


Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development

Autumn 2024, Vol.5, No.3, Serial Number 19, pp 152-171

 <https://doi.org/10.22077/vssd.2024.6904.1215>



Providing A Model for Business in The Development of Rural Electronic Tourism Industry in The Villages of Kermanshah Province

Masoumeh Ayeneh¹, Mohammad Rasol Almasifard^{2*}

1. Ph. D Student of entrepreneurship, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of social, Razi University, Kermanshah, Iran.

2. Department of Management, Faculty of Management and Accounting, Razi University, Javanroud, Iran.

*Corresponding author, Email: almasifard@gmail.com

Keywords:

Business, Electronic Tourism, Village, Development.

1. Introduction

In the current economy, due to the competition between businesses, the industry, as one of the most important services of the industry, experiences tight competition with other industries in the world. Information technology in recent years has a tremendous impact on all sectors of this industry. The electronic industry is the result of the link between tourism and information technology. The capabilities and competitive advantages of e-commerce are important factors in creating an economic leap in the tourism industry. Rural tourism is not a general solution to all the pains and problems of villages, but it is one of the methods that may be economically important. Creating businesses can be a strategy for the development of the rural electronic tourism industry. Inadequate coordination between different can cause non-compliance and reduce the effectiveness of e-tourism development. In the development of the rural electronics industry, maintaining the cultural and natural identity of the region is a problem.

2. Methodology

The present research was carried out in a qualitative qualitative study using the theoretical method. In the documentary and library method, first, the theoretical foundations related to the research topic and the background of the studies conducted inside and outside the country about the topic, reviews and many written sources including books, articles, press, reports, websites, blogs and news agencies were analyzed. Collecting research data has been done with two documentary-library methods, field observation and interview. In part of the semi-structured interview, it was used as the main data collection tool. The statistical population was professors of business management, entrepreneurship, tourism industry, managers of information and communication technology and rural partnerships in Kermanshah province. Sampling method was done purposefully and with theoretical love method and 15 people were selected as a sample. The selection was carried out according to the snowball until theoretical saturation was reached. The method of data analysis was open, mixed and selective coding along with their requirements of solvent analysis. In this research, in order to ensure the validity and reliability of the interview questions, matching method and intra-subject agreement method were used.

Received:

24/Nov/2023

Revised:

27/Apr/2024

Accepted:

14/Jul/2024

3. Findings

Research factors in designing a business model in the development of the rural electronic tourism industry include economic and socio-cultural factors, infrastructure, government support, electronic development, competitive advantage, governing laws and regulations, individual factors, institutional factors, environmental factors, The business was identified in the development of the electronics industry, and new technology.

4. Discussion and Conclusion

The current research suggests this model as a guide for the formation of electronic tourism businesses in the village. Considering the mutual and multiple benefits of the development of e-tourism in rural areas, the findings of the current research can be of interest to policy makers and decision makers in related sectors (such as tourism, municipality, etc.) as well as those involved in the matter. Economic and socio-cultural factors are among the most important and fundamental factors affecting the development of the rural electronic tourism industry, and paying attention to them provides the necessary background for the growth and development of the rural electronic tourism industry. The development of the electronic tourism industry in rural areas is done with the aim of reducing business problems, creating incentives for development and ultimately satisfaction with tourism, and by ensuring profitable activities in rural areas, they are looking for ways to reduce immigration and even return immigrants to their hometowns. Rural electronic tourism has been considered as one of the fields of synergy and expansion of economic activities in rural areas of the country.



How to cite this article:

Ayeneh, M., & Almasifard, M.R. (2024) Providing A Model for Business in The Development of Rural Electronic Tourism Industry in The Villages of Kermanshah Province. *Village and Space Sustainable Development*, 5(3), 152-171. [10.22077/vssd.2024.6904.1215](https://doi.org/10.22077/vssd.2024.6904.1215)



Copyright: © 2024 by the authors. Licensee Quarterly Journal of Village and Space Sustainable Development. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).



فصلنامه روستا و توسعه پایدار فضا

دوره پنجم، شماره سوم، پیاپی نوزدهم، پاییز ۱۴۰۳، شماره صفحه ۱۵۲-۱۷۱

<https://doi.org/10.22077/vssd.2024.6904.1215>

ارائه الگویی برای کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی در روستاهای استان کرمانشاه

معصومه آینه^۱ و محمدرسول الماسی فرد^{۲*}

۱. دانشجوی دکتری کارآفرینی، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

۲. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه رازی، جوانرود، ایران.

* نویسنده مسئول، ایمیل: almasifard@gmail.com

چکیده:

در اقتصاد کنونی به دلیل رقابت بین کسب و کارها وجود مدل کسب و کار مناسب اهمیت ویژه‌ای دارد. هدف اصلی پژوهش ارائه‌ی الگویی برای کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی در روستاهای استان کرمانشاه بود که با روش داده بنیاد انجام شد. ابزار گردآوری اطلاعات مصاحبه نیمه ساختاریافته و مشارکت-کنندگان پژوهش اساتید گروه مدیریت کسب و کار، کارآفرینی، مدیران صنعت گردشگری، مدیران حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تعاونی‌های روستایی استان کرمانشاه بودند. روش نمونه‌گیری به صورت هدفمند و با روش اشباع نظری انجام شد و ۱۵ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. انتخاب طبق روش گلوله برفی و تا رسیدن به اشباع نظری پیش رفت. روش تحلیل داده‌ها به صورت کدگذاری باز، محوری و انتخابی همراه با ملزومات آن‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش جهت اطمینان از روایی و پایایی سؤالات مصاحبه از روش تطبیق اعضا و روش توافق درون موضوعی استفاده شده است. عوامل مؤثر در طراحی مدل کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی شامل عوامل اقتصادی و اجتماعی-فرهنگی، زیرساخت‌ها، حمایت دولت، تحقیق و توسعه الکترونیکی، مزیت رقابتی، قوانین و مقررات حاکم، عوامل فردی، عوامل نهادی، عوامل محیطی، کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک، و فناوری جدید شناسایی شد. پژوهش حاضر این الگو را به عنوان راهنمایی برای شکل‌گیری کسب و کارهای گردشگری الکترونیک در روستا پیشنهاد می‌کند. با توجه به منافع متقابل و چندگانه توسعه گردشگری الکترونیک در مناطق روستایی، یافته‌های پژوهش حاضر می‌تواند مورد توجه سیاست‌گذاران و تصمیم‌سازان در بخش‌های مرتبط (نظیر گردشگری، شهرداری و نظایر آن) و همچنین دست‌اندرکاران امر قرار گیرد.

واژگان کلیدی:

کسب و کار، گردشگری الکترونیک، روستا، توسعه.

تاریخ ارسال:

۱۴۰۲/۰۹/۰۳

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۲/۰۸

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۴/۲۴

۱- مقدمه

صنعت گردشگری به سرعت رشد یافته و تحولات گسترده‌ای را در سراسر جهان تجربه می‌کند. با توجه به جایگاه این صنعت در بین دیگر صنایع و تغییر و تحولات بسیار، توجه خاصی را به خود معطوف کرده است (کلابی، ۱۴۰۰). گردشگری یکی از شاخه‌های نوین اقتصاد ملی است که اهمیت اجتماعی-اقتصادی دارد و با ارائه خدمات توریستی و رفع نیازهای مصرف‌کنندگان در بازار گردشگری در ارتباط است. یکی از اشکال محبوب گردشگری، گردشگری روستایی است؛ که چشم‌اندازی در صنعت گردشگری که فرصت‌هایی را برای انبوهی از مشکلات توسعه روستایی ارائه می‌دهد. گردشگری روستایی یکی از مهم‌ترین زمینه‌های توسعه روستایی و وسیله‌ای برای ارتقای سطح زندگی روستاییان است (کوت کویچ و هابا، ۲۰۲۰)^۱. با این حال، گردشگری به‌منزله‌ی صنعتی که با حوزه‌های مختلفی مانند اقتصاد، فرهنگ، محیط‌زیست، کشاورزی و خدمات در تعامل است، دارای اهمیت فراوانی است و در بسیاری کشورهای جهان که به توسعه گردشگری روستایی پرداخته‌اند، تأثیرات درخور توجهی در رشد و پیشرفت اقتصادی-اجتماعی آن ناحیه مشاهده شده است. توسعه صنعت گردشگری به‌منزله‌ی مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و نقش گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، قابل توجه است (کومار و همکاران، ۲۰۲۲؛ بورقانی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۲). شرکت‌های حوزه گردشگری نیز همانند دیگر کسب‌وکارها شاهد تحولات جدیدی بوده‌اند و با تغییراتی اساسی سعی کردند تا گام‌های بزرگی جهت تطبیق خود با فناوری‌های نوین بردارند. گردشگری الکترونیک استفاده از فناوری اطلاعات برای ارائه سرویس‌های موردنیاز گردشگران است و شامل سرویس‌هایی است که در گذشته گردشگران به‌طور سنتی از آن‌ها استفاده می‌کردند و تمامی اجزای کسب‌وکار مانند تجارت الکترونیک، تولید محتوای الکترونیک، تحقیق و توسعه و بازاریابی الکترونیکی را شامل می‌شود (پنکارلی، ۲۰۲۰)^۳.

