاد مراکز گردشگری

به‌منظور توافق‌سنجی بین نظرات دو گروه کارشناسان و عشایر در زمینه هریک از نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای ایجاد مراکز گردشگری عشایری لازم است تا از آزمون‌های مقایسه میانگین (در اینجا آزمون t مستقل) استفاده شود. همان‌طور که در جدول (۳) مشاهده می‌شود، اختلاف معناداری بین دیدگاه کارشناسان و عشایر در هر چهار زمینه فوق وجود ندارد. بنابراین می‌توان گفت که نظرات هر دو گروه نسبت به چهار متغیر مورد بررسی در زمینه ایجاد مراکز گردشگری یکسان است و با اطمینان می‌توان گفت روند تحلیل سوات (SWOT) را می‌توان با تجمیع نظرات هر دو گروه انجام داد و در نهایت راهبردهای استخراج شده براساس تجمیع نظرات هر دو گروه تحلیل می‌شوند.

جدول ۳. مقایسه میانگین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای گردشگری از دیدگاه عشایر و کارشناسان

شاخص	گروه	تعداد	میانگین	انحراف معیار	آزمون t	Sig.
نقاط قوت	کارشناسان	۸۸	۵۵/۳۵	۶/۷۰۱	۰/۷۳۶	۰/۴۶۳
	عشایر	۱۰۵	۵۴/۳۱	۱۱/۶۹		
نقاط ضعف	کارشناسان	۸۸	۵۸/۲۳	۹/۲۵	۱/۴۳	۰/۱۵۴
	عشایر	۱۰۵	۵۵/۹۴	۱۲/۴۲		
فرصت	کارشناسان	۸۸	۵۸/۶۱	۸/۸۴	۰/۹۲	۰/۳۵۵
	عشایر	۱۰۵	۶۰	۱۱/۵۷		
تهدید	کارشناسان	۸۸	۳۲/۸۶۲	۴/۹۲	۰/۲۳	۰/۸۱
	عشایر	۱۰۵	۳۲/۶۹	۵/۱۵		

[1] - Mean Rank

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

۲-۲. نتایج تحلیل عوامل داخلی و بیرونی SWOT

در این مرحله به‌منظور تجزیه و تحلیل همزمان عوامل داخلی و بیرونی طبق مدل سوات باید از ماتریس این عوامل استفاده کرد. برای این منظور مراحل زیر انجام شد.

تعیین میزان اهمیت هر گویه یا سوال: برای سنجش میزان اهمیت هر سوال در آغاز میانگین پاسخ‌های داده شده به هر سوال را تعیین می‌کنیم. سپس برای برطرف کردن سوگیری مربوط به نابرابر بودن تعداد سوالات هر بخش، میانگین به‌دست آمده هر گویه را بر تعداد سوالات تقسیم می‌کنیم تا وزن نسبی هر گویه تعیین شود. همچنین، با توجه به‌اینکه ماتریس بر اساس محور اعداد عمل می‌کند بنابراین لازم است مجموع ضرایب هر بخش بر روی محور اعداد مساوی با صددرصد یا مساوی با عدد یک باشد. بدین صورت که مجموع ضرایب به‌دست آمده حاصل جمع ضرایب عوامل درونی (نقاط قوت و ضعف) مساوی با عدد یک و همینطور عوامل بیرونی (فرصت‌ها و تهدیدها) هم باید مساوی با عدد یک یا صددرصد باشد. بنابراین وزن نسبی هر گویه برای هر عامل درونی (نقاط قوت) وزن نسبی هر گویه برای عامل نقاط ضعف در عدد نیم ضرب شده و بر مجموع وزن نسبی گویه‌ها تقسیم شوند. جدول شماره (۵) محاسبات مربوط به وزن هر گویه و میزان اهمیت هر گویه را نشان می‌دهد.

میانگین عددی هر سوال / تعداد سوالات هر عامل= وزن نسبی هر سول یا گویه (۱)

وزن نسبی هر سوال ضرب‌در عدد نیم/ مجموع وزن نسبی سوالات= میزان اهمیت هر سوال (۲)

ب- تعیین رتبه برای هر گویه: برای تعیین رتبه‌های مربوط به هر گویه یا سوال مطابق با مدل سوات از رتبه بین (۱-۴) استفاده می‌شود. به‌این صورت که برای نقاط قوت و فرصت‌ها برحسب شدت آن‌ها از اعداد ۳ یا ۴ استفاده می‌شود و برای نقاط ضعف و تهدیدها نیز برحسب وضعیت بحرانی هرکدام از اعداد ۱ یا ۲ استفاده می‌شود (جدول ۴).

جدول ۴. تعیین رتبه‌های هر سوال/ گویه

نقاط ضعف		نقاط قوت		فرصتها		تهدیدها	
نقطه ضعف شدید	نقطه ضعف معمولی	نقطه قوت عالی	نقطه قوت معمولی	فرصت عالی	فرصت عادی	تهدید بحرانی	تهدید عادی
۱	۲	۴	۳	۴	۳	۱	۲

ج- تعیین امتیاز یا نمره هر سوال: برای محاسبه این قسمت لازم است که عدد مربوط به رتبه هر سوال را در میزان اهمیت هر سوال ضرب کنیم.

رتبه هر سوال ضرب‌در میزان اهمیت هر سوال= امتیاز نهایی هر سوال

در این قسمت مجموع امتیازهای عوامل درونی (شامل همه امتیازات مربوط به سوالات نقاط قوت و ضعف) حداکثر ۴ و حداقل ۱ خواهد بود. بنابراین متوسط نمره عوامل درونی عدد (۲/۵) خواهد بود. همچنین مجموع امتیازات عوامل بیرونی (شامل همه امتیازات مربوط به سوالات تهدیدها و فرصت‌ها) حداکثر ۴ و حداقل ۱ خواهد بود و متوسط آن عدد ۲/۵ است.

۲-۲-۱. نتایج تحلیل همزمان عوامل داخلی (دیدگاه عشایر)

برای تحلیل همزمان عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان در قدم اول امتیازات نقاط قوت محاسبه شده سپس امتیازات نقاط ضعف به‌دست آمد. همان‌طور که نتایج نشان می‌دهد، بالاترین امتیازها از دیدگاه عشایر مربوط به مهمان‌نوازی، آب‌وهوای مناسب، سبک زندگی تماشایی عشایر، ایجاد مشاغل جدید و اشتغالزایی هستند. در نهایت، مجموع امتیازات به‌دست آمده از تحلیل عوامل داخلی (نقاط قوت) عدد ۱/۸۳۴ است (جدول ۵).

جدول ۵. تحلیل همزمان عوامل داخلی (نقاط قوت) ایجاد مراکز گردشگری از دیدگاه عشایر

ردیف	نقاط قوت ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
S1	مهمان‌نوازی	۴/۲۰۰	۰/۳	۰/۰۳۸	۴	۰/۱۵۲
S2	آب‌وهوای مناسب	۴/۰۹۵	۰/۲۹۲	۰/۰۳۷	۴	۰/۱۴۸
S3	ایجاد مشاغل جدید و اشتغالزایی	۴/۰۴۸	۰/۲۸۹	۰/۰۳۷	۴	۰/۱۴۸

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

ردیف	نقاط قوت ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
S4	سبک زندگی تماشایی عشایر	۴/۰۳۸	۰/۲۸۸	۰/۰۳۷	۴	۰/۱۴۸
S5	دسترسی به منظره‌های کوهستانی و جاذبه‌های طبیعی	۴/۰۰۰	۰/۲۸۵	۰/۰۳۶	۴	۰/۱۴۴
S6	استفاده از محصولات بومی و سنتی	۳/۹۴۳	۰/۲۸۱	۰/۰۳۶	۴	۰/۱۴۴
S7	زندگی در طبیعت	۴/۰۱۰	۰/۲۸۶	۰/۰۳۶	۴	۰/۱۴۴
S8	دارای غذاهای سنتی متنوع	۳/۸۹۵	۰/۲۷۸	۰/۰۳۵	۴	۰/۱۴
S9	دوری از فضای شهری و کاهش استرس، ایجاد آرامش	۳/۹۱۴	۰/۲۷۹	۰/۰۳۶	۳	۰/۱۰۸
S10	بهبود و رونق وضعیت اقتصادی	۳/۹۱۴	۰/۲۷۹	۰/۰۳۶	۳	۰/۱۰۲
S11	آشنایی با لباس سنتی و پوشش محلی بانوان	۳/۷۷۱	۰/۲۶۹	۰/۰۳۴	۴	۰/۱۳۶
S12	آشنایی مردم با آئین و فرهنگ عشایر	۳/۸۲۹	۰/۲۷۳	۰/۰۳۵	۴	۰/۱۴
S13	قابلیت برگزاری جشنواره‌های ورزش‌های بومی عشایری	۳/۳۳۳	۰/۲۳۸	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
S14	مناسب‌بودن چادرهای عشایری برای ایجاد اقامتگاه گردشگری	۳/۳۲۴	۰/۲۳۷	۰/۰۳	۳	۰/۰۹
	مجموع	۵۴/۳۱۴	۳/۸۷۴	۰/۴۹۳		۱/۸۳۴
	میانگین	۳/۸۷۹	۰/۲۷۶			

برای تحلیل نقاط ضعف ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان امتیازات هر یک از سوالات محاسبه گردید. جدول (۶) اعداد مربوط به محاسبه امتیازات و جمع نهایی امتیازات عامل نقاط ضعف را نشان می‌دهد. همانطورکه نتایج نشان می‌دهد، بالاترین امتیازها از دیدگاه عشایر مربوط به کمبود امکانات و خدمات رفاهی گردشگری، کمبود زیرساخت‌های گردشگری و بخصوص اکوگردشگری هستند. در نهایت، مجموع امتیازات به‌دست آمده در این قسمت ۰/۶۰۳ است.

