

## طراحی و تبیین مدل توسعه گردشگری مجازی و الکترونیک (مدرن) در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط زیست با رویکرد نظریه داده بنیاد

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۱۵ - تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۱۱

### خلاصه

**مقدمه:** گردشگری، با همه مضامین علمی و فلسفی که در آن نهفته است، دارای پیامدهای اقتصادی، اجتماعی است که پیش‌بینی می‌شود یکی از بزرگ‌ترین محرک‌های مؤثر در حوزه اجتماعی بخصوص محیط‌زیست و بهداشت و سلامت جامعه باشد و گردشگری مدرن یکی از عناصر تأثیرگذار در کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی و ارتقای سلامت افراد جامعه می‌باشد. هدف اصلی این پژوهش طراحی و تبیین مدل فرایندی توسعه گردشگری مدرن (مجازی و الکترونیک) در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط‌زیست با رویکرد داده بنیاد است.

**روش کار:** این پژوهش از نظر هدف، توسعه‌ای کاربردی و از لحاظ - ماهیت جزو پژوهش‌های کیفی است. خبرگان با روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی شناسایی شدند و با توجه به کفایت داده‌ها در مجموع با تعداد ۲۳ نفر از خبرگان مصاحبه به عمل آمد، روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، نظریه داده بنیاد مبتنی بر رویکرد نظام‌مند بود و داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق گردآوری شدند.

**نتایج:** نتایج کیفی تجزیه و تحلیل مصاحبه‌ها نشان داد که در شرایط علی؛ خلاقیت و نوآوری متخصصین، مشارکت و کار تیمی، چشم‌انداز سازمانی در مقوله محوری؛ فرهنگ گردشگری، استراتژی و برنامه‌ریزی، آموزش و مهارت افزایی و مدیریت بازار و کیفیت خدمات در شرایط زمینه‌ای؛ انگیزه‌ها و اهداف، مدیریت عملکرد و مدیریت پشتیبانی. در رابطه با شرایط مداخله‌گر؛ ساختارهای گردشگری و تدوین قوانین و مقررات و در بخش پیامدها ارتقای سلامت و حفظ محیط‌زیست، اشتغال‌زایی و درآمد پایدار شناسایی شده هستند.

**نتیجه‌گیری:** با توجه به نتایج تحقیق می‌توان گفت که الگوی مورد نظر از برازش مطلوب برخوردار می‌باشد.

**کلمات کلیدی:** طراحی مدل، گردشگری مجازی، گردشگری الکترونیک، محیط‌زیست، سلامت جامعه

مسلم ویسی مارانتویی<sup>۱</sup>

حسین وظیفه دوست<sup>۲\*</sup>

کریم حمدی<sup>۳</sup>

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده

مدیریت و اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد

اسلامی، تهران، ایران

<sup>۲</sup> استاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد،

واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،

ایران. (نویسنده مسئول)

<sup>۳</sup> دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و

اقتصاد، واحد علوم و تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی،

تهران، ایران

Email: vazifehdust@yahoo.com

## مقدمه

بر مبنای تعاریف، گردشگری فعالیتی چندجانبه و از لحاظ جغرافیایی، پیچیده و نتیجه خدمات گوناگونی است که در مراحل گوناگون، از مبدأ تا مقصد، درخواست و عرضه می‌شود. به علاوه، احتمالاً در هر کشور یا منطقه، تعدادی مبدأ یا مقصد وجود دارد که بیشتر آن‌ها دارای دو وظیفه مولد (مبدأ) و پذیرش (مقصد) هستند (۱). در اهمیت توسعه گردشگری این چنین استدلال می‌شود که کشورهای در حال توسعه در صدد اشتغال‌زایی، درآمدزایی، تنوع بخشیدن به اقتصاد، حفاظت از محیط‌زیست و ارتقای آگاهی بین فرهنگی هستند. توسعه گردشگری به صورت رشد و حفظ صنعت گردشگری در یک منطقه معین تعریف می‌شود (۲). در سطح کلان و در ادبیات کلاسیک گردشگری، توسعه گردشگری رامی توان به مثابه ایجاد استراتژی‌ها و برنامه‌هایی برای افزایش/توسعه/تشویق گردشگری به مقصد تعریف کرد (۳). فناوری اطلاعات با سرعتی روزافزون در بخش‌های مختلف زندگی انسان نفوذ کرده و به عنوان یکی از مؤلفه‌های اثرگذار در حوزه‌های مختلف کسب و کار به شمار می‌آید تا جایی که امروزه هیچ صنعتی را نمی‌توان یافت که فناوری اطلاعات در آن رسوخ نکرده باشد و از ملزومات آن بخش محسوب نشود (۴). اطلاعات شاهرگ حیاتی صنعت گردشگری است؛ بنابراین استفاده مؤثر از فناوری اطلاعات برای مزیت رقابتی و موفقیت این صنعت اساسی است. به عبارتی فناوری در صنعت گردشگری بر عملیات گردشگری به شدت اثرگذار است. امروزه مشتریان برای برنامه‌های سفر خود، انتخاب و خرید محصول گردشگری، از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات، اطلاعات مورد نیاز را به دست می‌آورند (۵).

گردشگری، با همه مضامین علمی و فلسفی که در آن نهفته است، دارای پیامدهای اقتصادی، اجتماعی است که پیش‌بینی می‌شود یکی از بزرگ‌ترین محرکه‌های مؤثر در حوزه اجتماعی بخصوص محیط‌زیست و بهداشت و سلامت جامعه باشد و گردشگری مدرن یکی از عناصر تأثیرگذار در کاهش آلودگی‌های زیست‌محیطی و ارتقای سلامت افراد جامعه

می‌باشد. نکته حائز اهمیت در خصوص گردشگری مجازی امکان معرفی دقیق، ملموس و جذاب‌تر انواع جاذبه‌های گردشگری به صورت مجازی است که ماهیت ذاتی آن را نشان می‌دهد. به روزرسانی اطلاعات سفر، امکان دریافت ویزا به صورت الکترونیک و غیره در آینده این صنعت دور از تصور نیست (۶).