با توجه به تغییر مستمر محیط متلاطم کسب‌وکارهای امروزی، بسیاری از منابع علمی مرتبط با مدیریت راهبردی و توسعه کسب‌وکار بر دستیابی به مزیت رقابتی پایدار تأکید دارند، زیرا همسو شدن با تغییرات فناوری و قواعد و مقررات بازار برای بقا الزامی است و شرکت‌هایی قادر به پایداری و توسعه‌اند که با توجه به ارزیابی مداوم نیازهای بازار و ضرورت‌های فناوری مدل کسب‌وکار مناسب‌تری از رقبا انتخاب کنند (امینی و مزروعی سبدانی، ۱۳۹۹). مدل کسب‌وکار می‌تواند به‌عنوان معماری محصولات و خدمات و جریان‌های اطلاعاتی باشد که شامل شرح اجزای مختلف کسب‌وکار، نقش آن‌ها و نتایج بالقوه هر یک از این اجزا و منابع درآمدیشان شود (یاوری گهر و همکاران، ۱۳۹۹). طراحی مدل‌های کسب‌وکار از اهمیت تحول در صنعت گردشگری به‌حساب می‌آید. از طرفی ایجاد نوآوری، خلق ایده‌های جدید و طراحی‌هایی استراتژیک را در جهت بهبود و ثبات شرکت‌های فعال در بخش‌های گردشگری به دنبال دارد. طراحی مدل‌های کسب‌وکار این امکان را می‌دهد که این شرکت‌ها بتوانند پاسخ مناسبی به تغییرات و پویایی محیطی دهند. مدل مورد استفاده در راه‌حل‌های کسب‌وکار باید با شرایط اقتصادی متغیر تعدیل شود (گرابوسکا، ۲۰۱۵)^۴. در طی سال‌های اخیر گردشگری به صنعتی رقابتی در دنیا تبدیل شده است و کشورها برای کسب مزیت رقابتی و درآمد بیشتر متمایل به استفاده از ابزارهای جدید در این صنعت شده‌اند. امروزه یکی از بهترین راه‌هایی که شرکت‌های گردشگری می‌توانند برای بهبود عملکرد در جهت توسعه پایدار در فضای الکترونیک به‌کارگیرند، طراحی مدل کسب‌وکار بر اساس مزیت‌های رقابتی

¹. Gutkevych and Haba

³. Kumar and et.al

³. Pencarelli

⁴. Grabowska



شرکت‌ها است (کلابی، ۱۴۰۰). گردشگری روستایی راه‌حل کلی برای همه دردها و مسائل و مشکلات نواحی روستایی نیست، اما یکی از شیوه‌هایی است که ممکن است آثار اقتصادی مهمی داشته باشد و به‌نوعی می‌تواند به کند شدن روند تخلیه سکونتگاه‌های روستایی و کاهش مهاجرت روستاییان کمک کند. ایجاد کسب‌وکار می‌تواند راهبردی برای توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی نسبتاً تفکر جدیدی باشد که سیاستمداران محلی در مناطق روستایی به اهمیت این موضوع پی برده‌اند، اما تجربه کافی برای اجرای آن ندارند. بنابراین، روستاها ممکن است با کمبود زیرساخت‌های الکترونیکی از جمله اینترنت پرسرعت، شبکه‌های ارتباطی قوی و تجهیزات الکترونیکی مواجه باشند. این مسئله می‌تواند مانع از ارائه خدمات گردشگری الکترونیکی به میهمانان باشد و توسعه صنعت را محدود کند. همچنین در برخی روستاها، کمبود آگاهی و آموزش درباره فناوری‌های الکترونیکی و راهبردهای توسعه گردشگری الکترونیکی ممکن است وجود داشته باشد. این مسئله می‌تواند باعث کاهش قابلیت استفاده از فناوری‌های جدید و ابتکارات در صنعت گردشگری روستایی شود. از طرفی در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی، عدم تعامل و هماهنگی مؤثر بین سازمان‌ها، نهادها و جامعه محلی می‌تواند یک مسئله باشد. هماهنگی ناکافی میان اقدامات مختلف می‌تواند منجر به عدم انطباق و کاهش تأثیربخشی اقدامات توسعه گردشگری الکترونیکی شود. در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی، حفظ هویت فرهنگی و طبیعی منطقه یک چالش مهم است. استفاده از فناوری‌های الکترونیکی باید با حفظ و ارزشیابی صحیح جاذبه‌های فرهنگی و طبیعی منطقه همراه باشد تا ازدیاد یکنواختی و تجاری شدن اکتشاف‌های گردشگری جلوگیری شود. با توجه به مطالب بیان‌شده هدف این پژوهش ارائه الگویی برای کسب‌وکار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی در روستاهای استان کرمانشاه می‌باشد.

۲- بنیان نظریه‌ای

صنعت گردشگری از دیرباز در ایران رونق داشته است و شواهد تاریخی فراوانی بر این ادعا وجود دارد، درحالی‌که این صنعت آن‌طور که باید و شاید رشد نکرده و توسعه نیافته است. در پیش‌بینی سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۱۹ از وضعیت گردشگری در میان ۱۸۱ کشور بررسی شده نشان داد که ایران از نظر وسعت در رتبه ۲۸ و از نظر اقتصاد جهانی با رتبه ۹۹ و از نظر رشد در رتبه ۱۰۰ قرار دارد که نشان‌دهنده رشد منفی آن است (دین پناه و نعیمیان، ۲۰۲۲).^۱ گردشگری به‌عنوان یک صنعت مهم در سطح جهان و یک بخش مهم در اقتصاد بسیاری از کشورها محسوب می‌شود. این صنعت یکی از بزرگ‌ترین و متنوع‌ترین صنایع در جهان به حساب می‌آید و سرعت رشد آن باعث ایجاد تحولات اجتماعی، اقتصادی و محیطی بسیاری شده است. بسیاری از کشورها از چنین رویکردی برای بهبود چشمگیر شرایط فعلی و غلبه بر برخی از مشکلات اقتصادی از جمله کم بودن درآمد سرانه، بیکاری و کمبود درآمدهای ارزی با موفقیت استفاده کرده‌اند (رحمانی و راهنما، ۲۰۱۹).^۲ فناوری به‌عنوان کاربرد دانش علمی برای اهداف علمی به‌ویژه در صنعت گردشگری تعریف می‌شود. فناوری در قرن گذشته جهش‌ها و محدودیت‌ها را پوشش داده است. تأثیر فناوری را می‌توان در هر جنبه‌ای از زندگی احساس کرد. چه پیشرفت فناوری کامپیوتر باشد و چه فن‌ها فرایندها و پیشرفت فناوری هم به نفع جامعه بوده و هم آسیب‌هایی را به همراه داشته است. فناوری بر هر صنعتی در بازار تأثیر دارد و گردشگری نیز از این قاعده مستثنا نیست (کومار و شاکر، ۲۰۲۰).^۳ سامانه کسب‌وکار الکترونیک گردشگری می‌تواند کمک زیادی به توسعه گردشگری روستایی کند. این نه‌تنها می‌تواند کارایی ارتباطات اطلاعاتی بین تأمین‌کنندگان و مشتریان را بهبود بخشد، بلکه شرکت‌های گردشگری را

^۱ . Dinpanah and Naeimian

^۲ . Rahmani & Rahnama

^۳ . Kumar & Shekar

نیز فعال می‌کند برای درک سریع‌تر پویایی بازار و انجام اصلاحات به‌موقع استراتژی کسب‌وکار. استفاده الکترونیکی از پلتفرم‌های کسب‌وکار الکترونیک برای نمایش اطلاعات محصولات گردشگری روستایی نیز می‌تواند باعث جذب بهتر گردشگران برای خرید محصولات، گسترش کانال‌های فروش و درعین‌حال کاهش هزینه‌ها شود (زها و همکاران، ۲۰۲۱).^۱ توجه به تصمیمات نهاد گردشگری جمهوری اسلامی ایران جهت توسعه صنعت گردشگری، فضای کسب‌وکار الکترونیکی می‌تواند در مسیر توسعه، نقشی سازنده به عهده داشته باشد و از آنجایی که شبکه‌های اینترنتی توانایی ایجاد تعامل میان کاربران را دارند و ارتباطات دوطرفه‌ای را میان مشتریان و سازمان‌ها فراهم می‌کنند، تغییرات بنیادینی را در عرصه تجارت ایجاد کرده‌اند (هولبیک و همکاران، ۲۰۱۵).^۲ بنابراین، در عصر حاضر فناوری اطلاعات محور توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جوامع مختلف قرار گرفته است و با نادیده گرفتن محدودیت‌های زمانی و مکانی و با رشد شتابان و سرعت چشمگیر خود توانسته است تمامی عرصه‌های زندگی بشر را دست‌خوش تغییر و تحول کند. فناوری اطلاعات به‌عنوان یک ابزار کلیدی و توانمند ساز در راستای دستیابی به اهداف کلان توسعه ملی و بین‌المللی، نقش محوری ایفا می‌کند. با ظهور اینترنت و ابداع روش‌های نوین ارتباطی، فرصت‌های بی‌شماری در عرصه کسب‌وکار ایجاد شده است. شناخت صحیح این فرصت‌ها و تحولات جهانی حاصل از آن برای حفظ منافع یک جامعه ضروری و غیرقابل‌انکار است به‌گونه‌ای که غفلت از تغییرات سبب تضعیف قدرت راهبردی و اقتصادی یک کشور می‌شود. از این‌رو، فناوری اطلاعات به‌عنوان یک پیشران در توانمندسازی حوزه‌هایی از جمله کسب‌وکار، گردشگری، اقتصاد، سلامتی، آموزش و ... مورد استفاده قرار می‌گیرد (خاتمی فیروزآبادی و همکاران، ۱۳۹۷).