جدول ۶. تحلیل همزمان عوامل داخلی (نقاط ضعف) ایجاد مراکز گردشگری از دیدگاه عشایر

ردیف	نقاط ضعف ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
W1	کمبود امکانات و خدمات رفاهی گردشگری	۴/۰۱۰	۰/۲۳۵	۰/۰۳۵	۲	۰/۰۷
W2	کمبود زیرساخت‌های گردشگری و به‌ویژه اکوگردشگری	۳/۹۶۲	۰/۲۳۳	۰/۰۳۵	۲	۰/۰۷
W3	مدیریت نامناسب	۳/۷۸۱	۰/۲۲۲	۰/۰۳۳	۲	۰/۰۶۶
W4	عدم حمایت دولت در ایجاد زیرساخت‌ها	۳/۶۸۶	۰/۲۱۶	۰/۰۳۲	۲	۰/۰۶۴
W5	مشکلات بهداشتی	۳/۴۵۷	۰/۲۰۳	۰/۰۳۰	۲	۰/۰۶
W6	ناآگاهی عمومی نسبت به پتانسیل‌های منطقه و بی‌توجهی به آن	۳/۷۲۴	۰/۲۱۹	۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳
W7	عدم استفاده از درآمدهای گردشگری برای حفاظت و بهسازی منطقه	۳/۵۸۱	۰/۲۱۰	۰/۰۳۱	۱	۰/۰۳۱
W8	ناآگاهی گردشگران از امنیت منطقه	۳/۴۱۹	۰/۲۰۱	۰/۰۳۰	۱	۰/۰۳
W9	عدم شناخت و آگاهی از مزایای گردشگر	۳/۲۶۷	۰/۱۹۲	۰/۰۲۹	۱	۰/۰۲۹
W10	عدم مشارکت‌پذیری مردم	۳/۲۶۷	۰/۱۹۲	۰/۰۲۹	۱	۰/۰۲۹
W11	وجود اختلاف‌های قومی و طایفه‌ای	۳/۰۵۷	۰/۱۷۹	۰/۰۲۷	۱	۰/۰۲۷
W12	تخریب و خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی	۳/۱۲۴	۰/۱۸۳	۰/۰۲۷	۱	۰/۰۲۷
W13	کاهش جمعیت عشایر (مهاجرت)	۲/۸۹۵	۰/۱۷۰	۰/۰۲۵	۱	۰/۰۲۵
W14	آلودگی و تخریب منابع طبیعی	۲/۸۷۶	۰/۱۶۹	۰/۰۲۵	۱	۰/۰۲۵
W15	ناامنی برای عشایر و گردشگران	۲/۶۸۶	۰/۱۵۸	۰/۰۲۴	۱	۰/۰۲۴
W16	از بین بردن پوشش گیاهی منطقه	۲/۶۳۸	۰/۱۵۵	۰/۰۲۳	۱	۰/۰۲۳
W17	آسیب به فرهنگ عشایری	۲/۵۱۴	۰/۱۴۷	۰/۰۲۲	۱	۰/۰۲۲
	مجموع	۵۵/۹۴۴	۳/۲۸۴			۰/۶۰۳
	میانگین	۳/۲۹۰	۰/۱۹۳			

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

با توجه به امتیازات محاسبه شده از عوامل داخلی و مجموع امتیازات هر دو عامل (۱/۸۳۴+۰/۶۰۳=۲/۴۳۷) مشخص گردید که عدد حاصل شده از مقدار میانگین (۲/۵) پایین‌تر است. بنابراین این نکته بیانگر آن است که نقاط ضعف ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان از دیدگاه عشایر بر نقاط قوت آن برتری نسبی دارد.

۲-۲-۲. نتایج تحلیل همزمان عوامل خارجی (دیدگاه عشایر)

در این قسمت، همانند تحلیل عوامل داخلی، ابتدا امتیازات عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان محاسبه شد. همان‌طور که در جدول (۷) مشاهده می‌شود، در عامل فرصت از دیدگاه عشایر بالاترین امتیازها مربوط به توجه و حمایت بیشتر دولت به عشایر، جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی، آموزش و توانمندسازی عشایر هستند. در نهایت، مجموع امتیازات به‌دست‌آمده از محاسبه امتیازهای فرصت‌های ایجاد مراکز گردشگری عشایر از دیدگاه عشایر در استان همدان عدد ۱/۵۱۹ به‌دست آمد.

جدول ۷. تحلیل همزمان عوامل خارجی (نقاط فرصت) ایجاد مراکز گردشگری از دیدگاه عشایر

ردیف	فرصت های ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
O1	توجه و حمایت بیشتر دولت به عشایر	۴/۴۶۷	۰/۲۹۷	۰/۰۳۷	۴	۰/۱۴۸
O2	جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی	۴/۲۱۹	۰/۲۸۱	۰/۰۳۵	۴	۰/۱۴
O3	آموزش و توانمندسازی عشایر	۴/۱۴۳	۰/۲۸۶	۰/۰۳۴	۴	۰/۱۳۶
O4	استفاده از نیروهای متخصص و اموزش دیده	۳/۹۷۱	۰/۲۶۴	۰/۰۳۳	۴	۰/۱۳۲
O5	ایجاد زیرساخت‌های فنی گردشگری	۳/۸۷۶	۰/۲۵۸	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۸
O6	ارتقائ کیفیت سطح زندگی و معیشت عشایر	۳/۸۶۷	۰/۲۵۷	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۸
O7	ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی	۳/۸۱۹	۰/۲۵۴	۰/۰۳۱	۴	۰/۱۲۴
O8	افزایش آگاهی و شناخت عشایر نسبت به مزایای گردشگری	۴/۱۹۰	۰/۲۸۹	۰/۰۳۴	۳	۰/۱۰۲
O9	امکان ایجاد یک منطقه جدید گردشگری برای مردم	۴/۰۰۰	۰/۲۶۶	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
O10	معرفی و شناساندن مناطق گردشگری عشایری	۴/۰۵۷	۰/۲۷۰	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
O11	افزایش روابط و مراودات اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بین عشایر و گردشگران	۴/۰۳۸	۰/۲۶۹	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
O12	جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی	۴/۰۲۹	۰/۲۶۸	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
O13	امکان سرمایه‌گذاری توسط خود عشایر (تولید محصولات دامی و لبنی، صنایع‌دستی)	۳/۷۶۲	۰/۲۵۰	۰/۰۳۱	۳	۰/۰۹۳
O14	احیای بازی‌ها، اداب و سنت‌های عشایر	۳/۵۷۱	۰/۲۳۸	۰/۰۲۹	۳	۰/۰۸۷
O15	جذب گردشگران خارجی	۴/۰۰۰	۰/۲۶۶	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۳۳
	مجموع		۳/۹۹۳			۱/۵۱۹
	میانگین		۰/۲۶۶			

عامل دوم خارجی مربوط به تهدیدهای ایجاد مراکز گردشگری عشایر در استان همدان است که محاسبات امتیازهای به‌دست‌آمده برای این بخش انجام گردید. طبق جدول (۸)، امتیازات و جمع نهایی تهدیدهای ایجاد مراکز گردشگری عشایر از دیدگاه عشایر عامل ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات و عدم سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری عشایری بالاترین تهدید در ایجاد مراکز گردشگری عشایر را نشان می‌دهد. در نهایت، مجموع امتیازات تهدیدها عدد ۰/۸۳۲ به‌دست آمده است.

جدول ۸. تحلیل همزمان عوامل خارجی (نقاط تهدید) ایجاد مراکز گردشگری از دیدگاه عشایر

ردیف	تهدیدهای ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
T1	ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۳/۹۹۰	۰/۴۴۳	۰/۰۶۲	۲	۰/۱۲۴
T2	عدم سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری عشایری	۳/۹۵۲	۰/۴۳۹	۰/۰۶۱	۲	۰/۱۲۲
T3	دسترسی نداشتن به راه‌های ارتباطی و جاده‌های مناسب	۴/۴۲۹	۰/۴۲۹	۰/۰۶	۲	۰/۱۲
T4	آلودگی و آسیب‌های محیط زیستی	۳/۲۷۶	۰/۳۶۴	۰/۰۵۱	۲	۰/۱۰۲

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

ردیف	تهدیدهای ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
T5	ازبین رفتن زمین‌های کشاورزی (تغییر کاربری اراضی)	۳/۳۳۳	۰/۳۷۰	۰/۰۵۱	۲	۰/۱۰۲
T6	تخریب مناطق بکر در مناطق عشایری	۳/۲۴۸	۰/۳۶۰	۰/۰۵	۲	۰/۱
T7	فصلی‌بودن مناطق گردشگری عشایری	۴/۲۴۸	۰/۴۷۲	۰/۰۶۶	۱	۰/۰۶۶
T8	عدم استقبال و پذیرش گردشگران از سوی عشایر	۳/۳۵۲	۰/۳۷۲	۰/۰۵۲	۱	۰/۰۵۲
T9	تهدیدهای سیاسی و امنیتی	۲/۸۶۷	۰/۳۱۸	۰/۰۴۴	۱	۰/۰۰۴۴
مجموع		۳۲/۶۹۵	۳/۵۶۷			۰/۸۳۲
میانگین		۳/۶۳۲	۰/۳۹۶			

با توجه به امتیازات محاسبه شده از عوامل خارجی (نقاط فرصت و نقاط تهدید) و مجموع امتیازات هر دو عامل (۰/۸۳۲+۱/۵۱۹= ۲/۳۵۱)، مشخص شد که عدد به‌دست آمده از مقدار میانگین (۲/۵) پایین‌تر است. بنابراین، این نکته بیانگر آن است که نقاط تهدید ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان از دیدگاه عشایر بر نقاط قوت آن برتری نسبی دارد.