واقعیت مجازی در حال حرکت به فاز نوآوری‌های بیشتر و کاربردهای جدید فن‌آوری است که یکی از کاربردهای آن در حوزه گردشگری می‌باشد (۷). چراکه سفر مجازی می‌تواند به عنوان جایگزین و مکملی برای سفر واقعی باشد و دانش و اطلاعاتی را قبل از سفر در اختیار افراد قرار دهد (۸).

همچنین می‌تواند جایگزینی برای بازدید از مکان‌های غیرقابل دسترس که بشر در آرزوی دست یافتن به آن است، باشد. ضمن اینکه بازدید مجازی از بسیاری از اماکن گردشگری حساس می‌تواند در حفظ و طول عمر آن بنا مفید واقع شود (۹).

گردشگری به عنوان یکی از فعالیت‌های اقتصادی در شش دهه گذشته بیشترین میزان رشد را در بین سایر فعالیت‌ها تجربه کرده است (۱۰).

در اهمیت توسعه گردشگری این چنین استدلال می‌شود که کشورهای در حال توسعه در صدد اشتغال‌زایی، درآمدزایی، تنوع بخشیدن به اقتصاد، حفاظت از محیط‌زیست و ارتقای آگاهی بین فرهنگی هستند. توسعه گردشگری به صورت رشد و حفظ صنعت گردشگری در یک منطقه معین تعریف می‌شود (۲).

با توجه به مشکلات موجود و سهم ناچیز استان کرمانشاه از بازار بی‌نهایت گردشگری، به نظر می‌رسد، توسعه گردشگری مدرن می‌تواند علاوه بر معرفی جاذبه‌های گردشگری استان به عنوان مکمل گردشگری واقعی، باعث جذب گردشگر، درآمدزایی، ایجاد اشتغال، بهبود و توسعه شرایط اقتصادی و از فواید دیگر آن، حفظ محیط‌زیست و کاهش مشکلات زیست‌محیطی و ارتقای سلامت جامعه به

تولید ناخالص جهان در سال ۲۰۱۸ به صنعت گردشگری اختصاص داشته و ۳۱۹ میلیون نفر در آن مشغول به فعالیت بوده‌اند. همچنین، در این سال، صنعت گردشگری با رشد ۹/۳ درصدی همراه بوده که در مقایسه با رشد ۲/۳ درصدی اقتصاد جهانی، رقم بیشتری بوده است. به علاوه، یکی از هر پنج شغل جدید طی پنج سال گذشته توسط صنعت گردشگری ایجاد شده؛ بنابراین، توسعه گردشگری بهترین گزینه برای مشارکت دولت در ایجاد اشتغال است. ضمن این که توسعه گردشگری از طریق ایجاد بازارهای جدید برای تولیدات محلی و صنایع دستی و محصولات کشاورزی (جهت ارتزاق گردشگران) سبب متنوع سازی اقتصاد و رهایی از اقتصاد تک محصولی می شود. مضافاً، صنعت گردشگری به دلیل اثر تک اثری بالا و همراستا بودن با صنایع مختلف سبب به حرکت درآمدن چرخ اقتصادی کشورها می شود. ضمناً، به سبب سهم بیشتر اشتغال جوانان در این صنعت، کشورهای دارای جمعیت جوان و مبتلا به مشکل بیکاری، از توسعه صنعت گردشگری می توانند از آن به عنوان ابزاری برای رفع معضل بیکاری بهره ببرند. افزون بر این‌ها، آلودگی ایجاد شده در صنعت گردشگری نسبت به دیگر بخش‌های تولیدی ناچیز است و به همین دلیل از آن به عنوان صنعت سفید یاد شده که بدون آلوده سازی محیط زیست انسانی، زمینه دوستی و تفاهم بین ملت‌ها را فراهم می کند.

بنابراین، بسیاری از کشورها - خاصه کشورهای کوچک - استراتژی‌های توسعه خود را بر مبنای توسعه صنعت گردشگری تهیه و تدوین نموده‌اند تا آنجا که درآمد حاصل از گردشگری به عنوان بزرگ‌ترین درآمد صادراتی آن‌ها شناخته شده و برخی اوقات به بیش از یک چهارم تولید ناخالص داخلی آن‌ها بالغ می شود؛ بنابراین، صنعت گردشگری به مثابه نوعی صادرات نامرئی، نه تنها در افزایش صادرات و رشد اقتصادی کشورها نقشی بی‌بدیل دارد بلکه، سرمایه گذاری و توسعه آن می تواند به افزایش درآمدهای مالیاتی دولت‌ها و تعالی فرهنگی میزبانان و مهمانان منجر شود (۱۱).

جهت جلوگیری از شیوه بیماری‌های همه گیر و سایر آسیب‌های اجتماعی شود.

کرمانشاه از استان‌های تاریخی و فرهنگی ایران به شمار می رود که به دلیل قرار گرفتن در تقاطع دو محور شمال به جنوب و شرق به غرب و نیز هم‌جواری با کشور عراق و واقع شدن در مسیر شهرهای زیارتی کربلا و بغداد، از اهمیت بسیاری به جهت گردشگری و توریسم برخوردار است. مناطق نمونه‌ی گردشگری استان دارای قابلیت انواع گردشگری همچون طبیعت گردی، گردشگری کشاورزی، تاریخی، مذهبی، جنگ، فرهنگ مردم، بازرگانی تجاری، تفریحی، ورزشی و انواع گردشگری روستایی هستند که این مناطق (۵۰ منطقه‌ی نمونه‌ی گردشگری) در ۵ قطب گردشگری استان پراکنده‌اند. با توجه به تقسیم‌بندی‌های صورت گرفته در طرح جامع گردشگری، استان کرمانشاه به پنج قطب گردشگری کرمانشاه، اورامانات، قصر شیرین، اسلام‌آباد غرب و کنگاور تقسیم شده است که هر کدام از این قطب‌های گردشگری، شهرستان‌ها و مناطق نمونه‌ی گردشگری را به خود اختصاص داده است. از این رو با توجه به پتانسیل‌ها و قابلیت‌های گردشگری استان و روند روبه توسعه این صنعت در استان کرمانشاه همانند سایر استان‌های کشور، حضور گردشگران در استان علاوه بر مزایای اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... دارای آسیب‌های زیست محیطی و نگرانی‌های ناشی از به خطر افتادن سلامت افراد جامعه ایجاد نموده و بسیار ضروری است که با انجام پژوهش‌های علمی و تحقیقات میدانی گام‌های مؤثری برداشته شود و مسیر رونق گردشگری مدرن در جهت حفظ سلامت جامعه و محیط زیست هموار گردد. در این پژوهش این سؤال مطرح است که طراحی و تبیین مدلی برای توسعه گردشگری مجازی و الکترونیک در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط زیست با رویکرد نظریه داده بنیاد در استان کرمانشاه به چه نحو است؟