امروزه از گردشگری به‌عنوان گذرگاه توسعه یاد می‌شود. گردشگری بسته به شرایط محیطی، دارای انواع مختلفی است. یکی از مهم‌ترین انواع گردشگری، گردشگری روستایی است که با قدمتی بیشتر از یک قرن، با ارائه جذابیت و ایجاد تمایل در استفاده از فضا و ویژگی‌های محیط روستایی برای گردشگران و هم‌چنین، کارکردی جهت بهبود و ارتقای شاخص‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی منطقه میزبان، مورد توجه بسیاری واقع شده است (رکن‌الدین افتخاری و قادری، ۱۳۸۱؛ حاجی نژاد و همکاران، ۱۳۹۲؛ حیدری و همکاران؛^۳ شفیع و همکاران، ۱۳۹۶). گردشگری روستایی به‌عنوان یک عامل بسیار مؤثر، فعالیت‌های اقتصادی و مشاغل مختلف را در روستاها ایجاد کرده و به این لحاظ می‌توان گفت، بر میزان درآمد و سطح فقر روستاییان تأثیر گذاشته است. در واقع، گسترش گردشگری روستایی باعث روی آوردن مردم به فعالیت‌های سازنده، رونق اقتصادی و کاهش فقر شده و این موضوع، حساسیت پیرامون ریشه‌های مواجهه با فقر را افزایش داده و با توجه به مطرح بودن مناطق روستایی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین کانون‌های فقر، توجه بیشتر به این مناطق را در پی داشته است (ایستانا، ۲۰۲۱؛^۴ اصلانی و همکاران، ۱۴۰۱). گردشگری روستایی نیز جزئی از صنعت گردشگری به‌حساب می‌آید که می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب، شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های گردشگری روستایی نقش مؤثری در توسعه این مناطق و در نتیجه توسعه ملی و تنوع‌بخشی به اقتصاد ملی بر عهده داشته باشد. این مسئله باعث شده است که در سال‌های اخیر بار دیگر، روستاهای گردشگری مورد توجه قرار گرفته و نظریه‌پردازان، برنامه‌ریزان و مجریان حکومتی درصدد برآیند تا با راهکارها و استراتژی‌های جدید در راستای پایداری گردشگری تلاش بیشتری انجام دهند (بساک و دین‌پرست، ۱۳۹۹). گردشگری روستایی از طریق نفوذ و تأثیر بر کلیه جوانب زندگی روستایی، آن‌ها را چه از نظر اقتصادی و چه از نظر فرهنگی - اجتماعی به رشد می‌رساند. گردشگری

¹ . Zhao & et.al

² . Hollebeek & et.al

³ . Heydari & et.al

⁴ . Istana

روستایی در واقع شکلی از مشارکت همه افشار جامعه روستایی در فرآیند توسعه است؛ زیرا با ورود گردشگر به یک منطقه، تمامی افراد ناخودآگاه در مسیر توسعه قرار می‌گیرند. توسعه گردشگری به منزله‌ی مجموعه فعالیت‌های اقتصادی، تأثیر بسزایی در تقویت بنیان‌های اقتصادی جوامع دارد و نقش گردشگری به‌عنوان منبع جدیدی برای ایجاد اشتغال، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌های اجتماعی که موجب رشد و توسعه سایر صنایع می‌شود، قابل توجه است. گردشگری روستایی به‌صورت فعالیتی پردرآمد در جهان شده، درآمدهای حاصل از آن بسیار زیاد است. سهم روستاهای کشور ما با همه توان‌ها و جاذبه‌های طبیعی، فرهنگی، تاریخی و هنری از این فعالیت فوق‌العاده ناچیز است. یک مقصد گردشگری از بازدیدکنندگان پذیرایی می‌کند تا منافی را برای صاحبان خود فراهم کند، این منافع گسترده متنوعی از مزایای اقتصادی و اجتماعی است که مهم‌ترین آن‌ها اشتغال و درآمدزایی است. این اشتغال و درآمدزایی برای ساکنان آن منطقه ممکن می‌سازد که در آن منطقه باقی بمانند و از زندگی باکیفیتی در آن منطقه بهره مند شوند (رضائی و همکاران، ۱۳۹۷؛ دشت لعلی و همکاران، ۱۳۹۹؛ بورقانی فراهانی و همکاران، ۱۳۹۲). به‌کارگیری فناوری اطلاعات و ارتباطات در بخش گردشگری روستایی توانسته است به‌منزله یک ابزار موجبات توسعه این بخش شود. بنابراین، امروزه هر گونه حرکت به سمت توسعه اعم از توسعه در سطح روستایی بدون توجه به فناوری اطلاعات و ارتباطات و قابلیت‌ها و آثار آن غیرممکن است و هرچه بستر برای استفاده کارآمدتر و بهتر از این فناوری آماده‌تر باشد، میزان موفقیت جامعه در دستیابی به توسعه بیشتر خواهد شد. بر این اساس، کاربرد فناوری اطلاعات در هر بستر و در فضای سیاسی، اقتصادی و اجتماعی به توسعه منجر نمی‌شود؛ بلکه برای دستیابی به توسعه همه‌جانبه و پایدار لازم است به‌صورت برنامه‌ریزی و هوشیارانه عمل کرد (نیساری و همکاران، ۱۳۹۴). گردشگری الکترونیک دربرگیرنده کلیه اجزای کسب‌وکار از قبیل کسب‌وکار الکترونیکی، تحقیق و توسعه الکترونیکی، تولید محتوای الکترونیکی و ارائه خدمات الکترونیکی در حوزه گردشگری است و به مجموعه‌ای از پایگاه‌های اینترنتی و استانداردها و پروتکل‌های خاص اطلاق می‌شود که با تولید و بازنشر اطلاعات در ساختارهای مختلف از قبیل متن، عکس و تصویر، کاتالوگ و بروشور، پیام‌های تبلیغاتی و حتی خدماتی از رزرو هتل و خرید الکترونیکی بلیت معنا می‌یابد (کالابی، ۱۴۰۰).

مدل‌های کسب‌وکار چگونگی فعالیت سازمانها را نشان می‌دهند (مگرتا، ۲۰۱۰)^۱. مدل کسب‌وکار مفهومی چندوجهی است که مسیر ارزش‌آفرینی شرکت را نشان داده و وابسته به فعالیت‌هایی است که پویایی و انعطاف‌پذیری شرکت را در طول زمان حفظ نماید (رین هولد و همکاران، ۲۰۱۷)^۲. به‌طور کلی، مفهوم مدل کسب‌وکار به‌عنوان دیدگاه شرکت برای ایجاد ارزش و تجاری سازی آن یا چگونگی ایجاد یک شرکت و ارزش‌گذاری آن است؛ همچنین طراحی مدل کسب‌وکار مشخص می‌کند که یک سازمان چگونه با ذی‌نفعان خود ارتباط برقرار کرده و چگونه نسبت به تغییرات محیطی واکنش نشان خواهد داد. هر مدیری باید به سه سؤال کلیدی پاسخ دهد: مشتریان چه کسانی‌اند و چه چیزهایی برای آن‌ها باارزش است؟ چگونه باید در این کسب‌وکار پول به دست آورد؟ چگونه ارزشی به مشتری منتقل می‌شود؟ پاسخ به این سه سؤال کلیدی با مدل کسب‌وکار امکان‌پذیر است و موقعیت آن را تعیین می‌کند (اکاکتیریک و همکاران، ۲۰۱۱)^۳. بنا بر گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری، در سال ۲۰۱۷، گردشگری به‌عنوان سومین صنعت پردرآمد جهان بعد از نفت و خودروسازی است. صنعت گردشگری در کمک به توسعه پایدار جایگاه و موقعیت ویژه‌ای دارد، به‌بیان دیگر، در بسیاری از کشورها، گردشگری راه اصلی و چه‌بسا تنها راه توسعه است؛ بنابراین در محیط به‌شدت رقابتی این صنعت، شرکت‌های فعال در زمینه گردشگری مجبور به ارائه مدل‌های جدیدی برای بهبود مزیت رقابتی خود هستند

¹. Magretta

². Reinhold & et.al

³. Ucaktürk & et al

(کلابی و کریمی راد، ۱۳۹۹). بررسی اثرت و بهبود کسب و کارها بر اجتماع و محیط زیست از اهمیت بالایی برخوردار هستند، از سوی دیگر این دو بعد نیز بر آینده و توسعه صنعت گردشگری روستایی اثرات مهمی ایجاد می نمایند. پژوهش ها نشان می دهند به طور معمول در طراحی و اجرای پروژه های بزرگ، ارزیابی اثرات اجتماعی و زیست محیطی با دقت بسیار زیاد مورد مطالعه و در طراحی مدل کسب و کار مورد توجه قرار می گیرد. با این حال ارزیابی اثرات فعالیت های اقتصادی کوچک چه در مرحله طراحی و چه در مرحله اجرا و بهره برداری، اغلب مورد غفلت واقع می شوند. در حالی که به نظر می رسد کسب و کارهای کوچک دارای آثار سوء محلی و یا در ابعاد گسترده تر منطقه ای هستند. زیرا تعداد زیاد این کسب و کارها و اثرات ناچیز آن ها در محاسبات منظور نمی گردد (هاشمی و همکاران، ۱۴۰۱).

اگر از مناطق روستایی استفاده بیش از حد به عمل آید این مناطق در شرف نابودی قرار خواهند گرفت. روستاهای استان کرمانشاه به لحاظ شرایط اقلیمی مطلوب و داشتن پتانسیل های انسانی و طبیعی ویژه می تواند به عنوان جاذبه های نمونه مطرح شود و همچنین دارا بودن ویژگی های جغرافیایی، فرهنگ، آداب و سنن و ... از ویژگی های ارزشمندی است که می تواند به توسعه کسب و کار و همچنین توسعه صنعت گردشگری الکترونیک در روستاها کمک کند. با توجه به مطالب بیان شده به بررسی تحقیقات از پیش انجام شده می پردازیم.