۲-۲-۳. نتایج تحلیل همزمان عوامل داخلی (دیدگاه کارشناسان)

برای تحلیل همزمان عوامل داخلی ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان، در قدم اول امتیازات آنها محاسبه شد. همان‌طور که مشخص است، بالاترین امتیازها از دیدگاه کارشناسان مربوط به "سبک زندگی تماشایی عشایر، آب‌وهوای مناسب و غذاهای سنتی متنوع" هستند. در نهایت، مجموع امتیازات به‌دست آمده از تحلیل عوامل داخلی (نقاط قوت) عدد ۱/۸۳۴ است (جدول ۹).

جدول ۹. تحلیل همزمان عوامل داخلی (نقاط قوت) ایجاد مراکز گردشگری از دیدگاه کارشناسان

ردیف	نقاط قوت ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
S1	سبک زندگی تماشایی عشایر	۴/۲۸۴	۰/۳۰۶	۰/۰۳۸	۴	۰/۱۵۲
S2	آب‌وهوای مناسب	۴/۱۷۰	۰/۲۹۷	۰/۰۳۷	۴	۰/۱۴۸
S3	دارای غذاهای سنتی متنوع	۴/۱۵۹	۰/۲۹۷	۰/۰۳۷	۴	۰/۱۴۸
S4	مهمان‌نوازی	۴/۰۲۳	۰,۲۸۷	۰/۰۳۶	۴	۰/۱۴۴
S5	استفاده از محصولات بومی و سنتی	۴/۰۴۵	۰/۲۸۸	۰/۰۳۶	۴	۰/۱۴۴
S6	زندگی در طبیعت	۴/۰۴۵	۰/۲۸۸	۰/۰۳۶	۴	۰/۱۴۴
S7	دسترسی به منظره‌های کوهستانی و جاذبه‌های طبیعی	۳/۹۶۶	۰/۲۸۳	۰/۰۳۵	۴	۰/۱۴
S8	ایجاد مشاغل جدید و اشتغالزایی	۳/۹۶۶	۰/۲۸۳	۰/۰۳۵	۴	۰/۱۴
S9	آشنایی مردم با آئین و فرهنگ عشایر	۳/۸۴۱	۰/۲۷۴	۰/۰۳۴	۴	۰/۱۳۶
S10	آشنایی با لباس سنتی و پوشش محلی بانوان	۳/۸۰۷	۰/۲۷۱	۰/۰۳۴	۴	۰/۱۳۶
S11	دوری از فضای شهری و کاهش استرس، ایجاد آرامش	۳/۹۰۹	۰/۲۷۹	۰/۰۳۵	۳	۰/۱۰۵
S12	قابلیت برگزاری جشنواره‌های ورزش‌های بومی عشایری	۳/۸۵۲	۰/۲۷۵	۰/۰۳۴	۳	۰/۱۰۲
S13	بهبود و رونق وضعیت اقتصادی	۳/۷۳۹	۰/۲۶۷	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
S14	مناسب‌بودن چادرهای عشایری برای ایجاد اقامتگاه گردشگری	۳/۵۴۵	۰/۲۵۳	۰/۰۳۲	۳	۰/۰۹۶
	مجموع		۳/۹۴۸			۱/۸۳۴
	میانگین		۰/۲۸۲			

برای تحلیل عوامل داخلی (نقاط ضعف) ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان، امتیازات سوالات مربوط به‌این قسمت محاسبه شد. جدول (۱۰)، اعداد مربوط به محاسبه امتیازات و جمع نهایی امتیازات عامل نقاط ضعف را نشان می‌دهد. همانطورکه مشخص است، بالاترین امتیازها از دیدگاه کارشناسان مربوط به " کمبود امکانات و خدمات رفاهی گردشگری، و مشکلات بهداشتی" هستند. در نهایت، مجموع امتیازات به‌دست آمده در این قسمت ۰/۶۴۴ است.

جدول ۱۰. تحلیل همزمان عوامل داخلی (نقاط ضعف) ایجاد مراکز گردشگری از دیدگاه کارشناسان

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

ردیف	نقاط ضعف ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
W1	کمبود امکانات و خدمات رفاهی گردشگری	۴/۰۰۰	۰/۲۳۵	۰/۰۳۴	۲	۰/۰۶۸
W2	مشکلات بهداشتی	۳/۸۱۸	۰/۲۲۴	۰/۰۳۲	۲	۰/۰۶۴
W3	کمبود زیرساخت‌های گردشگری و به‌ویژه اکوگردشگری	۳/۶۳۶	۰/۲۱۳	۰/۰۳۱	۲	۰/۰۶۲
W4	مدیریت نامناسب	۳/۴۵۵	۰/۲۰۳	۰/۰۲۹	۲	۰/۰۵۸
W5	عدم حمایت دولت در ایجاد زیرساخت‌ها	۳/۰۹۱	۰/۱۸۱	۰/۰۲۶	۲	۰/۰۵۲
W6	عدم استفاده از درآمدهای گردشگری برای حفاظت منطقه	۳/۸۵۲	۰/۲۲۶	۰/۰۳۳	۱	۰/۰۳۳
W7	ناآگاهی عمومی نسبت به پتانسیل‌های منطقه و بی‌توجهی به آن	۳/۷۷۳	۰/۲۲۱	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۳۲
W8	ناآگاهی گردشگران از امنیت منطقه	۳/۷۲۷	۰/۲۱۹	۰/۰۳۲	۱	۰/۰۳۲
W9	مشارکت‌ناپذیری مردم	۳/۶۷۰	۰/۲۱۵	۰/۰۳۱	۱	۰/۰۳۱
W10	عدم شناخت و آگاهی از مزایای گردشگر	۳/۵۶۸	۰/۲۰۹	۰/۰۳	۱	۰/۰۳
W11	وجود اختلاف‌های قومی و طایفه‌ای	۳/۴۶۶	۰/۲۰۳	۰/۰۲۹	۱	۰/۰۲۹
W12	آلودگی و تخریب منابع طبیعی	۳/۳۵۲	۰/۱۹۷	۰/۰۲۸	۱	۰/۰۲۸
W13	از بین بردن پوشش گیاهی منطقه	۳/۲۸۴	۰/۱۹۳	۰/۰۲۸	۱	۰/۰۲۸
W14	کاهش جمعیت عشایر (مهاجرت)	۳/۳۳۰	۰/۱۹۵	۰/۰۲۸	۱	۰/۰۲۸
W15	تخریب و خسارت به آثار تاریخی، فرهنگی و طبیعی	۲/۸۶۴	۰/۱۶۸	۰/۰۲۴	۱	۰/۰۲۴
W16	ناامنی برای عشایر و گردشگران	۲/۷۶۱	۰/۱۶۲	۰/۰۲۳	۱	۰/۰۲۳
W17	آسیب به فرهنگ عشایری	۲/۵۹۱	۰/۱۵۲	۰/۰۲۲	۱	۰/۰۲۲
	مجموع		۳/۴۱۶			۰.۶۴۴
	میانگین		۰/۲			

با توجه به امتیازات محاسبه شده از عوامل داخلی (نقاط قوت و نقاط ضعف) و مجموع امتیازات هر دو عامل (۲/۴۷۸=۰/۶۴۴+۱/۸۳۴)، مشخص شد که عدد به‌دست آمده از مقدار میانگین (۲/۵) کمتر است. بنابراین، نقاط ضعف ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان از دیدگاه کارشناسان نیز بر نقاط قوت آن برتری دارد.

۲-۲-۴. نتایج تحلیل همزمان عوامل خارجی (دیدگاه کارشناسان)

در این قسمت همانند تحلیل عوامل داخلی، ابتدا امتیازات عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان محاسبه شد. همان‌طور که در جدول (۱۱) مشاهده می‌شود، در عامل فرصت از دیدگاه کارشناسان بالاترین امتیازها مربوط به "توجه و حمایت بیشتر دولت از عشایر، استفاده از نیروهای متخصص و اموزش دیده" هستند. در نهایت، مجموع امتیازات به‌دست‌آمده از محاسبه امتیازهای فرصت‌های ایجاد مراکز گردشگری عشایر از دیدگاه کارشناسان در استان همدان عدد ۱/۷ به‌دست آمد.