امروزه، گردشگری یکی از بخش‌های پیشرو در اقتصاد جهانی است که منبع عظیمی از درآمدها، اشتغال‌زایی، صادرات و مالیات به شمار می رود. به نحوی که ۴/۱۰ درصد از

گردشگری حساس می‌تواند در حفظ و طول عمر آن بنا مفید واقع شود (۹). استفاده از فن‌آوری واقعیت مجازی می‌تواند به‌عنوان یک مزیت رقابتی برای شرکت‌هایی که فعالیت‌هایشان در زمینه مهم‌ترین هدف گردشگری مجازی گردشگری است محسوب شود (۱۴). در بعد فن‌آوری، ایجاد حس حضور واقعی در مکان‌های توریستی مجازی است و در بعد اقتصادی ترغیب افراد برای انجام سفر واقعی و حضور فیزیکی آنان در جاذبه‌های گردشگری است (۱۵). در صنعت گردشگری، معرفی فناوری‌های دیجیتال منجر به تغییر نقش‌ها با شکل‌ها و محتوای جدید می‌شود. مجازی‌سازی به‌عنوان یک فناوری کارآمد جدید که در تمام حوزه‌های جامعه بشری تأثیرگذار است روزبه‌روز در حال گسترش است و تعداد کاربران واقعیت مجازی نیز به‌سرعت در حال افزایش است (۱۶).

واقعیت مجازی (VR) یکی از نوآوری‌های قابل‌تحسین فناوری است که توانایی تأثیر بر صنعت گردشگری را دارد (۱۷).

واقعیت مجازی مجموعه‌ای مصنوعی از تصویرها و صوت‌هاست که توسط رایانه برای ایجاد یک محیط شبیه‌سازی شده شامل بازخورد شنیداری، دیداری، کلامی و انواع بازخوردهای حسی تولید می‌شود. از این فناوری می‌توان برای ایجاد محیطی شبیه به دنیای واقعی استفاده کرد که امکان تجربه آن در واقعیت فیزیکی وجود ندارد (۱۸). واقعیت مجازی را یکی از جدیدترین نوآوری‌های فناوری می‌دانند، که می‌تواند به شیوه‌های مختلف در بخش گردشگری تأثیر به‌سزایی بر جای بگذارد؛ از جمله می‌تواند از طریق تأثیر بر اهداف احتمالی مشتری در انتخاب یک محصول گردشگری، سبب بهبود رضایت وی از طریق بازدید شود (۱۹). چنین محیط‌های مجازی‌ای مدیران گردشگری را قادر می‌سازند که با ارائه تجاربی به‌یادماندنی سبب افزایش رضایت گردشگران شوند (۲۰).

طبق تعریف وب‌سایت «بازار جهانی سفر (WTM)» گردشگری مجازی از ترکیب اصول گردشگری با فناوری واقعیت مجازی (VR) به وجود آمده است؛ تجربه‌ای که به

گردشگری در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی بسیاری از کشورها، مهم و تأثیرگذار است (۱۲) و در جایگاه صنعتی خدماتی، در سال‌های اخیر در توسعه کشورها رشد چشمگیری داشته است. توسعه این صنعت، علاوه بر ایجاد منافع متعدد برای کسب‌وکارهای مرتبط مانند هتل‌داری، مدیریت استراحتگاه‌ها، آژانس‌های مسافرتی و رستوران‌ها، موجب جذب پول‌های خارجی و به‌نوعی ارزآوری نیز می‌شود (۱۳). همچنین، بخش گردشگری، بعد از تولیدات کارخانه‌ای، با سهمی ۹/۳ درصدی، بیشترین سهم را در رشد تولید ناخالص داخلی جهان دارد امروزه، بسیاری از کشورهای در حال توسعه، تلاش می‌کنند مشارکت خود در اقتصاد جهانی را از طریق توسعه گردشگری بین‌المللی افزایش دهند.

بر مبنای تعاریف، گردشگری فعالیتی چندجانبه و از لحاظ جغرافیایی، پیچیده و نتیجه خدمات گوناگونی است که در مراحل گوناگون، از مبدأ تا مقصد، درخواست و عرضه می‌شود. به‌علاوه، احتمالاً در هر کشور یا منطقه، تعدادی مبدأ یا مقصد وجود دارد که بیشتر آن‌ها دارای دو وظیفه مولد (مبدأ) و پذیرش (مقصد) هستند (۱). در اهمیت توسعه گردشگری این چنین استدلال می‌شود که کشورهای در حال توسعه درصدد اشتغال‌زایی، درآمدزایی، تنوع بخشیدن به اقتصاد، حفاظت از محیط‌زیست و ارتقای آگاهی بین فرهنگی هستند. توسعه گردشگری به‌صورت رشد و حفظ صنعت گردشگری در یک منطقه معین تعریف می‌شود (۲).