جدول ۱- پیشینه پژوهش

نویسنده (گان)	سال	عنوان	دستاوردها
هاشمی و همکاران	۱۴۰۱	توسعه ای برای مدل کسب و کار پایدار اقامتگاه های بوم گردی	پایداری کسب و کارهای نوین و اقامتگاه های بوم گردی در گرو اتخاذ سید درآمدی متنوع و تلاش برای خلق ارزش در هر سه مرحله اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی و محیط زیستی و عبارتی توجه و اهمیت به سود، مردم و زمین است.
کلابی	۱۴۰۰	طراحی مدل کسب و کار در گردشگری الکترونیک	نتایج پژوهش حاکی از آن است که خلق ارزش مشترک، قوانین و مقررات حاکم بر صنعت، فرهنگ سازمانی و چابکی به ترتیب تأثیر مثبت و معناداری بر طراحی مدل کسب و کار در بخش گردشگری الکترونیک رادارند.
پروین و همکاران	۱۴۰۰	مدلی برای توسعه صنعت برمگردی در ایران با تأکید بر فناوری اطلاعات	فناوری اطلاعات به عنوان توانمند ساز و شبکه ارزش در صنعت برمگردی، می تواند در توسعه این صنعت نقش چشمگیری داشته باشد و افزون برافزایش اشتغال محلی، درآمد مردم بومی را افزایش داده و قابلیت های مناطق روستایی را ارتقا دهد.
کرانی	۱۳۹۹	تبیین سناریو، راهبردها و راهکارهای اجرایی توسعه گردشگری روستایی (مورد مطالعه: منطقه ی گردشگری ریجاب)	مهم ترین فرصت در ریجاب وجود استخرهای پرورش ماهی و تهدید مهم ریجاب دوری و فاصله زیاد مراکز و کانون های گردشگر فرست کشور به این منطقه بود. بعد از تجزیه و تحلیل پرسشنامه ها در ماتریس عوامل داخلی نقاط ضعف و در ماتریس عوامل خارجی تهدیدها غلبه داشتند و الگوی تدافعی برای توسعه ی گردشگری روستایی در منطقه ی ریجاب، از اولویت بالاتری برخوردار بود.
یاوری گهر و همکاران	۱۳۹۹	مدل کسب و کار گردشگری الکترونیک	حضور در شبکه های اجتماعی بر عناصر مربوط به مشتریان بیشتر از عناصر مربوط به تأمین کنندگان اثر می گذارد. به سخن دیگر، عناصر مربوط به ارتباط با مشتریان، ساختار هزینه، ارزش پیشنهادی، و کانال- های توزیع بیشتر از عناصر مربوط به جریان های درآمدی، منابع کلیدی، فعالیت های کلیدی و مشارکت- های کلید تأثیر می پذیرند.
نیک بین و همکاران	۱۳۹۷	ارائه مدل کسب و کار مؤثر در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی با روش شبکه خزان	با شناسایی و فهم بومی شاخص های مدل کسب و کار در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی، ضمن اینکه این شاخص ها به عنوان یک منبع در کنار سایر منابع سازمان، برای کارآفرینان، مالکان و مدیران کسب و کارها برای شروع و توسعه کسب و کار مفید می داند یک ابزار سنجش و اندازه گیری برای موفقیت و یا عدم موفقیت کسب و کارها نیز مورد استفاده می داند.
صیده و اشراقی سامانی	۱۳۹۵	نقش گردشگری بر توسعه روستایی (مطالعه موردی: شهرستان ایلام)	نتایج تحلیل عاملی اکتشافی نشان داد که اثرات ناشی از ورود گردشگران به مناطق روستایی شهرستان ایلام در چهار دسته اثرات اجتماعی- اقتصادی، فرهنگی- آموزشی، زیست محیطی و زیرساختی می شوند که اثرات اجتماعی- اقتصادی مهم ترین اثرات گردشگری در توسعه روستایی این ناحیه می باشند.

نویسنده(گان)	سال	عنوان	دستاوردها
دین پناه و نعیمی ^۱	۲۰۲۲	تحلیل توسعه گردشگری روستایی (RTD) در ایران	پنج عامل زیرساخت، اقتصادی، اجتماعی، مدیریت و فرهنگی کشف شد. این عوامل کشف شده بیشترین تأثیر را بر توسعه گردشگری روستایی داشته است.
کومار و شاکر ^۲	۲۰۲۰	فناوری و نوآوری: مفهوم در حال تغییر گردشگری روستایی- مروری سیستماتیک	گردشگری روستایی می‌تواند پاسخی برای مشکلات باشد. تمرکز دولت بر فراگیری، مالی و اجتماعی، پایداری و توسعه روستایی است.
چای- آروارت ^۳	۲۰۲۰	کاربرد اکوتوریسم هوشمند برای یادگیری جوانان اکوتوریسم	نقش فناوری اطلاعات در آموزش بومگردان، از راه انتشار اطلاعات با ابزارهای الکترونیکی به بوم گردان (محال اقامت، روش‌های حمل‌ونقل گردشگر، جاذبه‌های طبیعی، غذاهای محلی، سوغات، هزینه- های سفر و روش‌های ارزان سفر به مناطق بومگردی)، اطلاع‌رسانی بصری به گردشگر و نیز هدایت گردشگر به اماکن گردشگری به‌وسیله نقشه‌های دیجیتال موجب ارتقای دانش بومگردان و در نتیجه توسعه بومگردی عنوان شده است.
تینا و همکاران ^۴	۲۰۱۹	بررسی عوامل مؤثر بر نوآوری مدل کسب‌وکار با استفاده از نظریه زمینه‌ای: مورد مطالعه تولید کننده تجهیزات پیشرفته چینی	مدل کسب‌وکار دربردارنده فعالیت‌های به‌هم‌پیوسته زیادی است، همچون فعالیت‌های زنجیره ارزش، انتخاب مشتری، انتخاب خدمات یا محصولات
راندی بریدولد ^۵	۲۰۱۶	بررسی شیوه زندگی کارآفرینان. عوامل مؤثر بر شکل‌گیری هویت آنان در راستای توسعه گردشگری	هویت کارآفرینان سبک زندگی آنان را تغییر می‌دهد و بر این اساس هویت کارآفرینان به چهار دسته تقسیم می‌شود: کارآفرین مدرن، وفادار، آزادی‌طلب و پست‌مدرن

۳- روش، تکنیک‌ها و قلمرو

پژوهش حاضر در چارچوب رویکرد کیفی و با به‌کارگیری روش گرند تئوری صورت گرفته است. در روش اسنادی و کتابخانه‌ای، نخست مبانی نظری مرتبط با موضوع پژوهش و پیشینه مطالعات انجام شده در داخل و خارج از کشور پیرامون موضوع مورد مطالعه، بررسی شده و بسیاری از منابع مکتوب شامل کتب، مقالات، مطبوعات، گزارش‌ها، سایت‌ها، وبلاگ‌ها و خبرگزاری‌ها کاویده شد. گردآوری داده‌های پژوهش با دو روش اسنادی- کتابخانه‌ای، مشاهده میدانی و مصاحبه انجام شد. در بخش کیفی از مصاحبه نیمه ساختاریافته، به‌عنوان اصلی‌ترین ابزار گردآوری داده‌ها استفاده شد. جامعه آماری اساتید گروه مدیریت کسب‌وکار، کارآفرینی، مدیران صنعت گردشگری، مدیران حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات و تعاونی‌های روستایی استان کرمانشاه بودند. روش نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند و با روش اشباع نظری انجام شد و ۱۵ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. انتخاب طبق گلوله برفی و تا رسیدن به اشباع نظری پیش رفت. روش تحلیل داده‌ها به‌صورت کدگذاری باز، محوری و انتخابی همراه با ملزومات آن‌ها مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش جهت اطمینان از روایی و پایایی سؤالات مصاحبه از روش تطبیق اعضا و روش توافق درون موضوعی استفاده شده است.

1. Dinpanah and Naeimian

2. Kumar & Shekar

3. Chai-Arayalert

4. Tian & et al

1. Randi Bredvold

۴- یافته‌ها و تحلیل داده

برای محاسبه پایایی سؤالات مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو شناسه گذار، یکی از اساتید گروه مدیریت کسب و کار و آشنا به تحلیل مضمون درخواست شد تا به‌عنوان شناسه گذار ثانویه در پژوهش مشارکت کند و در ادامه فرایند، پژوهشگر به همکاری این شناسه گذار سه مصاحبه را شناسه گذاری کردند و درصد توافق موضوعی را با استفاده از فرمول زیر محاسبه کردند (پایایی بارسانی، ۱۳۹۷):

$$\text{درصد توافق درون موضوعی} = \frac{2M}{N1 + N2}$$

M: تعداد کدهای مشترک میان دو کدگذار

N1: تعداد کدهای شناسایی شده توسط کدگذار ۱

N2: تعداد کدهای شناسایی شده توسط کدگذار ۲

جدول ۲- محاسبه پایایی بین دو شناسه گذار

ردیف	عنوان	تعداد کل شناسه‌ها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی آزمون
۱	مصاحبه ششم	۲۲	۷	۸	۶۴٪
۲	مصاحبه دهم	۲۳	۹	۱۱	۷۸٪
۳	مصاحبه سیزدهم	۲۹	۱۳	۱۲	۹۰٪
	جمع کل	۷۴	۲۹	۳۱	۷۷٪

یافته‌های جدول ۲ نشان‌دهنده این است که کل شناسه‌ها که توسط پژوهشگر و همکار به ثبت رسیده است برابر با ۷۴، تعداد توافقات برابر با ۲۹، تعداد عدم توافقات برابر با ۳۱ است. از آنجایی که باید پایایی بالای ۶۰ درصد باشد تا قابل قبول شود پایایی کل این پژوهش ۷۷ درصد می‌باشد که نشان از پایایی قابل قبول است.

کدگذاری باز: ابتدا مصاحبه‌ها مکتوب انجام شد، متن مصاحبه‌ها سطر به سطر مطالعه و مفهوم گذاری گردید. مفاهیم شامل کلمات و عباراتی بود که تجربه‌های مطالعات کلیدی را در خصوص طراحی مدل کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی در روستاهای استان کرمانشاه منعکس می‌نمودند. پس از تحلیل پاسخ مصاحبه‌شوندگان و حذف عبارات تکراری و معادل هم ۷۴ کد اولیه (کدگذاری باز) استخراج شد.

کدگذاری محوری: کدگذاری محوری از کنارهم قرار دادن کدهای اولیه به دست آمده است. در جدول زیر فهرست مقولات محوری به همراه فراوانی آن‌ها گزارش شده است. برای تعیین کفایت فراوانی لازم جهت انتخاب مقوله‌های اصلی پژوهشگران حداقل فراوانی را ۸ که نصف تعداد مصاحبه‌شوندگان است را در نظر گرفته‌اند. مقوله‌های شناسایی شده همگی دارای فراوانی ۸ یا بالاتر از ۸ می‌باشند.