جدول ۱۱. تحلیل همزمان عوامل خارجی (نقاط فرصت) ایجاد مراکز گردشگری از دیدگاه کارشناسان

ردیف	فرصت‌های ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
O1	توجه و حمایت بیشتر دولت از عشایر	۴/۱۰۲	۰/۲۷۳	۰/۰۳۴	۴	۰/۱۳۶
O2	استفاده از نیروهای متخصص و اموزش‌دیده	۴/۰۵۷	۰/۲۷۰	۰/۰۳۴	۴	۰/۱۳۶
O3	ارتقائ کیفیت سطح زندگی و معیشت عشایر	۶۸۳/۹	۰/۲۶۵	۰/۰۳۳	۴	۰,۱۳۲
O4	ایجاد تنوع در فعالیت‌های اقتصادی	۳/۹۶۶	۰/۲۶۴	۰/۰۳۳	۴	۰/۱۳۲
O5	ایجاد زیرساخت‌های فنی گردشگری	۳/۹۰۹	۰/۲۶۰	۰/۰۳۳	۴	۰/۱۳۲
O6	آموزش و توانمندسازی عشایر	۳/۸۶۴	۰/۲۵۷	۰/۰۳۲	۴	۰/۱۲۸
O7	جذب سرمایه‌گذاری‌های دولتی	۳/۶۹۳	۰/۲۴۶	۰/۰۳۱	۴	۰/۱۲۵
O8	افزایش آگاهی و شناخت عشایر نسبت به مزایای گردشگری	۴/۰۲۳	۰/۲۶۸	۰/۰۳۴	۳	۰/۱۰۲

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

ردیف	فرصت‌های ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
O9	امکان ایجاد یک منطقه جدید گردشگری برای مردم	۳/۹۶۶	۰/۲۶۴	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
O10	جذب گردشگران خارجی	۳/۹۸۹	۰/۲۶۵	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
O11	افزایش روابط اجتماعی، اقتصادی میان عشایر و گردشگران	۳/۹۲۰	۰/۲۶۱	۰/۰۳۳	۳	۰/۰۹۹
O12	معرفی و شناساندن مناطق گردشگری عشایری	۳/۸۵۲	۰/۲۵۶	۰/۰۳۲	۳	۰/۰۹۶
O13	احیای بازی‌ها، اداب و سنت‌های عشایر	۳/۸۳۹	۰/۲۵۵	۰/۰۳۲	۳	۰/۰۹۶
O14	جذب سرمایه‌گذاری‌های خصوصی	۳/۷۸۴	۰/۲۵۲	۰/۰۳۲	۳	۰/۰۹۶
O15	امکان سرمایه‌گذاری توسط عشایر (تولیدات لبنی، صنایع‌دستی)	۳/۷۲۷	۰/۲۴۸	۰/۰۳۱	۳	۰/۰۹۳
	مجموع		۳/۹۰۴			۱/۷
	میانگین		۰/۲۶			

عامل دوم خارجی مربوط به تهدیدهای ایجاد مراکز گردشگری عشایر در استان همدان است که محاسبات امتیازهای به‌دست‌آمده برای این بخش انجام شد. طبق جدول (۱۲)، امتیازات و جمع نهایی تهدیدهای ایجاد مراکز گردشگری عشایر از دیدگاه کارشناسان عامل "دسترسی نداشتن به راه‌های ارتباطی و جاده‌های مناسب و تخریب مناطق بکر در مناطق عشایری" در زمینه گردشگری عشایری بالاترین تهدید در ایجاد مراکز گردشگری عشایر را نشان می‌دهد. در نهایت، مجموع امتیازات به‌دست آمده عدد ۰/۸۳۶ است.

جدول ۱۲. تحلیل همزمان عوامل خارجی (نقاط تهدید) ایجاد مراکز گردشگری از دیدگاه کارشناسان

ردیف	تهدیدهای ایجاد مراکز گردشگری	میانگین	وزن گویه	ضریب اهمیت	رتبه	امتیاز نهایی
T1	دسترسی نداشتن به راه‌های ارتباطی و جاده‌های مناسب	۳/۹۰۹	۰/۴۳۴	۰/۰۵۹	۲	۰/۱۱۸
T2	تخریب مناطق بکر در مناطق عشایری	۳/۸۴۱	۰/۴۲۶	۰/۰۵۸	۲	۰/۱۱۶
T3	عدم سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری عشایری	۳/۷۷۳	۰/۴۱۹	۰/۰۵۷	۲	۰/۱۱۴
T4	ضعف اطلاع‌رسانی و تبلیغات	۳/۷۸۴	۰/۴۲۰	۰/۰۵۷	۲	۰/۱۱۴
T5	آلودگی و آسیب‌های زیست محیطی	۳/۷۰۵	۰/۴۱۱	۰/۰۵۶	۲	۰/۱۱۲
T6	ازبین رفتن زمین‌های کشاورزی (تغییر کاربری اراضی)	۳/۵۵۷	۰/۳۹۵	۰/۰۵۴	۲	۰/۱۰۸
T7	فصلی‌بودن مناطق گردشگری عشایری	۳/۸۷۵	۰/۴۳۰	۰/۰۵۸	۱	۰/۰۵۸
T8	عدم استقبال و پذیرش گردشگران از سوی عشایر	۳/۲۷۳	۰/۳۶۳	۰/۰۴۹	۱	۰/۰۴۹
T9	تهدیدهای سیاسی و امنیتی	۳/۱۴۸	۰/۳۴۹	۰/۰۴۷	۱	۰/۰۴۷
مجموع		۳۲/۸۶۵	۳/۶۴۷			۰/۸۳۶
میانگین		۳/۶۵۱	۰/۴۰۵			

با توجه به امتیازات محاسبه شده از عوامل داخلی (نقاط فرصت و نقاط تهدید) و مجموع امتیازات هر دو عامل (۰/۸۳۶+۱/۷= ۲/۵۳۶)، مشخص شد که عدد به‌دست آمده از مقدار میانگین (۲/۵) بالاتر است. بنابراین، این نکته بیانگر آن است که نقاط فرصت ایجاد مراکز گردشگری در استان همدان از دیدگاه کارشناسان بر نقاط تهدید آن برتری نسبی دارد.

۲-۲-۵. نتایج ماتریس عوامل درونی و بیرونی

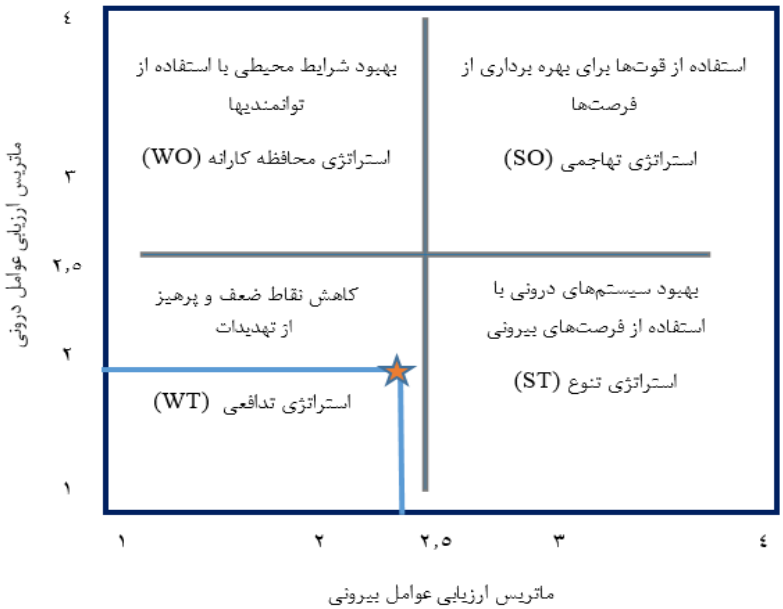
نتایج ارزیابی ماتریس راهبردها نشان داد با توجه به‌اینکه جمع امتیاز نهایی عوامل درونی بر روی محور ایکس‌ها (X) برابر با ۲/۴۵۷ و جمع امتیاز به‌دست آمده بر روی محور ایگرگ‌ها (Y) ۲/۴۴۳ می‌باشد، بنابراین طبق ماتریس راهبردی و مدل SWOT، موقعیت راهبردی موضوع مورد مطالعه یعنی ایجاد مراکز گردشگری عشایر در استان همدان در ناحیه (ربع سوم) (WT) قرار می‌گیرد. به همین دلیل، راهبرد متناسب با این منطقه، استفاده از راهبردهای تدافعی می‌باشند (جدول ۱۳).

جدول ۱۳. مجموع امتیازات نهایی مدل SWOT

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

	عوامل درونی		عوامل بیرونی	
	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت	تهدید
امتیاز نهایی	۱/۸۳۴	۰/۶۰۳	۱/۵۱۹	۰/۸۳۲
مجموع امتیاز عوامل (دیدگاه عشایر)	۲/۴۳۷		۲/۳۵۱	
امتیاز نهایی	۱/۸۳۴	۰/۶۴۴	۱/۷	۰/۸۳۶
مجموع امتیاز عوامل (دیدگاه کارشناسان)	۲/۴۷۸		۲/۵۳۶	
میانگین مجموع امتیازات (دیدگاه عشایر و کارشناسان)	۲/۴۵۷		۲/۴۴۳	

بنابراین، نتایج ماتریس بیانگر آن است که نقاط ضعف ایجاد مراکز گردشگری عشایر می‌تواند بر نقاط قوت پیش روی آن غلبه کند. همچنین، در آینده ممکن است عواملی که ایجاد مراکز گردشگری عشایری را تهدید می‌کنند، بر فرصت‌های پیش روی آن غلبه کنند. بنابراین، برنامه‌ریزی‌های میان‌مدت و بلندمدت در این زمینه مورد نیاز است. در شکل (۳)، محل قرارگرفتن موقعیت راهبردی حاصل از بررسی عوامل داخلی و بیرونی موثر بر ایجاد مراکز گردشگری عشایر روی محور ماتریس‌ها نشان داده شده است.