گردشگری به‌عنوان یکی از فعالیت‌های اقتصادی در شش دهه گذشته بیشترین میزان رشد را در بین سایر فعالیت‌ها تجربه کرده است (۱۰). واقعیت مجازی در حال حرکت به فاز نوآوری‌های بیشتر و کاربردهای جدید فن‌آوری است که یکی از کاربردهای آن در حوزه (۷) گردشگری می‌باشد، چراکه سفر مجازی می‌تواند به‌عنوان جایگزین و مکملی برای سفر واقعی باشد و دانش و اطلاعاتی را قبل از سفر در اختیار افراد قرار دهد (۸). همچنین می‌تواند جایگزینی برای بازدید از مکان‌های غیرقابل‌دسترس که بشر در آرزوی دست یافتن به آن است، باشد. ضمن اینکه بازدید مجازی از بسیاری از اماکن

یکی از دستاوردهای فناوری مدرن تولید وقت اضافی یا اوقات فراغت است. هرچقدر فناوری در مدیریت گردشگری کشوری پیشرفته‌تر باشد، وقت اضافی بیشتری در سطح کلان تولید و مدیریت می‌شود. بزرگ‌ترین تولید و مصرف قرن بیست و یکم حول محور تولید و مصرف اوقات فراغت است. گردشگری بخش مهمی از اوقات فراغت را پُر می‌کند و پُر کردن اوقات فراغت هزینه‌های اقتصادی برای افراد ایجاد می‌کند. گردشگری، با همه مضامین علمی و فلسفی که در آن نهفته است، رویکردی اقتصادی یا پیامدی اقتصادی خواهد داشت و پیش‌بینی می‌شود که یکی از بزرگ‌ترین محرک‌های اقتصادی قرن حاضر باشد و گردشگری مجازی و الکترونیک یکی از مهم‌ترین فناوری‌های تأثیرگذار در این صنعت باشند. نکته حائز اهمیت در خصوص گردشگری مجازی امکان معرفی دقیق، ملموس و جذاب‌تر انواع جاذبه‌های گردشگری به صورت مجازی است که ماهیت ذاتی آن را نشان می‌دهد. به‌روزرسانی اطلاعات سفر، امکان دریافت ویزا به صورت الکترونیک و غیره در آینده این صنعت دور از تصور نیست (۶).

حس شغف به‌عنوان شکلی از رضایت، یکی از دلایل عمده برای استفاده افراد از دنیای سه‌بعدی در گردشگری محسوب می‌شود. هرچند در ابتدا گردشگری مجازی برای پیشبرد اهداف مدیریت و بازاریابی مورد توجه قرار گرفته است، اما روزه‌به‌روز بر تعداد کاربرانی که انگیزه لذت آن‌ها را به سمت گردشگری مجازی سوق می‌دهد، افزوده می‌شود (۲۱). به شکل سنتی بازدید از یک جاذبه گردشگری به معنای حضور فیزیکی در آن مکان می‌باشد، اما با پیدایش فناوری‌های نوین رایانه‌ای، افراد امکان حضور در مکان‌های سیاحتی به صورت مجازی را دارند. مزایای گردشگری مجازی نظیر عدم محدودیت زمانی و مکانی، در دسترس بودن، ارزان بودن، ریسک کمتر و... باعث شده است که گردشگران زیادی جذب این فن‌آوری شوند که بسیاری از آن‌ها را برای سفر واقعی ترغیب کرده است (۲۲).

مهم‌ترین هدف گردشگری مجازی در بعد فناوری، ایجاد حس حضور واقعی در مکان‌های توریستی مجازی است و در

افراد اجازه می‌دهد بدون سفر کردن به مناطق مختلف، مقاصد و جاذبه‌های جدید را کشف و تجربه کنند. گردشگری مجازی شامل طیف گسترده‌ای از واقعیت مجازی (VR)، واقعیت ترکیبی و واقعیت افزوده (AR) است که به اشکال مختلف اجرا می‌شود. گردشگری مجازی در ساده‌ترین شکل، شامل ویدیویی کوتاه از یک مقصد گردشگری است که از طریق گوشی همراه می‌توان دید.

اما از اشکال پیچیده‌تر آن، می‌توان به شبیه‌سازی یک مقصد یا فعالیت گردشگری به کمک هدست‌های هوشمند VR اشاره کرد. در این تجربه، نه تنها حواس بینایی، بلکه احساسات و حواس بینایی، شنوایی و حتی لامسه مخاطبان هم به کار گرفته می‌شود.

مهم‌ترین ویژگی گردشگری مجازی، امکان تجربه و کشف دنیا از راه دور است؛ یک ویژگی جالب که اگرچه امکان تعامل با افراد محلی و دیگر مسافران واقعی را از ما می‌گیرد، اما اجازه می‌دهد قبل از سفر به مقصدی خاص یا اقامت در هتل، با ویژگی‌ها، امکانات و محیط طبیعی آن آشنا شویم و آگاهانه‌تر تصمیم بگیریم.

در گردشگری مجازی دیگر نگران رعایت فاصله اجتماعی از دیگران و شیوع بیماری‌های گوناگون و درخطر قرارگرفتن سلامتی و جان خود و سایرین نخواهیم بود و می‌توانیم با خیال راحت به هرکجا که می‌خواهیم سفر کنیم. در گردشگری مجازی افراد ناتوان و بیمار که دارای بیماری مسری هستند می‌توانند در منزل خود یا مکانی که در حال درمان هستند با دردست داشتن رایانه شخصی، گوشی، تبلت و یا لب‌تاب وارد سایت‌های گردشگری مجازی شده و از دیدن فضاهای گردشگری لذت ببرند. و بدین‌وسیله در ارتقای سلامت جامعه موثر باشند.

همچنین در دنیایی که آلودگی‌های زیست‌محیطی به یکی از نگرانی‌های اصلی دولت‌ها و مردم تبدیل شده، گردشگری مجازی کمک می‌کند تا بیشتر از محیط‌زیست خود حفاظت کنیم.