کدگذاری انتخابی: در کدگذاری انتخابی طبق مدل استراوس و کوربین (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶) به تعیین مقوله اصلی و دسته‌بندی سایر مقوله‌ها در پنج بُعد شرایط علی (شرایطی هستند که بر پدیده محوری تأثیر می‌گذارند و باعث شکل‌گیری مدیریت خوب می‌شوند)، شرایط مقوله یا پدیده محور (با توجه به هدف پژوهش، جهت‌دهی سؤالات مصاحبه مربوط به عامل محوری، کشف ابعاد و مفاهیم تشکیل‌دهنده مدیریت خوب است)، شرایط مداخله‌گر (شرایطی است که به صورت اقتضایی ظاهر شده، موجبات تأثیر مثبت یا منفی بر شرایط علی می‌شوند)، راهبردها (تعامل‌های راهبردی، کنش‌های بام منظور و عمدی هستند که برای حل یک مسئله صورت می‌گیرد و با گرفتن آن‌ها پدیده‌ها شکل می‌گیرند)،

بستر پدیده (در پژوهش حاضر بر اساس تحلیل پاسخ مصاحبه‌شوندگان مربوط به شرایط بستر پدیده سه مقوله به‌عنوان عوامل بستر ساز شناسایی گردید) و پیامدها (پیامدها که به‌صورت خواسته یا ناخواسته هستند، از ترکیب و تلفیق مقوله‌های قبلی به‌خصوص راهبردها به وجود می‌آیند) پرداخته شد.

جدول ۳- کدگذاری داده‌ها در سه مرحله

فرآوانی	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی
	افزایش درآمد روستاییان		
	افزایش سرمایه‌گذاری		
	کسب و ایجاد ارزش		
	افزایش تقاضا برای صنایع روستایی		
	نوآوری		
	کاهش مهاجرت		
	امکان‌ت رفاهی		
۱۴	سودآوری	عوامل اقتصادی	
	مقرون بودن هزینه‌ها		
	تنوع تولیدات		
	شناسایی خلق فرصت		
	ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت		
	کاهش فقر		عوامل علی
	پوشش تورم مناسب		
	توزیع درآمد		
	معیشت پایدار ساکنان روستایی		
	رعایت حقوق مردم روستایی		
	افزایش آگاهی عمومی		
	توانمندسازی مردم		
	ماندگاری		
۱۲	داشتن زندگی شرافتمندانه	اجتماعی- فرهنگی	
	کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی و امنیتی		
	بهبود فرهنگ گردشگری		
	آداب‌ورسوم و سنت‌ها		
	رشته‌های دانشگاهی مرتبط		
	انگیزه	کسب‌وکار در صنعت گردشگری الکترونیک	عوامل محوری
۱۱	توانایی		
	آینده‌نگری		
	پیشرفت شغلی		
	توسعه پایدار و قوانین حاکم حفاظت از محیط‌زیست	قوانین و مقررات حاکم	
۱۱	هوشمند سازی و بهبود فضای مجازی صنعت الکترونیک		
	بهینه‌سازی منابع موجود		
	انجام مسئولیت‌های اجتماعی		
	درک فرصت	عوامل فردی	
۱۰	کسب مهارت		
	ترس از عدم شکست		

فرآوانی	کدگذاری باز	کدگذاری محوری	کدگذاری انتخابی			
۹	آموزش	عوامل نهادی	عوامل مداخله‌گر			
	فرهنگ					
	سیاست تجاری					
	حمایت فرهنگی					
	پذیرش ارزش منابع					
	مشارکت در حفظ گونه‌های گیاهی و جانوری					
	اجتناب از تخریب منابع					
	کاهش آلودگی محیط‌زیست					
	دسترسی به منابع ناشی از مشارکت					
	حفظ مزارع و باغات					
۱۳	تغییرات کاربری	عوامل محیطی				
	کیفیت زندگی					
	ویژگی‌های اقلیمی					
	عناصر اقلیمی					
	زیرساخت‌های فناورانه					
	صنعت و فناوری					
	شبکه‌های ارتباطی					
	فناوری اطلاعات					
	انتخاب فناوری مناسب					
	طراحی وب سایت‌ها					
۱۲	توسعه خدمات الکترونیک	فناوری جدید	راهبردها			
	آگاهی و آموزش					
	برنامه‌ریزی					
	بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل					
	زیباسازی روستاها					
	بهبود صنعت راه‌های ارتباطی مجازی					
	ساختار منابع					
	حمایت گسترده از جامعه گردشگری					
	بودجه کافی برای توسعه کسب‌وکار					
	اطلاعات و کمک‌های فنی برای توسعه و ترویج صنعت گردشگری					
۱۰	خدمات و فرایندهای موجود	اثرات آموزشی				
	ایجاد تغییر و تحول در فناوری و دانش بشری					
	جریان‌های درآمدی					
	ساختار هزینه					
	ارتباط با گردشگر					
	افزایش سواد اطلاعاتی					
	۱۱			توسعه کسب‌وکار در صنعت گردشگری	حمایت دولت	بستر پدیده
				توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک		
				تحقیق و توسعه		
				الکترونیکی		
۹		مزیت رقابتی	مزیت رقابتی			
		توسعه کسب‌وکار در صنعت گردشگری الکترونیک				
		توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک				
		توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک				
		توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک				
		توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک				
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
۸	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک	توسعه کسب‌وکار در صنعت گردشگری الکترونیک	پیامدها			
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					
	توسعه کسب‌وکارهای الکترونیک					

بعد از تکمیل فرایند کدگذاری داده‌ها در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی اکنون نوبت به جریان مدیریت داده‌ها می‌رسد.

مرحله کدگذاری باز: با ۷۴ مقوله

افزایش درآمد روستاییان، افزایش سرمایه‌گذاری، کسب و ایجاد ارزش، افزایش تقاضا برای صنایع روستایی، نوآوری، کاهش مهاجرت، امکانت رفاهی، سودآوری، مناسب بودن هزینه‌ها، تنوع تولیدات، شناسایی خلق فرصت، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت، کاهش فقر، تغییر نوع پوشش، توزیع درآمد، معیشت پایدار ساکنان روستایی، رعایت حقوق مردم روستایی، افزایش آگاهی عمومی، توانمندسازی مردم، ماندگاری، رعایت زندگی شرافتمندانه، کاهش ناهنجاری‌های اجتماعی و امنیتی، بهبود فرهنگ گردشگری، آداب و رسوم و سنت‌ها، رشته‌های دانشگاهی مرتبط، انگیزه، توانایی، آینده‌نگری، پیشرفت شغلی، توسعه پایدار و قوانین حاکم حفاظت از محیط زیست، هوشمندسازی و بهبود فضای مجازی صنعت الکترونیک، بهینه‌سازی منابع موجود، انجام مسئولیت‌های اجتماعی، درک فرصت، کسب مهارت، ترس از عدم شکست، آموزش، فرهنگ، سیاست تجاری، حمایت فرهنگی، پذیرش ارزش منابع، مشارکت در حفظ گونه‌های گیاهی و جانوری، اجتناب از تخریب منابع، کاهش آلودگی محیط زیست، دسترسی به منابع ناشی از مشارکت، حفظ مزارع و باغات، تغییرات کاربری، کیفیت زندگی، ویژگی‌های اقلیمی، عناصر اقلیمی، زیرساخت‌های تکنولوژیکی، صنعت و فناوری، شبکه‌های ارتباطی، تکنولوژی اطلاعات، انتخاب تکنولوژی مناسب، طراحی وب سایت‌ها، برنامه‌ریزی، توسعه خدمات الکترونیک، آگاهی و آموزش، برنامه‌ریزی، کاهش حمل و نقل، زیباسازی روستاها، بهبود صنعت راه‌های ارتباطی مجازی، ساختار منابع، حمایت گسترده از جامعه گردشگری، بودجه کافی برای توسعه کسب و کار، اطلاعات و کمک‌های فنی برای توسعه و ترویج صنعت گردشگری، خدمات و فرایندهای موجود، ایجاد تغییر و تحول در فناوری و دانش بشری، جریان‌های درآمدی، ساختار هزینه، ارتباط با گردشگر، افزایش سواد اطلاعاتی، همسوسازی راهبردهای گردشگری الکترونیک با مدل کسب و کارها، توسعه کسب و کارهای الکترونیک



مرحله کدگذاری محوری: با ۱۴ مقوله

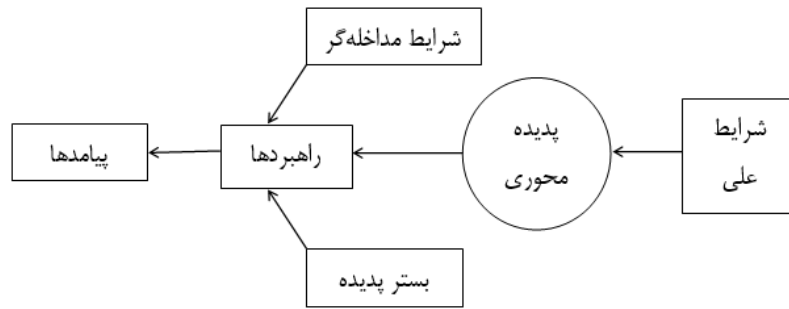
عوامل اقتصادی، اجتماعی- فرهنگی، کسب و کار در صنعت، گردشگری الکترونیک، قوانین و مقررات حاکم، عوامل فردی، عوامل نهادی، عوامل محیطی، تکنولوژی جدید، اثرات آموزشی، زیرساخت‌ها، حمایت دولت، تحقیق و توسعه، الکترونیک، مزیت رقابتی، توسعه کسب و کار در صنعت گردشگری الکترونیک