شکل ۳. ماتریس راهبردی سوات

۲-۳. ارائه راهبردها (سناریو ایده‌آل) در ایجاد گردشگری عشایر بر اساس سناریو ویزارد

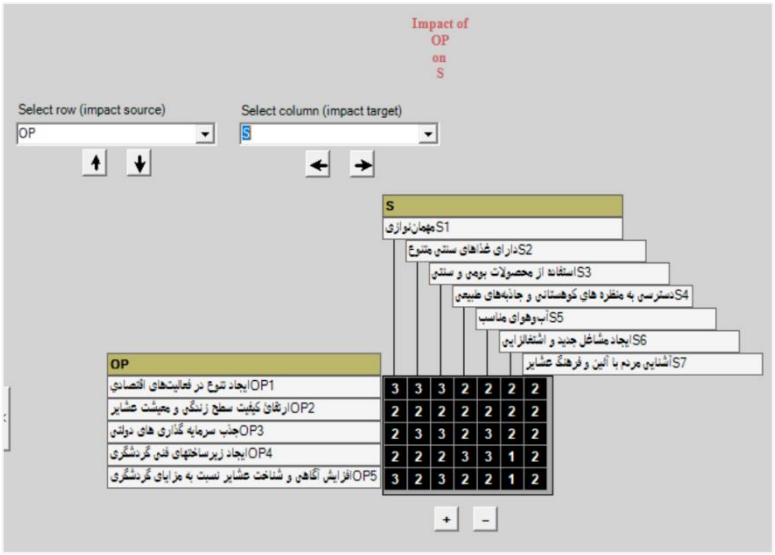
پس از شناسایی مولفه‌های تاثیرگذار بر ایجاد مراکز گردشگری با استفاده از تحلیل SOWT، به بررسی و تکمیل ماتریس متقاطع با استفاده از سناریوویزارد پرداخته شد. در این مرحله، برای سنجش ارتباط متقابل مولفه‌ها از سناریو ویزارد استفاده شد (شویرز و کیلگر، ۲۰۱۲). برای این منظور مولفه‌های شناسایی شده وارد جدول شد و توسط خبرگان با استفاده از طیف عددی (۳+ و... و ۳-) روابط بین مولفه‌ها مشخص گردید (جدول ۱۴).

جدول ۱۴. نحوه امتیازدهی ماتریس متقاطع

-۳	محدودیت‌ساز قوی	+۳	توانمندساز قوی یا تقویت‌کننده قوی
-۲	محدودیت‌ساز نسبی	+۲	توانمندساز متوسط
-۱	محدودکننده ضعیف	+۱	توانمندساز ضعیف
۰	بدون تاثیر	۰	بدون تاثیر

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

در شکل (۴)، بخشی از ماتریس متقاطع ارائه گردیده است. پس از ورود داده‌ها به نرم‌افزار سناریو ویزارد و اجرای آن ۸ سناریو به شرح شکل (۵) به‌دست آمد.

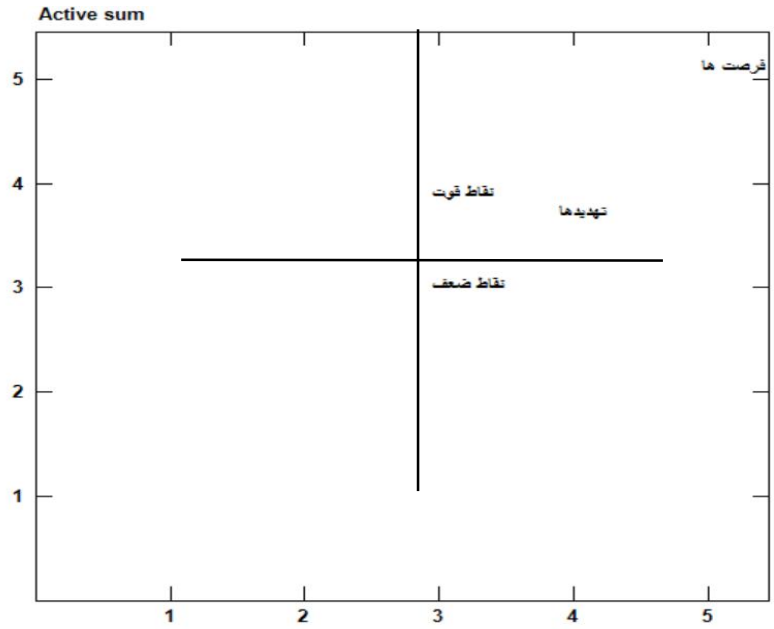


شکل ۴. ماتریس تاثیرات متقابل مولفه‌ها

Scenario No. 1	Scenario No. 2	Scenario No. 3	Scenario No. 4	Scenario No. 5	Scenario No. 6	Scenario No. 7	Scenario No. 8
S: S4: دسترسی به منظره‌های کوهستانی و جاذبه‌های طبیعی	S2: دارای غذاهای سنتی متنوع		S: S3: استفاده از محصولات بومی و سنتی	S: S7: آشنایی مردم با آئین و فرهنگ عشایر	S: S3: استفاده از محصولات بومی و سنتی	S: S7: آشنایی مردم با آئین و فرهنگ عشایر	S: S1: مهمان‌نوازی
OP: OP4: ایجاد زیرساخت‌های فنی گردشگری	OP: OP2: ارتقای کیفیت سطح زندگی و معشت عشایر						
W W4: مشکلات بهداشتی							
T T1: عدم دسترسی به راه‌های ارتباطی و جاده‌های مناسب	T T3: تخریب مناطق بکر در مناطق عشایری	T T5: از بین رفتن زمین‌های کشاورزی (تغییر کاربری اراضی)	T T3: تخریب مناطق بکر در مناطق عشایری		T T5: از بین رفتن زمین‌های کشاورزی (تغییر کاربری اراضی)		T T3: تخریب مناطق بکر در مناطق عشایری

شکل ۵ . سناریوهای پیشنهادی توسط نرم‌افزار سناریوویزارد

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]



شکل ۶. تعیین وضعیت عوامل موثر بر ایجاد گردشگری عشایر

با توجه به خروجی نرم‌افزار، سناریوی شماره ۱ دارای بالاترین امتیاز تأثیر است. همچنین، نرخ سازگاری که بیانگر تعادل تأثیرات مؤلفه‌ها در درون هر سناریو است نیز به وسیله نرم‌افزار محاسبه شده است و در جدول (۱۵) آمده است. هر چه عدد به صفر نزدیکتر (ایده‌آل‌ترین نرخ سازگاری) باشد بیانگر سازگاری بیشتر سناریو است.

جدول ۱۵. وزن و امتیاز تاثیر سناریوها

سناریو	سناریو ۱	سناریو ۲	سناریو ۳	سناریو ۴	سناریو ۵	سناریو ۶	سناریو ۷	سناریو ۸
وزن	۲۵۷	۱۴۶	۱۰۲	۱۰۲	۱۰۲	۱۱۳	۱۱۳	۱۱۳
نرخ سازگاری	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰
امتیاز تاثیر کل	۶	۲	۳	۲	۳	۳	۲	۳

۲-۳-۱. تحلیل راهبرد مطلوب (سناریو ایده‌آل) در ایجاد گردشگری عشایر

با توجه به نتایج سناریوهای به‌دست آمده و مقایسه امتیاز هر سناریو، سناریو شماره ۱ سناریو مطلوب برای ایجاد مراکز گردشگری است.

سناریو مطلوب بیانگر بهترین شرایط برای ایجاد مراکز گردشگری عشایر در استان همدان است. همانطور که نتایج سناریوهای پیشنهادی شکل (۵) نشان می‌دهد، وجود ویژگی‌های مثبت یا همان نقاط قوت نظیر جاذبه‌های طبیعی و کوهستانی‌بودن منطقه، عامل اصلی در ایجاد مراکز گردشگری عشایر است. در کنار وجود مناظر و طبیعت، توجه به ایجاد زیرساخت‌های فنی گردشگری در ایجاد وضعیت مطلوب و ایستای گردشگری عشایر تاثیر بسزایی خواهد داشت. از سوی دیگر، بی‌توجهی به این زیرساخت‌ها می‌تواند از نظر مشکلات بهداشتی در محیط مشکلاتی را ایجاد کند. پس همانطور که ماتریس (شکل ۶) نشان می‌دهد، توجه به فرصت‌ها به عنوان پیشران مهم در ایجاد مراکز گردشگری عشایر می‌شود. همانطور که در سناریو ۱ مشاهده می‌شود، دسترسی‌نداشتن به راه‌های ارتباطی و جاده‌های مناسب از موانع مهم در دسترسی به جاذبه‌های طبیعی است.