بعد اقتصادی نیز منجر به ترغیب افراد برای انجام سفر واقعی و حضور فیزیکی آنان در جاذبه‌های گردشگری است (۱۵). یکی از انواع نوین گردشگری، گردشگری الکترونیک است. فراگیر شدن ابزارهای دیجیتال و توسعه شبکه‌های مخابراتی و رایانه‌ای، شبکه‌های اجتماعی و افزایش میزان دسترسی افراد به اینترنت، امکان ارائه خدمات در هر زمان و مکانی را برای کاربران گردشگری فراهم کرده است (۲۳). گردشگری یکی از حوزه‌های اقتصادی است که با سرعت فزاینده‌ای در حال پیشروی است و حجم قابل توجهی از درآمد، اشتغال و تولید ملی را به خود اختصاص داده است و فناوری اطلاعات نیز با سرعت روزافزونی در بخش‌های مختلف زندگی انسان نفوذ کرده است (۲۴). در همین راستا می‌توان گردشگری الکترونیکی را حاصل پیوند میان گردشگری و فناوری اطلاعات دانست (۵). لذا به کارگیری فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به منظور توسعه صنعت گردشگری را گردشگری الکترونیکی می‌نامند. گردشگری الکترونیکی، امکان ارائه اطلاعات دقیق و به‌روز و همچنین ارائه خدمات نوین به کاربران و گردشگران را می‌دهد (۲۵).

حال علیرغم آنچه در باب مزیت‌های این نوع از گردشگری بیان شد، می‌توان گفت، شبکه‌های اجتماعی با وجود نوظا بودن، از جنبه‌های تأثیرگذاری، محبوبیت، تنوع فعالیت‌ها و قدرت رسانه‌ای در شرایط بسیار مناسبی قرار دارند اما آنچه حائز اهمیت است این است که مدل‌های ارائه‌شده تاکنون بیشتر مربوط به مدل‌های کسب‌وکار در حیطه وبسایت‌های گردشگری و یا در حوزه گردشگری الکترونیکی بوده‌اند که محدودیت‌ها، فرصت‌ها و توانمندی‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی به‌طور کامل در آن‌ها لحاظ نشده است (۲۶).

لذا مهم‌ترین محدودیت‌ها و موانع آن‌ها را می‌توان به شرح زیر بیان کرد: تنش و عدم تعادل بین درخواست‌های روزافزون مشتریان برای دریافت خدمات متناسب با نیازها و علایق آن‌ها و انتشار اطلاعاتی در اینترنت که موجب سوءاستفاده گردیده و

منجر به بی‌میلی در میان مصرف‌کنندگان برای استفاده از اینترنت می‌شود.

-ترجیح بسیاری از مشتریان به انجام تراکنش‌های پیچیده به صورت رودررو و حضوری.

-جایگزین شدن گردشگری الکترونیک معادل با از دست دادن مشاغل حاصل از فعالیت آژانس‌های مسافرتی موجود است (۲۷).

عوامل بسیاری در گسترش جهانی بیماری‌های عفونی مؤثر است؛ از جمله افزایش سرعت و رسیدن به تحرک انسانی، افزایش حجم تجارت و گردشگری و تغییر توزیع جغرافیایی بیماری‌ها به‌طور خاص، سفر و مهاجرت انسان (به‌ویژه از طریق سفر هوایی). اکنون یک نیروی محرک اصلی است که عفونت‌ها را به اقصی نقاط جهان منتشر کند. هر سال، شاهد تعداد بیشتری از گردشگران بین‌المللی، تعداد بیشتری از پناهندگان و مهاجران بین‌المللی، ظرفیت بیشتر برای حمل‌ونقل دریایی و تعداد مسافران سفرهای هوایی بین‌المللی هستیم. سفر هوایی تهدیدی رو به رشد برای امنیت جهانی است، چراکه اکنون این امکان وجود دارد که مسافری که در یک مکان روی زمین دچار عفونت شده باشد، در عرض ۱ تا ۲ روز تقریباً هر نقطه دیگری روی کره زمین سفر کند. هرچند برخی عفونت‌ها حاصل از طریق سفر ممکن است پراکنده بوده و پتانسیل کمی برای انتقال بیشتر داشته باشند، اما عفونت‌های منتشره از راه مسافرت هوایی، همچنان، باعث ایجاد اختلال در بیماری‌های همه‌گیر بومی خواهد شد (۲۸).

از دیدگاه بهداشت عمومی، مسافران در محیط‌های ناآشنا در معرض انواع خطرات سلامتی قرار دارند. سفر بین‌المللی بسته به نیازهای سلامتی مسافر و نوع مسافرت انجام‌شده می‌تواند خطرات جدی برای سلامتی به همراه داشته باشد. حوادث همچنان عامل اصلی عوارض و مرگ‌ومیر مسافران بین‌المللی است، اما عفونت‌ها نیز یک خطر مهم برای سلامتی را به وجود می‌آورند. علاوه بر این، مسافران به‌طور پویا با میکروب‌ها و مکان‌ها در تعامل هستند. مسافران می‌توانند این میکروب‌ها و مواد ژنتیکی خود را حمل کنند و همان‌طور که

### روش کار

پژوهش حاضر از نظر هدف توسعه‌ای کاربردی و از لحاظ ماهیت جزء پژوهش‌های کیفی است. خبرگان با روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله برفی شناسایی شدند. با توجه به کفایت داده‌ها از تعداد ۲۳ نفر مصاحبه عمیق به عمل آمد، تعداد ۷ نفر از مشارکت-کنندگان جزء خط‌مشی گذاران و مدیران و کارآفرینان حوزه گردشگری استان، ۱۳ نفر از مدیران کارشناسان گردشگری و ۳ نفر جزء اساتید دانشگاه و پژوهشگران بودند. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها، نظریه داده بنیاد مبتنی بر رویکرد نظام‌مند و داده‌ها از طریق مصاحبه عمیق گردآوری شدند. در پژوهش حاضر، از روش توافقی درون موضوعی (پایایی بین دو کدگذار) برای محاسبه پایایی و کدگذاری مصاحبه‌ها استفاده شد. برای محاسبه پایایی مصاحبه با روش توافق درون موضوعی دو کدگذار (ارزیاب)، از یک دانشجوی مقطع دکتری مدیریت درخواست شد تا به‌عنوان همکار پژوهش (کدگذار) در تحقیق مشارکت کند. در این ارتباط، آموزش‌ها و فنون لازم جهت کدگذاری مصاحبه‌ها به ایشان انتقال داده شد. سپس محقق به همراه این همکار پژوهش، تعداد سه مصاحبه را کدگذاری کرده و درصد توافق بین کدگذاران که به‌عنوان سومین شاخص اعتبارسنجی تحلیل به کار می‌رود با استفاده از فرمول زیر محاسبه شد.