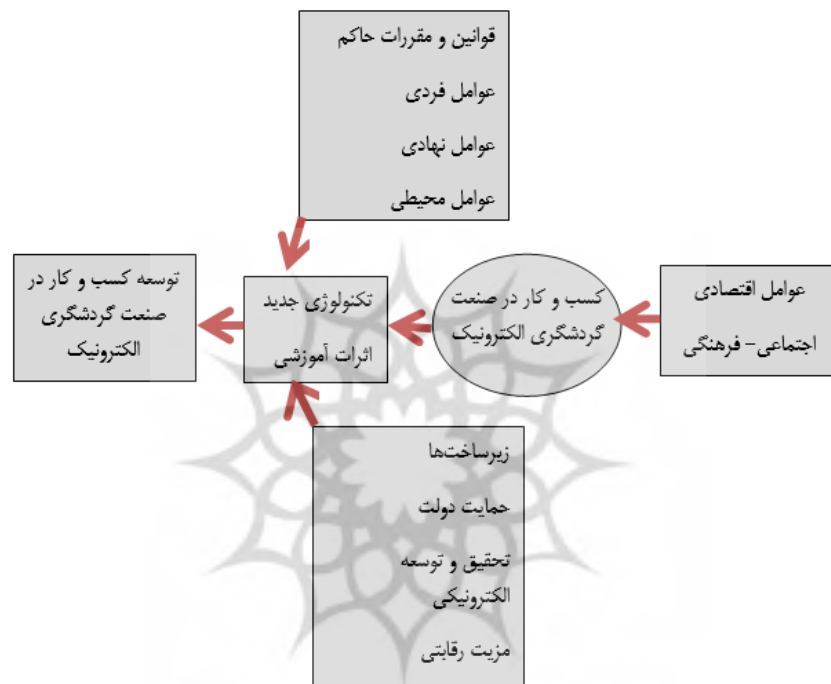
مرحله کدگذاری انتخابی: با ۶ مقوله

عوامل علی، عوامل محوری، عوامل مداخله‌گر، راهبردها، بستر پدیده، پیامدها

شکل ۱- جریان مدیریت داده‌ها و انتقال به مدل در سه مرحله کدگذاری



شکل ۲- رهیافت نظام‌مند استراوس و کوربین (دانایی فرد و امامی، ۱۳۸۶)



شکل ۳- الگوی پارادایمی

۵- بحث و فرجام

عوامل اقتصادی و اجتماعی- فرهنگی از جمله مهم‌ترین و اساسی‌ترین عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی هستند که توجه به آن‌ها زمینه لازم را برای رشد و توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی فراهم می‌سازد. توسعه صنعت گردشگری الکترونیک در مناطق روستایی باهدف کاستن از مشکلات کسب‌وکار، ایجاد انگیزه برای توسعه و درنهایت رضایت از گردشگری انجام می‌شود و با تضمین فعالیت‌های سودآور در مناطق روستایی در جستجوی روش‌هایی برای کاهش مهاجرت و حتی بازگشت مهاجران به زادگاه خود هستند. گردشگری الکترونیک روستایی به‌عنوان یکی از زمینه‌های هم‌افزایی و گسترش فعالیت‌های اقتصادی در مناطق روستایی کشور مورد توجه قرار گرفته است. ارائه الگو دربرگیرنده تمام عوامل مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی هست که ضرورت اصلی را در مناطق روستایی نمایان می‌سازد. در این پژوهش ابتدا سعی شد تا با استفاده از روش گراند تئوری عوامل و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی شناسایی شده و الگویی برای کسب‌وکار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی در روستاهای استان کرمانشاه طراحی شد. در خصوص پاسخ به سؤال اول که مدل

کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی چگونه است؛ باید گفت که ارائه مدل کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی در روستاهای استان کرمانشاه بر اساس رهیافت نظام مند استراوس و کوربین (دانایی فرد و همکاران، ۱۳۸۶) طراحی شده است و ساختار آن به شرح زیر است: شرایط علی شامل عوامل اقتصادی و عوامل اجتماعی - فرهنگی می باشد. کسب و کار در صنعت گردشگری الکترونیک روستایی به عنوان پدیده محوری لحاظ شده است و قوانین و مقررات حاکم، عوامل فردی، عوامل محیطی به عنوان شرایط مداخله گر شناسایی شدند. همچنین زیرساخت ها، حمایت دولت، تحقیق و توسعه الکترونیکی و مزیت رقابتی به عنوان بستر پدیده و فناوری جدید، اثرات آموزشی نیز به عنوان راهبردها معرفی شدند. پیامد این مدل توسعه کسب و کار در صنعت گردشگری الکترونیک هست.

در خصوص پاسخ به سؤال دوم که شرایط (علی، بستر پدیده، مداخله گر، عوامل محوری) و راهبردهای مؤثر بر کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی در روستاهای استان کرمانشاه چیست؛ باید گفت که شرایط علی شامل عوامل اقتصادی و اجتماعی - فرهنگی می باشند که با مطالعات (دین پناه و نعیمی، ۲۰۲۲؛ کومار و همکاران، ۲۰۲۲؛ حیدری و همکاران، ۲۰۱۹؛ هاشمی و همکاران) همخوانی دارد. شرایط بستر پدیده شامل زیرساخت ها (کومار و همکاران، ۲۰۲۲؛ حیدری و همکاران، ۲۰۱۹؛ هاشمی و همکاران، ۲۰۱۹)، حمایت دولت (کومار و شاکر، ۲۰۲۰؛ کاویانی و همکاران، ۱۳۹۷)، تحقیق و توسعه الکترونیکی (کلابی، ۱۴۰۰)، مزیت رقابتی (امینی و مزروعی سبدانی، ۱۳۹۹) می باشد که با مطالعات انجام شده همخوانی داشته است. عوامل مداخله گر شامل قوانین و مقررات حاکم (کلابی، ۱۴۰۰)، عوامل فردی (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳)، عوامل نهادی (رکن الدین افتخاری و همکاران، ۱۳۹۳)، عوامل محیطی (هاشمی و همکاران، ۱۴۰۱) می باشد و با مطالعاتی که قبلاً انجام شده است مطابقت دارد. عامل محوری در این پژوهش کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک است. و در پایان راهبردها شامل فناوری جدید (نیساری و همکاران، ۱۳۹۴)، اثرات آموزشی (صیده و اشراقی سامانی، ۱۳۹۵) هست که با پژوهش های صورت گرفته مطابقت دارد.

در خصوص سؤال سوم که پیامدهای مؤثر بر کسب و کار در صنعت گردشگری الکترونیک روستایی در روستاهای استان کرمانشاه چیست؛ باید گفت که از جمله پیامدهای این پژوهش توسعه در صنعت گردشگری الکترونیک می باشد. گردشگری الکترونیکی حاصل پیوند میان گردشگری و فناوری اطلاعات است. مزیت های رقابتی حاصل از گردشگری الکترونیک جهش اقتصادی است که یکی از مهم ترین و موفقیت آمیزترین فعالیت های کسب و کار الکترونیک در گردشگری است. تمام افراد دست اند کار در حوزه گردشگری الکترونیک باید محیط امن، آموزش و فرهنگ سازی در برنامه خود قرار دهند و جدیدترین خدمات و اطلاع رسانی ها را به برای مشتریان خود ارائه دهد. توجه به هر یک از مقولات باید با شناخت و اطلاعات کافی در مورد نوع کسب و کار الکترونیکی در توسعه صنعت گردشگری صورت پذیرد. مباحث مربوط به گردشگری الکترونیک در هر یک صنایع تولیدی، خدماتی و ... نیز مطرح شود. کسب و کار در توسعه صنعت گردشگری الکترونیک روستایی یک زمینه جذاب و پر فرصت است که می تواند به توسعه اقتصادی و اجتماعی مناطق روستایی کمک کند و امکانات بیشتری را برای مسافران فراهم کند. در زیر، توضیحات و پیشنهادهایی برای راه اندازی و مدیریت یک کسب و کار الکترونیک در صنعت گردشگری روستایی آورده شده است:

1. Dinpanah. & Naeimian

2. Kumar & et.al

3. Heydari & et.al

4. Kumar & et.al

5. Heydari & et.al

6. Kumar, S. & Shekhar

قبل از شروع هر کسب‌وکاری، ضروری است که بازار، نیازها و تقاضاهای مختلف گردشگران را به درستی مورد تحقیق و بررسی قرار دهیم. بررسی نیازهای گردشگران در حوزه الکترونیک، تحلیل میزان تقاضا برای تجربه‌های گردشگری در روستاها، ارزیابی امکانات و خدمات موجود در مناطق روستایی و بررسی رقبای موجود در این حوزه از جمله مواردی است که باید به آن توجه کنیم. یکی از عوامل بسیار مهم در جذب گردشگران به روستاها، ارائه تجربه‌های الکترونیکی منحصربه‌فرد است. در این راستا، می‌توان با استفاده از وب‌سایت، اپلیکیشن موبایل یا پلتفرم آنلاین، اطلاعات مربوط به جاذبه‌های گردشگری روستایی، تورها، مسیرها، فعالیت‌های محلی و سایر خدمات را به مسافران ارائه داد. همچنین، استفاده از فناوری‌های مجازی و واقعیت افزوده می‌تواند به ارائه تجربه‌های تفاعلی وزنده به مسافران کمک کند. همکاری و شراکت با مردم محلی و کسب‌وکارهای موجود در روستاها نیز به شما در جذب گردشگران و توسعه کسب‌وکار کمک می‌کند. با همکاری با تولیدکنندگان محلی، رستوران‌ها، اقامتگاه‌ها و سایر خدمات محلی، می‌توانید تجربه بهتری به مسافران ارائه داده و درعین‌حال به رشد اقتصادی محلی کمک کنید. برای دستیابی به موفقیت در کسب‌وکار الکترونیک روستایی، باید استراتژی بازاریابی و تبلیغات مؤثری را برای جذب مسافران انتخاب کنید. استفاده از رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات آنلاین، مقالات و وبلاگ‌ها می‌تواند به شما در افزایش نفوذ و شناخت بیشتر کمک کند. همچنین، برای ارائه خدمات الکترونیکی به مسافران، نیازمند توسعه زیرساخت‌های مناسب در مناطق روستایی هستید. بهبود دسترسی به اینترنت، ایجاد شبکه‌های وای فای عمومی، توسعه پرداخت الکترونیکی و سایرین را در تعاملات الکترونیکی و ارائه خدمات به مسافران کمک خواهد کرد.