۲-۴. اولویت‌بندی مناطق شناسایی شده با استفاده از روش تاپسیس

براساس دیدگاه عشایر در زمینه نگرش، نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها، و تهدیدهای راه‌اندازی مراکز گردشگری عشایری در چهار شهرستان نهاوند، همدان، بهار و تویسرکان، با استفاده از روش تاپسیس اولویت‌بندی شدند. دلیل انتخاب چهار شهرستان مذکور به واسطه وجود بیشترین جمعیت عشایر در این شهرستان‌ها بوده است.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

روش تاپسیس به علت دارا بودن برخی مزایا نسبت به سایر روش‌ها استفاده شده است. یکی از مدل‌های تصمیم‌گیری براساس چند معیار که می‌تواند راهگشای بسیاری از مسائل تصمیم‌گیری برای مدیران و برنامه‌ریزان باشد، روش تاپسیس است. پایه‌های نظری این تکنیک بر این استوار است که ابتدا ایده‌آل‌های مثبت (بهترین حالت) و ایده‌آل‌های منفی (بدترین حالت) را برای هر یک از شاخص‌ها یافته و سپس فاصله هر گزینه از ایده‌آل‌های مثبت و منفی محاسبه می‌شود. گزینهٔ منتخب گزینه‌ای است که کمترین فاصله را از ایده‌آل‌های مثبت و بیشترین فاصله را از ایده‌آل‌های منفی داشته باشد. این تکنیک به گونه‌ای طراحی شده که طراح می‌تواند نوع معیارها را مثبت یا منفی از لحاظ تأثیر داشتن بر هدف تصمیم‌گیری در مدل دخالت داده و نیز اوزان و درجه اهمیت هر معیار را در مدل وارد نماید (آذر، ۱۳۸۱). گام‌های این روش به شرح زیر است:

۲-۴-۱. گام اول: تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری بر اساس میانگین

ماتریس تصمیم‌گیری حاوی اطلاعاتی است که آنتروپی می‌تواند به عنوان معیاری برای ارزیابی آن به‌کار رود و در اینجا ماتریس تصمیم‌گیری نمرات نهایی حاصل از میانگین‌گیری از متغیرهای پرسشنامه‌ها است (جدول ۱۶).

جدول ۱۶. تشکیل ماتریس تصمیم‌گیری بر حسب میانگین

ماتریس میانگین	نگرش	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت‌ها	تهدیدها
نهاوند	۷۷	۶۰	۵۰	۶۲	۳۲
بهار	۴۵	۵۴	۵۷	۶۰	۳۳
همدان	۴۶	۵۱	۵۸	۵۹	۳۲
تویسرکان	۴۲	۴۹	۵۷	۵۶	۳۳

۲-۴-۲. گام دوم: نرمال کردن ماتریس تصمیم

در این گام مقیاس‌های موجود در ماتریس تصمیم را بدون مقیاس می‌کنیم. به این ترتیب که هر کدام از مقادیر بر اندازه بُردار مربوط به همان شاخص تقسیم می‌شود (جدول ۱۷).

جدول ۱۷. ماتریس تصمیم نرمال شده

ماتریس میانگین	نگرش	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت‌ها	تهدیدها
نهاوند	۰/۷۰۷۸	۰/۵۵۹۱	۰/۴۴۹۷	۰/۵۲۲۹	۰/۴۹۲۲
بهار	۰/۴۱۳۷	۰/۵۰۳۲	۰/۵۱۲۷	۰/۵۰۶	۰/۵۰۷۶
همدان	۰/۴۲۲۹	۰/۴۷۵۲	۰/۵۲۱۷	۰/۴۹۷۶	۰/۴۹۲۲
تویسرکان	۰/۳۸۶۱	۰/۴۵۶۶	۰/۵۱۲۷	۰/۴۷۲۳	۰/۵۰۷۶

۲-۴-۳. گام سوم: وزن‌دهی به ماتریس نرمال شده

وزن‌دهی به ماتریس نرمالیزه شده ماتریس تصمیم در واقع پارامتری است و لازم است کمّی شود، به این منظور تصمیم‌گیرنده برای هر شاخص وزنی را معین می‌کند. برای این منظور، وزن‌دهی به معیارها با نرم‌افزار تاپسیس با استفاده از تکنیک آنتروپی شانون انجام شد (جدول ۱۸) و مراحل زیر به ترتیب اجرا گردید.

جدول ۱۸. وزن‌دهی به ماتریس تصمیم

ماتریس وزن‌ها	نگرش	نقاط قوت	نقاط ضعف	فرصت‌ها	تهدیدها
نهاوند	۰/۶۰۹۴	۰/۰۴۲۳	۰/۰۱۹۵	۰/۰۰۸۹	۰/۰۰۱۵
بهار	۰/۳۵۶۱	۰/۰۳۸۱	۰/۰۲۲۲	۰/۰۰۸۷	۰/۰۰۱۵
همدان	۰/۳۶۴	۰/۰۳۶	۰/۰۲۲۶	۰/۰۰۸۵	۰/۰۰۱۵
تویسرکان	۰/۳۳۲۴	۰/۰۳۴۶	۰/۰۲۲۲	۰/۰۰۸۱	۰/۰۰۱۵

۲-۴-۴. گام چهارم: راه حل ایده‌آل مثبت و منفی

تعیین فاصله i امین گزینه از گزینه ایده‌ال (بالاترین عملکرد هر شاخص) با علامت +A و تعیین فاصله i امین گزینه حداقل (پایین‌ترین عملکرد هر شاخص) با علامت -A

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

جدول ۱۹. تعیین اندازه ایده‌آل

اندازه فاصله	مثبت	منفی
نهاوند	۰/۲۷۷۱	۰/۰۰۰۴
همدان	۰/۲۵۳۳	۰/۰۲۴
بهار	۰/۲۴۵۴	۰/۰۳۱۷
تویسرکان	۰	۰/۲۷۷۱

براین اساس، گزینه برتر، کمترین فاصله را از راه‌حل ایده‌آل مثبت و بیشترین فاصله را از راه‌حل ایده‌آل منفی خواهد داشت (کاوالارو، ۲۰۱۰). همانطور که جدول (۱۹) نشان می‌دهد، "نهاوند" بیشترین نزدیکی را به راه‌حل ایده‌ال داشته است و شهرستان‌های همدان، بهار و تویسرکان به ترتیب در اولویت‌های بعدی قرار گرفته‌اند.

۲-۴-۵. گام پنجم: تعیین گزینه نزدیک به ایده ال و رتبه بندی گزینه ها

وزن هر معیار از مجموع وزن شاخص‌های آن به‌دست می‌آید و به کمک تاپسیس وزن نهایی معیارها از میانگین وزن نهایی آنها تعیین و سپس اولویت‌بندی می‌شود. رتبه‌بندی بر اساس میزان نزدیکی به راه‌حل ایده‌آل صورت می‌گیرد که میزان آن همواره بین صفر و یک است؛ عدد ۱ نشان‌دهنده بالاترین رتبه و عدد صفر نشان‌دهنده کمترین رتبه در مجموعه است (نسترن و همکاران، ۱۳۸۹). نتایج نهایی حاصل از اعمال وزن‌ها و محاسبه مقدار نزدیکی گزینه‌ها به راه‌حل ایده‌آل در جدول (۲۰) ارائه شده است.

جدول ۲۰. تعیین ضریب نزدیکی به راه‌حل ایده‌آل

رتبه	نام گزینه	ضریب نزدیکی به راه‌حل ایده‌آل
۱	نهاوند	۱
۲	همدان	۰/۱۱۴
۳	بهار	۰/۰۸
۴	تویسرکان	۰/۰۰۱

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست آمده در زمینه نگرش عشایر نسبت به ایجاد مراکز گردشگری عشایری در مناطق عشایری نشان داد که به‌طور کلی عشایر نسبت به ایجاد مراکزگردشگری عشایری دیدگاه مثبت و مساعدی دارند. بنابراین، می‌توان گفت تمایل به پذیرش ایجاد این مراکز بین عشایر استان وجود دارد. به‌ویژه اینکه عشایر معتقد بودندکه ایجاد مراکز گردشگری در استان فرصت اشتغالزایی برای آن‌ها فراهم می‌سازد.

با در نظر گرفتن نتایج به‌دست آمده از تحلیل راهبردی (قرارگیری در ربع سوم ماتریس تحلیل راهبردی- تدافعی) می‌توان به‌این نتیجه کلی دست یافت که ایجاد مراکز گردشگری عشایری در استان همدان با تهدیدها و ضعف‌های متعددی روبه‌رو است. بنابراین، پیشنهاد می‌شود قبل از برنامه‌ریزی و سیاستگذاری در زمینه ایجاد و توسعه مراکز گردشگری لازم است که تهدیدها، محدودیت‌ها و نقاط ضعف موجود برطرف گردند. از جمله لازم است بر حسب اولویت موارد زیر مد نظر قرار گیرند: تامین امکانات و خدمات رفاهی گردشگری، برطرف کردن کمبودهای زیرساخت گردشگری و بخصوص اکوگردشگری، افزایش آگاهی عمومی و گردشگران نسبت به پتانسیل‌های منطقه، تامین امکانات دسترسی به راه‌های ارتباطی و جاده‌های مناسب و اطلاع‌رسانی و تبلیغات مناسب.

در نهایت با توجه به سناریو مطلوب (سناریو ۱) توجه به زیرساخت‌های فنی و فراهم ساختن امکانات و زیرساخت‌های لازم برای ایجاد گردشگری عشایر به عنوان پیشران اصلی در ایجاد مراکز گردشگری عشایری استان است. همچنین، برای جلب

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

گردشگران، استفاده از مهم‌ترین جاذبه‌های گردشگری عشایر شامل بهره‌مندی از سبک زندگی و مهمان‌نوازی عشایر، سنت‌ها و آئین‌ها، غذاها و محصولات عشایر باید مورد توجه نهادهای دولتی و خصوصی قرار گیرد.