$$\%100 \times \frac{2 \times \text{تعداد توافقات}}{\text{تعداد کل کدها}} = \text{درصد توافق درون موضوعی}$$

### نتایج

جدول ۱. محاسبه پایایی بین دو کدگذار

ردیف	تعداد کل کدها	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	پایایی بین دو کدگذار (درصد)
۱	۱۸	۸	۳	۸۸/۹
۲	۲۸	۱۱	۵	۷۸/۵
۳	۲۳	۱۰	۴	۸۶/۹
کل	۶۹	۲۹	۱۲	۸۴

بیکر اظهار داشت، "می‌توانند نقش‌های مختلفی را با توجه به میکروب‌ها، به‌عنوان قربانیان، فرستنده‌ها، پیک‌ها، پردازنده‌ها و فرستنده فعال کننده‌های بیماری‌زای میکروبی بازی کنند (۲۹).

سؤال اصلی پژوهش

طراحی و تبیین مدل فرایندی توسعه گردشگری مدرن (گردشگری مجازی و الکترونیک) در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط‌زیست در استان کرمانشاه به چه نحو می‌باشد؟

سؤالات فرعی پژوهش

۱- عوامل علی در فرایند توسعه گردشگری مدرن در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط‌زیست در استان کرمانشاه کدام‌اند؟

۲- عوامل اصلی در فرایند توسعه گردشگری مدرن در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط‌زیست در استان کرمانشاه کدام‌اند؟

۳- عوامل زمینه‌ای در فرایند توسعه گردشگری مدرن در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط‌زیست در استان کرمانشاه کدام‌اند؟

۴- عوامل مداخله‌گر در فرایند توسعه گردشگری مدرن در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط‌زیست در استان کرمانشاه کدام‌اند؟

۵- عوامل راهبردی در فرایند توسعه گردشگری مدرن در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط‌زیست در استان کرمانشاه کدام‌اند؟

۶- پیامدهای فرایند توسعه گردشگری مدرن در راستای ارتقای سلامت جامعه و حفظ محیط‌زیست در استان کرمانشاه کدام‌اند؟

بعدی، با استفاده از کدهای جدید به دست آمده، چارچوب ذهنی توسعه گردید. این فرایند تا زمانی ادامه یافت که اشباع نظری حاصل شد و مصاحبه‌ها به پایان رسید. طبقه‌بندی داده‌ها با اطلاق کدهای جداگانه و مرور مکرر و ادغام کدهای مشابه انجام گرفت تا کدهای اصلی تولید شوند. مراحل کدگذاری انجام گرفته در پژوهش حاضر عبارت‌اند از: کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی.

در این بخش از پژوهش، کلیه کدهای نهایی حاصل از مصاحبه‌ها در جدول شماره ۲ ارائه شده است. بعد از مشخص شدن مفاهیم و مقوله‌ها، مقوله‌های موجود به مقوله‌های اصلی و مقوله‌های خرد تقسیم شدند. مقوله‌های خرد، اطلاعات بیشتری درباره چرایی و چگونگی یک پدیده را ارائه می‌کنند و از این طریق، به وضوح بیشتر مقوله کمک می‌نمایند. جدول شماره ۲ مقوله‌های خرد و کلی را به همراه کدهای آن‌ها نشان می‌دهد.

با توجه به جدول ۱ تعداد کل کدهایی که توسط پژوهش و همکار پژوهشی به ثبت رسیده است ۶۹ کد است. تعداد کل توافقات بین این کدها ۲۹ و تعداد کل عدم توافقات بین این کدها ۱۲ کد است و پایایی بین کدگذاران برای مصاحبه‌های انجام گرفته ۸۳/۲ درصد است. از آنجا که میزان پایایی بیشتر از ۶۰ درصد است، لذا قابلیت اعتماد کدگذاری‌ها مورد تأیید بوده و میزان پایایی تحلیل مصاحبه مناسب است.

برای تجزیه و تحلیل داده‌های به دست آمده از مصاحبه‌ها، از روش کدگذاری و مقوله‌بندی داده‌ها مبتنی بر نظریه داده بنیاد استفاده شد. داده‌های جدید هم‌زمان با تمام داده‌های دیگر مقایسه شدند تا محوریت مطلوب در بین تمام داده‌ها آشکار گردد. کدگذاری مصاحبه‌ها به موازات مصاحبه‌ها صورت گرفت. پس از انجام هر مصاحبه داده‌های آن مصاحبه مورد کدگذاری قرار گرفت تا از طریق کدگذاری داده‌ها در دسته‌بندی و تفسیر آن‌ها صورت پذیرد. با کدگذاری چند مصاحبه نخست، چارچوب اولیه ایجاد و با انجام مصاحبه‌های

### جدول ۲: کدهای نهایی و مقولات حاصل از مصاحبه‌ها

کدها	مقوله‌های محوری	کدهای باز	مفاهیم
		A1	کسب سود و درآمد پایدار
B1	انگیزه‌های اقتصادی	A2	منافع مالی و درآمدی
		A3	رونق اقتصادی
		A4	توان بالای اقتصادی ممالی
		A5	جایگاه اجتماعی بالاتر
		A6	ارتقا سطح زندگی
B2	انگیزه‌های اجتماعی	A7	کسب جایگاه بالاتر
		A8	منزلت اجتماعی
		A9	مدیریت اجتماعی قدرتمند
		A10	مهارت متخصص
B3	تخصص و مهارت	A11	تحصیلات دانشگاهی
		A12	مهارت‌آموزی
		A13	تفکر خلاق
B4	خلاقیت و نوآوری	A14	نیروی انسانی متفکر
		A15	نوآوری و ابداع
		A16	خلاقیت و نوآوری
		A17	روحیه کار جمعی
B5	حس مشارکت‌جویی	A18	تعاون‌گرایی
		A19	کار تیمی