درنهایت، برنامه‌ریزی مالی دقیق و مدیریت هوشمندانه منابع مالی، از جمله مواردی است که باید در نظر داشته باشید. همچنین، باید با قوانین و مقررات مربوط به کسب‌وکارهای الکترونیک آشنا شوید و از رعایت آن‌ها اطمینان حاصل کنید. در کل، کسب‌وکار الکترونیک روستایی می‌تواند فرصت‌های بسیاری برای توسعه اقتصادی محلی، جذب مسافران و ایجاد تجربه‌های گردشگری منحصربه‌فرد ایجاد کند. با آماده‌سازی یک برنامه کسب‌وکار جامع و استفاده از فناوری‌های روز، می‌توانید در این حوزه موفقیت‌آمیز باشید.

۶- منابع

- اصلانی، غلامرضا، شیرخانی، علی و پریراد، رضا (۱۴۰۱)، بررسی صنعت گردشگری روستایی و راهکارهای کارآمد توسعه پایدار آن، *جامعه‌شناسی سیاسی ایران*، ۵(۱۱)، ۶۲۱۹-۶۲۳۳. doi: 10.30510/psi.2022.359608.3897.6233-6219
- امینی، علیرضا و مزروعی سیدانی (۱۴۰۰)، مفهوم‌سازی مدل کسب‌وکار گردشگری در صنایع دستی اصفهان، *گردشگری و توسعه*، ۹(۳)، ۱۲۱-۱۳۵. doi: 10.22034/jtd.2019.154575.1557.135
- بابایی فارسانی، میثم، امین دوست، عاطفه و علیداد، ابودر (۱۳۹۷)، طراحی الگوی نوآوری باز در شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از نظریه داده بنیاد (مطالعه موردی: صنایع غذایی استان چهارمحال بختیاری)، *مدیریت راهبردی دانش سازمانی دانشگاه جامع امام حسین (ع)*، ۱(۲)، ۱۳۶-۲۰۱.1.26454262.1397.1.2.4.2 Doi: ۹۵-۱۳۶
- بساک، سجاد و دین‌پرست، ساجده (۱۳۹۹)، بررسی نقش گردشگری روستایی در توسعه اقتصادی روستاهای هدف گردشگران (مطالعه موردی: روستاهای دهستان مدرس، شهرستان شوشتر)، *جغرافیا و روابط انسانی*، ۳(۱)، ۲۶۹-۲۸۶. doi: 20.1001.1.26453851.1399.3.1.14.9
- بورقانی فراهانی، سهیلا، فرهنگی، علی‌اکبر و مشهدی، سحر (۱۳۹۲)، تحلیل شاخص‌های مؤثر بر توسعه صنعت گردشگری روستایی (پیمایشی پیرامون روستای گرمه)، *مدیریت دولتی*، ۵(۱)، ۴۱-۶۴. doi: 10.22059/jipa.2013.35547.64-41
- پروین، فاطمه، جمشیدی، محمدجواد، محمدی فر، یوسف (۱۴۰۰)، مدلی برای توسعه صنعت برگردی در ایران با تأکید بر فناوری اطلاعات، *جغرافیا و پایداری محیط*، ۳۹، ۳۵-۵۳. doi: 10.22126/ges.2021.6316.2370.53-35

- حاجی نژاد، علی، دانا، رحیمی و زهرا تقی زاده (۱۳۹۲)، تدوین برنامه استراتژیک توسعه گردشگری در مناطق نمونه گردشگری روستایی (مطالعه موردی: روستای نمونه گردشگری هجیج در شهرستان پاوه/آمایش سرزمین، ۱۵ (۱)، ۷۸-۵۱. doi: 10.22059/jtcp.2013.35471
- خاتمی فیروزآبادی، سید محمدعلی، سگری مهر، مسعود، مرتاض هجری، فرخنده (۱۳۹۷)، راهکارهای توسعه کسب و کارهای الکترونیک در چارچوب تسهیل و ارتقای فضای کسب و کار، *پروژه‌نامه اقتصادی*، ۱۸ (۶۸)، ۲۵۳-۲۹۰. doi: 10.22054/joer.2018.8693
- دانایی فرد، حسن و امامی، سید مجتبی (۱۳۸۶)، استراتژی‌های کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده بنیاد، *اندیشه مدیریت*، ۱ (۲)، ۶۹-۹۷. doi: 10.30497/smt.2007.104
- دشت لعلی، زهرا، علیقلی، منصوره و نوربخش، سید کامران. (۱۳۹۹). ارائه الگوی کاربردی گردشگری هوشمند در مناطق شهری مطالعه موردی: شهر اصفهان، *گردشگری شهری*، ۲ (۱۲۷-۱۴۱). doi: 10.22059/jut.2020.308582
- رضائی، خمید، سمیعی، روح اله، دیده خانی، حسین و شجاعی، سامره (۱۳۹۷)، عوامل مؤثر بر کارآفرینی روستایی با تأکید بر گردشگری الکترونیکی در استان گلستان، *اقتصاد فضا و توسعه روستایی*، ۷ (۳)، ۲۵، ۸۷-۱۰۰. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3156-۱۰۰-۸۷>
- رکن الدین افتخاری، عبدالرضا و قادری، اسماعیل (۱۳۸۱)، نقش گردشگری روستایی در توسعه روستایی (نقد و تحلیل چارچوب‌های نظریه‌ای)، *مدرس*، ۳ (۲)، ۲۳-۴۰. <http://hsmasp.modares.ac.ir/article-21-4582-fa.html>
- شفیعی، ساناز، رجب‌زاده قطرمی، علی، حسین زاده، علیرضا و جهانیان، سعید (۱۳۹۶). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری به منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند (با استفاده از رویکرد فراترکیب)، *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۹۵-۱۱۶. doi: 10.22108/nmrj.2017.103939
- صیده، طیبه و اشراقی سامانی، رویا (۱۳۹۵)، نقش گردشگری بر توسعه روستایی (مطالعه موردی: شهرستان ایلام)، *پژوهش‌های اقتصاد روستا*، ۳ (۷)، ۵۷-۶۵. <http://economics/Article/1103123/FullText>
- کاویانی، ابوطالب، رحمانی، بیژن، علیپور نخی، عباس (۱۳۹۷)، ارزیابی نقش و تأثیر توسعه فضای کسب و کار کارآفرینی گردشگری در جهت دستیابی به توسعه پایدار روستایی (نمونه موردی: دهستان استر آباد جنوبی در شهرستان گرگان)، *نگرش‌های نو در جغرافیای انسانی*، ۱۰ (۲)، ۲۷۱-۲۵۳. https://journals.iau.ir/article_540589.html?lang=en
- کرانی، زهرا (۱۳۹۹)، تبیین سناریو، راهبردها و راهکارهای اجرایی توسعه گردشگری روستایی (مورد مطالعه: منطقه گردشگری ریجاب)، *پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*، ۱۳ (۳)، ۵۱، ۲۷-۴۶. https://journals.srbiau.ac.ir/article_16743.html
- کلایی، امیر محمد و کریمی راد، سیمین (۱۳۹۹)، شناسایی و تبیین آمیخته باز طراحی مدل‌های کسب و کار با رویکرد کارآفرینی سازمانی در صنعت گردشگری، *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۵ (۵۰)، ۲۵۳-۲۷۶. doi: 10.22054/tms.2020.41213
- کلایی، امیر محمد (۱۳۹۹)، طراحی مدل کسب و کار در گردشگری الکترونیک، *مطالعات مدیریت گردشگری*، ۱۶ (۵۳)، ۳۳۱-۳۵۷. doi: 10.22054/tms.2021.47381
- نجمی، سیمین و ولی شریعت پناهی، مجید (۱۳۸۹)، نقش گردشگری در توسعه پایدار روستا (مطالعه موردی: دهستان لواسان کوچک، بخش لواسانات)، *جغرافیای سرزمین*، ۷ (۲۵)، ۸۱-۹۲. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/sarzamin/Article/823902>
- نیساری، محمد، کریمی، آصف، احکدپورداریانی، محمود (۱۳۹۴)، تحلیل عوامل مؤثر بر توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در کسب و کارهای کارآفرینانه مورد مطالعه کسب و کارهای کوچک و متوسط کشاورزی استان زنجان)، *بتکار و خلاقیت در علوم انسانی*، ۵ (۲)، ۱-۲۴. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/ichs/Article/930763>
- نیک‌بین، حسین، بدیع زاده، علی، داوری، علی، حسینی نیا، غلامحسین (۱۳۹۷)، ارائه مدل کسب و کار مؤثر در حوزه کسب و کارهای الکترونیکی با روش شبکه خزانه، *مدیریت توسعه فناوری*، ۶ (۱)، ۱۳۷-۱۵۹. doi: 10.22104/jtdm.2018.2802
- هاشمی، حمید، ضیائی، محمود، قربانی زاده، وجه الله، جمعه پور، محمود (۱۴۰۱)، توسعه‌ای برای مدل کسب و کار پایدار اقامتگاه‌های برمگردی، *رشد فناوری*، ۱۸ (۷۲)، ۱-۱۳. [DOI:10.52547/jstpi.36888](https://doi.org/10.52547/jstpi.36888)
- یاوری گهر، فاطمه، حنفی زاده، پیام و حاجی احمدی فرمهینی، ترانه (۱۳۹۹)، مدل کسب و کار گردشگری الکترونیک، *مطالعات اجتماعی گردشگری*، ۸ (۱۵)، ۲۲۱-۲۴۸. <http://journalitor.ir/en/Article/35882>

References

- Amini, A., & Mazroei, H. (2020). Business model of tourism in Isfahan handicrafts. *Journal of Tourism and Development*, 9(3), 121-136. <https://doi.org/10.22034/jtd.2019.154575.1557> [In Persian]