در این بخش با توجه به نتایج بخش‌های مختلف کمی و کیفی در زمینه نقاط قوت ایجاد مراکز گردشگری عشایری در استان همدان، پیشنهادها در سه بخش اجرایی، سیاستگذاری و تحقیقاتی جهت استفاده سازمان امور عشایری استان و سایر مسئولین و برنامه‌ریزان مرتبط با گردشگری عشایری ارائه شد.

جدول ۲۱. پیشنهادهای اجرایی، سیاستگذاری و تحقیقاتی مربوط به نقاط قوت

نوع پیشنهاد	شرح
پیشنهاد اجرایی	برای اجرایی‌شدن ایجاد مراکز گردشگری عشایری، دولت با همکاری و هماهنگی سازمان امور عشایری استان همدان شرایط و حمایت‌ها و بسترهای لازم را از طریق برگزاری جشنواره‌ها و برپایی سیاه‌چادرهای عشایر، اطلاع‌رسانی و تبلیغات فراهم سازد. اجرای برنامه‌هایی در زمینه علاقه‌مندی در بین مردم در زمینه گردشگری عشایری از طریق رسانه‌ها، فضای مجازی و کارشناسان مرتبط با امور عشایر. برگزاری دوره‌های آموزشی برای افراد علاقه مند ازجمله دانشجویان، دانش آموخته‌گان، کارمندان در سازمان‌های مختلف استان همدان به‌ویژه کارکنان مرتبط با امور عشایری ازجمله سازمان گردشگری و میراث فرهنگی، جهاد کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست. اجرای پروژه‌های زیرساختی و رفع مشکلات و کمبودهای عشایر استان به‌ویژه در زمینه دسترسی به زیرساخت‌ها و امکانات بهداشتی. اجرای برنامه‌های آموزشی و توانمندسازی عشایر. سرمایه‌گذاری از طریق ایجاد یک منطقه جدید گردشگری در استان. توسعه پروژه‌های اجرایی وسرمایه‌ای در زمینه ایجاد مراکز گردشگری عشایری. آموزش، فرهنگسازی واطلاع رسانی در زمینه تهدیدهای گردشگری استان. رفع موانع و محدودیت‌های سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری عشایری ازجمله موانع اداری و سازمانی و تسهیلات بانکی بهبود کیفیت زندگی عشایر و تأمین بخشی از نیازها و امکانات بهداشتی و رفاهی عشایر، از قبیل تأمین پنل‌های خورشیدی، تأمین حمام و سرویس بهداشتی.
پیشنهاد سیاستگذاری	تسهیل سیاستگذاری‌ها، قوانین و مقررات مربوط به گردشگری عشایر. برنامه‌ریزی‌های مناسب در جهت ایجاد مراکز گردشگری عشایری در استان. سیاست افزایش تسهیلات بانکی و تخصیص وام با بهره بانکی کم و با بازپرداخت بلندمدت به‌منظور ایجاد سایت‌های اکوگردشگری در سطح استان. تخصیص امتیازهای ویژه به فارغ التحصیلان دانشگاهی جهت تاسیس سایت‌های گردشگری عشایری. ایجاد برنامه‌ها و طرح های تشویقی دولت برای جذب گردشگران در مناطق عشایری. گسترش سیاست‌های توسعه گردشگری عشایری باهماهنگی سازمان امور عشایری و میراث فرهنگی. سیاستگذاری در جهت تقویت تسهیلات بانکی ویژه عشایر. سیاستگذاری درجهت تأمین نیازهای ضروری و اساسی عشایر ازجمله خدمات پزشکی و بهداشتی.
پیشنهاد تحقیقاتی	سنجش مزیت‌های احداث اکوگردشگری در استان همدان بررسی جاذبه‌های گردشگری عشایری در استان همدان برآورد اقتصادی ایجاد مراکز مستعد گردشگری عشایر بررسی نیازهای آموزشی عشایر در زمینه گردشگری بررسی موانع و مشکلات گردشگری عشایری در استان عوامل موثر بر توسعه گردشگری عشایری در استان بررسی راهکارهای همکاری بین سازمان‌های مرتبط با امور عشایری بررسی راهکارهای جلب مشارکت‌های مردم در توسعه گردشگری عشایری راهکارهای جلب سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در زمینه گردشگری عشایری در استان راهکارهای جلب مشارکت‌های سازمان‌های مردم نهاد در زمینه توسعه گردشگری عشایری شناسایی تهدیدها و محدودیت‌های توسعه گردشگری عشایری در استان همدان

ملاحظات اخلاقی

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آنهاست.

مشارکت نویسندگان

جمع‌آوری داده‌ها: نویسنده اول، نویسنده سوم، نویسنده دوم؛

تهیه گزارش پژوهش: نویسنده اول، نویسنده سوم، نویسنده دوم؛

تحلیل داده‌ها: نویسنده اول و نویسنده سوم؛

نظارت بر مراحل انجام پژوهش: نویسنده چهارم؛

بازبینی و نهایی‌سازی مقاله: نویسنده اول، نویسنده سوم و نویسنده چهارم.

تعارض منافع

بنا بر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

حامی مالی

مقاله حاضر با حمایت مالی اداره کل امور عشایری استان همدان انجام شده است.

سپاسگزاری

نگارندگان بر خود لازم می‌دانند از اداره کل امور عشایری استان همدان به خاطر حمایتهای مالی و همکاری در اجرای پژوهش حاضر سپاسگزاری نمایند.

منابع

اسمعیلی، زهره (۱۳۹۶). ارزشگذاری گردشگری عشایری در شهرستان شیروان. *پایان نامه کارشناسی ارشد*، دانشکده علوم کشاورزی، دانشگاه گیلان.

اسمعیلی، فضل ا...؛ خداداد، مهدی و نخعی، مهدیه (۱۳۹۴). تحلیل عاملی توسعه گردشگری عشایر منطقه سهند (مراغه). *دومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و اقتصاد*. موسسه عالی علوم و فناوری خوارزمی، شیراز. https://civilica.com/doc/559732

ایمانی طیبی، لیلا؛ شفیعی، زاهد و رجایی، محمد علی (۱۳۹۷). شناسایی ظرفیت های گردشگری عشایری با استفاده از مدل سوات (مورد مطالعه: عشایر قشقایی). *دومین کنفرانس بین المللی تحولات نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری*، تهران. https://civilica.com/doc/782184

پاپلی یزدی، محمدحسین و سقایی، مهدی (۱۳۹۳). *گردشگری (ماهیت و مفاهیم)*. سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، تهران.

حاجی‌نژاد، علی؛ آقائی، واحد و حاجی پور، نازنین (۱۳۹۷). ارزیابی نقش آگاهی از جاذبه‌های گردشگری در توسعهٔ اکوگردشگری (مطالعه موردی: آگاهی‌سنجی کارشناسان و گردشگران استان اردبیل). *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*. ۱۶(۱)، ۱۵۱-۱۲۵. https://doi.org/10.22067/geography.v16i2.22539

حبیب‌الهی، فضیلت (۱۳۹۸). *گردشگری مبتنی بر جوامع محلی*. چاپ سوم، نتشارات شفاف، تهران.

خسروی‌پور، بهمن و سلیمانی‌هارونی، خدیجه (۱۳۹۸). گردشگری صنعت سفید با گردشگری جامعه محور. *پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار*، ۵(۲)، ۵۹-۶۴. http://trsd.ir/post.aspx?id=600

دنیای اقتصاد (۱۳۹۹). *زندگی اولیه با گردشگری عشایری*، شماره روزنامه ۵۰۳۶.

رکن الدین افتخاری، عبدالرضا؛ ایمانی طیبی، لیلا و فرهادی یونکی، مجید (۱۳۹۹). عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری تجربه محور در مناطق موردمطالعه: عشایر قشقایی. *پژوهشهای روستائی*، ۱۱(۴)، ۷۲۷-۷۱۲. https://doi.org/10.22059/jrur.2019.284926.1376

زارعی، قاسم؛ حاضری، هاتف و علی نژاد، سلیم (۱۳۹۷). تاثیر ظرفیت پذیرش اجتماعی گردشگری عشایری در توسعه پایدار (ایل قشقایی تیره هیبت لو). *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*، ۱۱(۱)، ۱۳-۲۱. https://sid.ir/paper/231899/en.

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

زبردست، ایراندخت؛ نازقلیچی، بی بی سارا و سعیدی، نسرین (۱۳۹۳). برگزاری جشنواره موسیقی محلی، عاملی موثردرتوسعه گردشگری عشایری موردمطالعه: عشایرترکمن و بختیاری، *کنفرانس بین المللی توسعه پایدار، راهکارها و چالش ها با محوریت کشاورزی، منابع طبیعی، محیط زیست و گردشگری*، تبریز. https://civilica.com/doc/355720

شامبیاتی، محمدحامد و تاج، شهره (۱۳۹۶). تحلیل میزان پذیرش جامعه میزبان بر ایجاد گردشگری عشایری (مطالعه موردی ایل سنجابی و کلهر). *پایان نامه کارشناسی ارشد، گروه جغرافیا*، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی.