		A20	فرهنگ کار و مشارکت
		A21	تجمیع سرمایه‌های خرد
B6	پتانسیل‌های فکری و مالی	A22	استفاده از پتانسیل فکری، مالی
		A23	بهره بردن از توان فکری
		A24	انباشت سرمایه‌های جزء
		A25	اعتقاد به درستی کار
		A26	کار نیکو کردن
B7	باور و اعتقاد به انجام کار	A27	به کسب نتیجه باور داشتن
		A28	اطمینان از عملکرد
		A29	باورهای دینی و اعتقادی
		A30	نتیجه گرایی
		A31	پایبندی به اصول اخلاقی
B8	پایبندی به اصول اخلاقی و اعتقادی	A32	اصول انسانی و تفاوت‌های فرهنگی
		A33	توجه به آداب و رسوم انسانی
		A34	احترام به فرهنگ و بهبود نگرش‌ها
		A35	مقررات تجاری
		A36	قوانین حاکم بر تجارت
B9	قوانین و مقررات حاکم بر کسب و کار	A37	آیین‌نامه‌های تجاری
		A38	مقررات زدایی
		A39	رفع موانع و بهبود مقررات
		A40	بخشنامه‌های کاربردی
		A41	آموزش‌های تخصصی با برنامه
B10	آموزش‌های تخصصی	A42	دوره‌های علمی کاربردی
		A43	همایش و سمینار علمی
		A44	گردهمایی‌های علمی
		A45	کارآموزی
		A46	مدیریت متخصص
B11	مدیران متخصص و کارآمد	A47	مدیران باتجربه
		A48	تربیت نیروی جوان و خلاق
		A49	بهره بردن از ظرفیت سازمان‌ها
B12	توانایی و ظرفیت سایر سازمان‌ها و نهاد	A50	استفاده از توانایی‌های ادارات و نهادها
		A51	جلب حمایت‌های دستگاه‌ها
		A52	رفع نیاز، کمبودها
B13	نیازها و خواست افراد	A53	رفاه اجتماعی
		A54	درآمد زایی پایدار
		A55	ابهام‌زدایی در قوانین
		A56	شفافیت در دستورالعمل‌ها
B14	شفافیت وعدم ابهام در قوانین و مقررات	A57	حذف یا اصلاح مقررات دست و پاگیر
		A58	تدوین مقررات به هنگام
		A59	پرهیز از مقررات موازی
		A60	سطح فرهنگ عامه
		A61	فرهنگ‌سازی
B15	سطح فرهنگ عمومی جامعه	A62	بهبود عناصر فرهنگی
		A63	برنامه‌ریزی فرهنگی
		A64	توجه به نیازهای فرهنگی
		A65	تکنولوژی نوین
B16	استفاده از تکنولوژی و فن‌آوری پیشرفته	A66	به هنگام کردن تجهیزات
		A67	خرید فن‌آوری بروز

	A۶۸	دستیابی به نرم افزار و سخت افزار مرتبط
	A۶۹	کسب ستاده بیشتر
B17	A۷۰	توجه به داده و ستاده
	A۷۱	مدیریت هزینه ها
	A۷۲	ارزیابی عملکرد
	A۷۳	الگوسازی از کارآفرینان
B18	A۷۴	نحوه ارائه خدمات گردشگری
	A۷۵	تشویق فعالان و کارآفرینان
	A۷۶	الگوهای ملی و منطقه ای
B19	A۷۷	نمونه های موفق و پیشرو
	A۷۸	بهترین های حوزه فعالیت
	A۷۹	کارایی و اثربخشی
B20		
	A۸۰	کسب بهترین نتیجه
	A۸۱	فرهنگ سازی از طریق رسانه ها
B21	A۸۲	تبلیغات
	A۸۳	معرفی جاذبه های گردشگری
B22	A۸۴	اصلاح قوانین و مقررات
	A۸۵	حذف قوانین زائد
	A۸۶	کمک های مالی بانکی
B23	A87	منابع مالی بین المللی
	A88	کمک های بلاعوض دولتی
	A89	تسهیلات کم بهره طولانی مدت
B24	A90	خدمات مناسب با خواست گردشگر
	A91	خدمات رسانی آسان و مستمر
B25	A92	صنعت گردشگری به هنگام
	A93	برنامه ریزی علمی
B26	A94	استراتژی علمی
	A95	اجرای برنامه های دقیق و علمی
	A96	سطح دانش و آگاهی کارآفرینان
B27	A97	ارتقا سطح علمی کارآفرینان
	A98	گردهمایی ها و سیمینارهای علمی
	A99	نیروی متخصص و ماهر و خلاق
B28		
	A100	میدان دادن به متخصصین
B29	A101	کاربردی کردن تحقیقات
	A102	تعریف موضوعات پژوهشی و تحقیقاتی
	A103	آموزش جامع و مستمر به متولیان
B30	A104	رده های دانش افزایی
	A105	دوره های بازآموزی
	A106	آموزش های بازاریابی و مدیریت باز
B31	A107	استفاده از گروه های بازاریابی
	A108	بازاریابی علمی
	A109	جذب و نگهداری کارشناس بازاریابی
B32	A110	ایجاد عوامل انگیزشی و مشوق های تحریک کننده
	A111	جذب فعالان جدید با برنامه مشوقانه
	A112	برنامه ریزی مناسب در جهت برآوردن نیازها و بهبود عملکرد فعالان
B33	A113	توجه به بهبود عملکرد فعالان این عرصه
	A114	ارزیابی عملکرد کارآفرینان