- Aslani, G., Shirkhani, A., & Parizad, R. (2023). Investigating development. *Political Sociology of Iran*, 5(11), 6219-6233. <https://doi.org/10.30510/psi.2022.359608.3897> [In Persian]
- Babae Farsani, M., Amindoust, A., & Alidadi, A. (2018). Designing an open innovation model in active small and medium-sized enterprises through grounded theory (case study: Food industries in Chaharmahal & Bakhtiari Province). *Scientific Journal of Strategic Management of Organizational Knowledge*, 1(2), 95-136. <https://doi.org/20.1001.1.26454262.1397.1.2.4.2> [In Persian]
- Bosak, S., & Dinparast, S. (2020). Investigating the role of rural tourism in economic development of tourist target villages (case study: Modares villages, Shushtar County). *Geography and Human Relationships*, 3(1), 269-286. <https://doi.org/20.1001.1.26453851.1399.3.1.14.9> [In Persian]
- Bourghani Farahani, B. F., Farhangi, F., & Mashhadi, M. (2013). An analysis of effective indicators impacting rural tourism industry development (a survey on Garmeh village). *Journal of Public Administration*, 5(13), 41-64. <https://doi.org/10.22059/jipa.2013.35547> [In Persian]
- Caviiani, A., Rahmani, B., & Alipour Nakhi, A. (2018). Evaluation of the role and impact of the development of tourism business environment in order to achieve sustainable rural development (case example: South Ester Abad district in Gorgan city). *Journal of New Attitudes in Human Geography*, 10(2), 253-271. https://journals.iau.ir/article_540589.html?lang=en [In Persian]
- Chai-Arayalert, S. (2020). Smart application of learning ecotourism for young eco-tourists. *Cogent Social Sciences*, 6(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1772558>
- Colabi, A. M. (2021). Designing business model in e-tourism. *Tourism Management Studies*, 16(53), 331-357. [In Persian]
- Danaeifard, H., & Emami, S. M. (2007). Strategies of qualitative research: A reflection on grounded theory. *Strategic Management Thought*, 1(2), 69-97. <https://doi.org/10.30497/smt.2007.104> [In Persian]
- Dashtlaali, Z., Aligholi, M., & Nourbakhsh, S. K. (2020). Practical pattern of smart tourism in urban areas (case study: Esfahan City). *Urban Tourism*, 7(2), 127-141. <https://doi.org/10.22059/jut.2020.308582.826> [In Persian]
- Dinpanah, R., & Naeimian, N. (2022). Analysis of rural tourism development (RTD) in Iran. *Journal of Tourism & Hospitality Research*, 9(1), 37-54. https://journals.iau.ir/article_693962.html?lang=en
- Grabowska, M. (2015). Innovativeness models. *Computer Science*, 65, 1023-1030.
- Gutkevych, S., & Haba, M. (2020). Rural green tourism: Current trends and development prospects. *Journal of Information & Media*, 89, 116-130. <https://doi.org/10.15388/Im.2020.89.44>
- Hajinejad, A., Rahimi, D., & Taghizadeh, Z. (2013). Codification of strategic plan of tourism development in rural tourism sample areas (case study: The tourism sample village of Hajij in Paveh). *Town and Country Planning*, 5(1), 51-78. <https://doi.org/10.22059/jtcp.2013.35471> [In Persian]
- Hashemi, H., Ziaei, M., Ghorbanizadeh, V., & Jomehpour, M. (2022). A development for sustainable business model of ecolodges. *Roshd-e-Fanavari*, 18(72), 1-13. <https://doi.org/10.52547/jstpi.36888.18.72.1> [In Persian]
- Heydari, R., Talebpour, M., Nazari Tarshizi, A., Shajie, K., & Jabri, S. (2019). Compilation of strategies for competitiveness and development of sports tourism in cities (case study: Mashhad city). *Urban Tourism Quarterly*, 7(1), 143-155. <https://doi.org/10.22059/JUT.2020.290942.736>
- Hollebeek, L. D., Glynn, M. S., & Brodie, R. J. (2014). Consumer brand engagement in social media: Conceptualization, scale development. *Journal of Interactive Marketing*, 28(2), 149-165. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2013.12.002>
- Istani, L. N. (2021). Rural tourism perspectives on digital innovation: Small enterprises in Indonesia. *Journal of Advances in Economics, Business and Management Research*, 193, 70-75. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.211115.010>
- Karani, Z. (2019). Explaining the scenario, strategies and implementation solutions for the development of rural tourism (case study: Rajab tourism area). *Journal of Agricultural Education and Extension Research*, 13(3), 27-46. https://journals.srbiau.ac.ir/article_16743.html [In Persian]



- Khatami Firouzabadi, S. M. A., Asgarimehr, M., & Mortaz Hejri, F. (2018). Electronic business development strategies in the context of facilitating and improving business environment. *Economics Research*, 18(68), 253-290. <https://doi.org/10.22054/joer.2018.8693> [In Persian]
- Kolabi, A. M., & Karimirad, S. (2020). Identifying and explaining the reconstruction of business models mix with corporate entrepreneurship approach in tourism industry. *Tourism Management Studies*, 15(50), 253-276. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.41213.2121> [In Persian]
- Kumar, S., & Shekhar. (2020). Technology and innovation: Changing concept of rural tourism - A systematic review. *Journal of Open Geosciences*, 12, 737-752. <https://doi.org/10.1515/geo-2020-0183>
- Kumar, S., Saini, A., Kumar, S., & Kumar, V. (2022). Bibliometric analysis on Internet of Things (IoT) and tourism industry: A study based on Scopus database. *South Asian Journal of Tourism and Hospitality*, 2(1), 76-95. <https://doi.org/10.4038/sajth.v2i1.46>
- Magretta, J. (2010). *Harvard Business Review on Business Model Innovation*. Harvard Business School.
- Najmi, S., & Vali Shariat Panahi, M. (2014). The role of tourism in stable rural development (Case study: Lavasan Koochak Rural District, Lavasan County). *Territory*, 7(25), 81-92. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/sarzamin/Article/823902> [In Persian]
- Neisari, M., Karimi, A., & Ahmadpour Daryani, M. (2016). Analysis of factors affecting information and communication technology (ICT) development in entrepreneurial business (Case study: Agricultural small and medium enterprises in Zanjan Province). *Journal of Innovation and Creativity in Human Sciences*, 5(2), 1-24. <https://sanad.iau.ir/en/Journal/ichs/Article/930763> [In Persian]
- Nikbeen, H., Badizadeh, A., Davari, A., & Hosseini Nia, G. (2018). An effective business model in the field of electronics business using repertory grid technique. *Journal of Technology Development Management*, 6(2), 137-159. <https://doi.org/10.22104/jtdm.2018.2802.1946> [In Persian]
- Parvin, F., Jamshidi, M. J., & Mohammadifar, Y. (2021). A model to develop ecotourism industry in Iran with emphasis on information technology. *Geography and Environmental Sustainability*, 11(2), 35-53. <https://doi.org/10.22126/ges.2021.6316.2370> [In Persian]
- Pencarelli, T. (2020). The digital revolution in the travel and tourism industry. *Information Technology & Tourism*, 22(3), 455-476. <https://doi.org/10.1007/s40558-019-00160-3>
- Rahmani, F., & Rahnama, A. (2019). The impact of travel and tourism competitiveness index on foreign tourism demand in the Middle East and North Africa countries (MENA). *Two Quarterly Journals of Tourism Social Studies*, 8(16), 113-144. <http://journalitor.ir/en/Article/35949>
- Reinhold, S., Zach, F. J., & Krizaj, D. (2017). Business models in tourism: A review and research agenda. *Tourism Review*, 72(4), 462-482. <https://doi.org/10.1108/TR-05-2017-0094>
- Rezaii, H., Samiei, R., Dideh Chani, H., & Shujaei, S. (2018). Factors affecting rural entrepreneurship with emphasis on electronic tourism in Golestan province. *Journal of Space Economy and Rural Development*, 7(3), 87-100. <http://serd.khu.ac.ir/article-1-3156-fa.html> [In Persian]
- Roknaddin Eftekhari, A., & Ghaderi, E. (2002). The role of rural tourism in rural development (Theoretical analysis). *MJSP*, 6(1), 23-41. <http://hsmmp.modares.ac.ir/article-21-4582-fa.html> [In Persian]
- Roumiani, A. (2013). Evaluation of the role of capital flows in developing urban-rural paydargrdshgry (Case study: Rural fence Age, the city of Bouin Zahra). *Geography and Rural Planning* [Master's thesis, University of Zanjan].
- Sayyde, T., & Eshraghi Samani, R. (2017). Role of tourism on rural development (Case study: Ilam Township). *Rural Economy Research Journal*, 3(7), 57-65. <http://economics/Article/1103123/FullText> [In Persian]
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2018). Studying the effect of IT on sustainable development of tourism destinations toward developing smart tourism destinations (Based on the meta-synthesize approach). *New Marketing Research Journal*, 7(4), 95-116. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2017.103939.1247> [In Persian]
- Tian, Q., Zhang, S., Yu, H., & Cao, G. (2019). Exploring the factors influencing business model innovation using grounded theory: The case of a Chinese high-end equipment manufacturer. *Sustainability*, 11, 1-16. <https://doi.org/10.3390/su11051455>



- Ucaktürk, A., Bekmezci, M., & Ucaktürk, T. (2011). Prevailing during the periods of economical crisis and recession through business model innovation. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 89–100. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2011.09.095>
- Yavarigohar, F., Hanafizadeh, P., & Hajiahmadi, T. (2020). E-tourism business model. *Social Studies in Tourism*, 8(15), 221-248. <http://journalitor.ir/en/Article/35882> [In Persian]
- Zhao, M., Zhao, J., & Mu, J. (2021). SWOT research on the development of rural tourism e-commerce system under the background of big data era. *Journal of Mobile Information Systems*, 1-13. <https://doi.org/10.1155/2021/8112747>