شهدادی، علی؛ قنبری، یوسف؛ سلمانی زاده، الهام و آذره، علی (۱۳۹۸). امکان سنجی و مکان یابی مناطق مستعد اخداث اکوکمپ‌های عشایری (مطالعه موردی: دهستان وردشت شهرستان سمیرم). *جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*، ۹(۳)، ۲۹۳- ۳۰۶. https://www.jgeoqeshm.ir/article_92768_en.html

عبداللهی، هدا؛ متین خواه، سید حمید؛ بشری، حسین و حسینی، سید محسن (۱۳۹۱). تعیین اولویت‌های گردشگری در منطقه گاوخونی با استفاده از فرایند تحلیل سلسله مراتبی (AHP). *نشریه محیط زیست طبیعی*، ۶۵(۱)، ۹۵-۱۱۰. https://doi.org/10.22059/jne.2012.29466

مجیدی ده شیخ، حکیمه؛ صفرآبادی، اعظم و گلی، علی (۱۳۹۶). آمایش منطقه‌ای جاذبه‌های گردشگری با تأکید بر توان‌های اکوگردشگری (استان کهگیلویه و بویراحمد). *پژوهش و برنامه‌ریزی شهری*، ۸(۲۹)، ۶۱-۸۲. https://jupm.marvdasht.iau.ir/article_2354.html?lang=fa

مدیریت امور عشایر استان همدان (۱۳۹۹). سیمای عشایر استان همدان. http://ashayerhmd.ir/page/simayeashayer

موحدی، رضا؛ پویا، مهرداد؛ صرامی فروشانی، ترانه و آرمند، مریم (۱۴۰۳). شناسایی و اولویت‌بندی مناطق مستعد گردشگری عشایری در استان همدان. *مطالعات برنامه ریزی قلمرو کوچ نشینان*، (۱) ۴، ۱۳۲-۱۱۷. https://doi.org/10.22034/jsnap.2024.431032.1083

مودودی ارخودی، مهدی؛ جوان شیری، مهدی و نیک شعار، مرجان (۱۳۹۷). شناسایی اولویت جاذبه‌های گردشگری بیرجند، *برنامه ریزی فضایی (جغرافیا)*، ۸ (۳)، ۱۰۶-۸۳. https://doi.org/10.22108/sppl.2018.111118.1217

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

References

Abdollahi, H., Matinkhah, S.H., Bashari, H., & Hosseini, S.M. (2012). Surveying the Recreational Priorities in Gavkhooni Region through Analytical Hierarchy Process (AHP). *Journal of Natural Environment*, 65(1), 95-110. (in Persian) https://doi.org/10.22059/jne.2012.29466

Administration of Hamedan's nomad affairs (2020). *the view of Hamedan's province nomads*. (in Persian) http://ashayerhmd.ir/page/simayeashayer

Chevtaeva, E., & Denizci-Guillet, B. (2021). Digital nomads' lifestyles and coworkation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 21, 1-11. https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100633

Dou, Y., Yu, X., Bakker, M., De Groot, R., Carsjens, G. J., Duan, H., & Huang, C. (2020). Analysis of the relationship between cross-cultural perceptions of landscapes and cultural ecosystem services in Genheyuan region, Northeast China. *Ecosystem Services*, 43, 1-17. https://doi.org/10.1016/j.ecoser.2020.101112

Esmaeili, F., Khodadad, M., & Nakhaei, M. (2015). Factor analysis of nomad development in Sahand region (Maragheh). *2th international conference on management, accounting and economy, higher education center of Kharazmi's science and technology*, Shiraz. (in Persian) https://civilica.com/doc/559732

Esmaeili, Z. (2017). The valuing nomad tourism in shirvan county. *Master thesis*, faculty of agriculture, guilan university. (in Persian)

Fan, K.H.F., Chang, T.C., & Ng, S.L. (2020). The Batek's dilemma on indigenous tourism. *Annals of Tourism Research*, 83, 1-13. https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102948.

Habibollahi, F. (2019). *Tourism based on local communities.* 3th edition, Tehran: Shafaf publications. (in Persian)

Hajinejhad, A., Aghaei, V., & Hajipour, N. (2019). Evaluation the Role of Awareness by Tourism Attractions on Ecotourism Development (Case Study: Awareness Assessment of Experts and Tourists of Ardebil Province). *Journal of Geography and Regional Development*, 16(2), 125-151. (in Persian) https://doi.org/10.22067/geography.v16i2.22539

Halder, S., & Sarda, R. (2021). Promoting Intangible Cultural Heritage (ICH) tourism: Strategy for socioeconomic development of snake charmers (India) through geoeducation, geotourism and geoconservation. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9 (2), 212-232. https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2021.02.008

Imani Tayebi, Z., Shafei, Z., & Rajaei, M.A. (2018). Identifying the nomad tourism opportunities by using SWOT model (case study: Ghashghaei nomads). *2th international conference on new changes on management, accounting and economy*, Tehran. (in Persian) https://civilica.com/doc/782184

Khosravipour, B., & Soleymaniharouni, K. (2019). Tourism white industry with community based tourism.*Tourism research and sustainable development journal*, 5 (2), 59-64. (in Persian) http://trsd.ir/post.aspx?id=600

Korkeh Abadi, Z., & Mostakhdemin, H. (2011). Investigating the Potential of Entrepreneurial Tourism in Iran's Nomadic Society, *Journal of Work and Society*, 120/121, 37-50. (in Persian)

Majidi, H., Safarabadi, A., & Goli, A. (2017). Regional Spatial Planning of Rural Tourism Attractions with an Emphasis on Ecotourism Potentials of Kohgiluyeh-BoyerAhmad Province. *Research and urban planning*, 8(29), 61-82. (in Persian) https://jupm.marvdasht.iau.ir/article_2354.html?lang=fa

Mododi Arkhodi, M., Javanshiri, M., & Nik- Shoar, M. (2019). Identification the Priority of Birjand Tourist Attractions. *Spatial Planning*, *8*(3), 83-106. (in Persian) https://doi.org/10.22108/sppl.2018.111118.1217

Moon, H., & Han, H. (2019). Tourist experience quality and loyalty to an island destination: The moderating impact of destination image. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(1), 43-59. https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1494083

Movahedi, R., Pouya, M., Sarami-Foroushani, T., & Armand, M. (2024). Identifying and Prioritizing potential areas for nomadic tourism in Hamedan province. *Nomadic Territory Planning Studies*, 4(1), 117-132. (in Persian) https://doi.org/10.22034/jsnap.2024.431032.1083

Papoliyazdi, M.H., & Saghaei, M. (2014). *Tourism (nature and concepts).* Tehran: SAMT Publications. (in Persian)

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]

Pine, B.J., & Gilmore, J.H. (2013). *The experience economy: past, present and future.* In Handbook on the experience economy (pp. 21-44). Edward Elgar Publishing. https://doi.org/10.4337/9781781004227.00007

Rokneddin Eftekari, A., Imani Taeibi, L., & Farhadi Uonaki, M. (2021). The Influential Factors in Experience-Based Tourism in Nomadic Areas (Case Study: Qashqai Tribes). *Journal of Rural Research*, *11*(4), 712-727. (in Persian) https://doi.org/10.22059/jrur.2019.284926.1376

Shahdadi, A., Ghanbari, Y., Salmani Zadeh, E., & Azareh, A. (2019). Potentiometric and location predatory areas for construction nomadic ecocamp (Case study: Part of Semirom province). *Geography (Regional Planning)*, 9(35), 293-306. (in Persian) https://www.jgeoqeshm.ir/article_92768_en.html

Sham Bayati, M.H., & Taj, S. (2017). Analysis of rate of host community adoption on nomad tourism (case study: sanajabi and kalhor tribe). *Master thesis*, Islamic azad university. (in Persian)

Shircliff, J.E. (2020). Nomadic by nature? Contradictions and precarious work in Mongolian tourism. *Central Asian Survey*, 39 (3), 361-377. https://doi.org/10.1080/02634937.2020.1736001

Talinbayi, S., Xu, H., & Li, W. (2019). Impact of yurt tourism on labor division in nomadic Kazakh families. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 17 (3), 339-355. https://doi.org/10.1080/14766825.2018.1447949

Tiberghien, G. (2020). Neo-nomadic Culture as a Territorial Brand for 'Authentic' Tourism Development in Kazakhstan, *Europe - Asia Studies*, 72 (10), 1728-1751. https://doi.org/10.1080/09668136.2020.1776842

Wani, S. A., Shaheen, F.A., & Wani, M.H. (2018). Cashmere producing smallholder nomads of Himalaya: Survival challenges of a system. *Small Ruminant Research*, 163, 45-50. https://doi.org/10.1016/j.smallrumres.2017.07.008

World of economy (2020). Initial life with nomad tourism. Newspaper Nr.5036. (in Persian)

Wu, H.C., & Cheng, C.C. (2018). An empirical analysis of tourists' switching intention: The case of Jiufen. *Journal of China Tourism Research*, 14(2), 193-220. https://doi.org/10.1080/19388160.2018.1463883

Zabarast, I., Naz Kallychi, B., & Saeedi, N. (2015). Conducting a local music festival, promoting the popularity of nomad tourism: Ashir Turkman and Bakhtiari. International Conference on Sustainable Development, Solutions and Challenges Focusing on Agriculture, Natural Resources, Environment and Tourism, Tabriz. (in Persian) https://www.civilica.com/Paper-ICSDA01-ICSDA01_1420.html

Zarie, Gh., Hazeri, H., & Alinezhad Salim, L. (2019). The Impact of Social Acceptance of Nomadic Tourism on Sustainable Development (Ghashghayi Tribe, Haybetlou Clan). *Journal Of Iranian Social Development Studies (JISDS)*, 11(1), 21-31. (in Persian) https://sid.ir/paper/231899/en

[Downloaded from system.khu.ac.ir on 2026-06-26]
[DOR: 20.1001.1.23222131.1404.14.53.5.7]
[DOI: 10.66224/serd.14.53.2]