		A115	ثبات قوانین و مقررات و مدیریت
B34	ثبات قوانین و مقررات و مدیریت	A116	پرهیز از جایجایی‌های زودهنگام مدیران
		A117	ثبات قوانین لازمه توسعه
		A118	حقوق فعالان و کارآفرینان
B35	حفظ حقوق فعالان و کارآفرینان	A119	احقاق حق دست‌اندرکاران حوزه گردشگری
		A120	توجه به حقوق مادی و معنوی فعالان
		A121	فراهم نمودن زیرساخت‌های موردنیاز
B36	تأمین زیرساخت‌ها	A122	زیرساخت‌های اساسی
		A123	بروز رسانی زیرساخت‌ها
		A124	اجرای برنامه‌ها و آسیب‌شناسی مستمر
B37	آسیب‌شناسی مستمر	A125	کنترل عملکردها
		A126	رفع به‌موقع انحرافات از برنامه‌ها
		A127	آگاهی‌سازی در خصوص بازار هدف
B38	شناسایی بازار	A128	رصد مستمر بازار و عناصر موثر آن
		A129	تحقیقات بازاریابی
B39	وضعیت فناوری‌های موجود	A130	بررسی و ارزیابی سطح فناوری موجود
		A131	به‌روز بودن و کامل بودن وبسایت‌های فعال
B40	پارانه و یا بخشودگی‌ها از طرف دولت	A132	اختصاص پارانه و یا بخشودگی
B41	تناسب خدمت - هزینه	A133	توجه به تناسب خدمت - هزینه
B42	برنامه‌ریزی آموزشی و مهارت‌افزایی کارآفرینان	A134	برنامه‌ریزی افزایش مهارت و آموزش کارآفرینان
	مهار تورم و بحران‌های اقتصادی - اجتماعی	A135	برنامه‌ریزی برای مهار تورم و بحران‌های اقتصادی - اجتماعی
B43			
B44	ثبات اقتصادی و مالی	A136	حفظ ثبات اقتصادی و مالی
		A137	توجه به شاخص‌های اقتصادی
B45	ثبات سیاسی و کاهش تنش‌های اجتماعی	A138	کاهش تنش‌های اجتماعی و پرهیز از بروز حوادث و ناآرامی
		A139	ثبات سیاسی
		A140	پشتیبانی‌های فنی تخصصی مستمر
B46	پشتیبانی‌های فنی و تخصصی دولتی	A141	حمایت‌های تخصصی از کارآفرینان
		A142	توجه به نیازهای فنی فعالان از سمت دولت
		A143	کسب سود و بازده اقتصادی برای فعالان
B47	کسب سود و بازده اقتصادی	A144	سودآوری
		A145	رونق کسب‌وکار
		A146	کمک‌های مالی و تسهیلاتی ارزان‌قیمت و به‌موقع
B48	کمک مالی و تسهیلاتی ارزان‌قیمت	A147	تزریق تسهیلات دولتی
		A148	وام‌های قرض‌الحسنه یا کم‌بهره
		A149	توجه به برنامه حمایتی کوتاه‌مدت
B49	برنامه‌های حمایتی زمان‌بندی‌شده	A150	توجه به برنامه حمایتی بلندمدت
		A151	بودجه‌بندی آموزشی متناسب با نیازها
B50	ایجاد ارتباط بین دولت، دانشگاه و کارآفرینان	A152	ارتباط مستمر بین دولت و کارآفرینان و دانشگاه‌ها
B51	تسهیل‌گری و رفع موانع	A153	فراهم نمودن شرایط تسهیل‌کننده برای سرمایه‌گذاری
B52	ایجاد شرایط رقابتی در جهت بهبود کسب‌وکار	A154	تقویت رقابت سالم در بین فعالان
		A155	استفاده از مشوق‌های انگیزشی برای رقابت بیشتر
B53	معافیت‌های مالیاتی و بیمه‌ای	A156	اختصاص معافیت‌های مالیاتی
B54	تسهیلات موردنیاز به‌منظور ورود دانش و فناوری‌های روز دنیا	A157	تخصیص تسهیلات خاص ورود فن‌آوری و تجهیزات
B55	ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به عرصه گردشگری مدرن	A158	صدور مجوز و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان
		A159	تسهیل زمینه فعالیت برای دانش‌بنیان‌ها
B56	جذب فارغ‌التحصیلان دانشگاهی	A160	اختصاص سهمیه خاص فارغ‌التحصیلان دانشگاهی برای جذب

B57	ورود تعاونی‌ها و تعاون‌گران به عرصه گردشگری مدرن	A161	فراهم نمودن شرایط ورود شرکت‌های تعاونی و تعاون‌گران به عرصه گردشگری مدرن
		A162	تسهیلگری برای تعاونی‌ها
		A163	توجه به تعاونی‌ها
B58	دسترسی عادلان به سیستم‌های اطلاعاتی گردشگری	A164	دسترسی عادلان به سیستم‌های اطلاعاتی و منابع اطلاعاتی
		A165	اطلاعات برای همه
B59	فرصت‌ها و امتیازات عادلانه برای کارآفرینان	A166	فرصت‌ها و امتیازات عادلانه برای کارآفرینان
B60	نظارت کافی بر توزیع امکانات بین کارآفرینان	A167	طراحی سیستم‌های نظارتی کارآمد در توزیع امکانات
		A168	عدالت در توزیع امکانات
B61	نظارت مطلوب بر قیمت‌گذاری خدمات	A169	قیمت‌گذاری خدمات گردشگری به شکل منطقی و متناسب نوع و سطح خدمات
B62	نیروی متخصص و آموزش‌دیده به تعداد موردنیاز	A170	تربیت نیروی متخصص و کارآزموده با توجه به نیاز
B63	رفع محدودیت‌های بین‌المللی در ارائه خدمات به گردشگران	A171	رفع محدودیت‌های بین‌المللی در ارائه خدمات به گردشگران
B64	استفاده از مدیران باتجربه متخصص در دستگاه متولی	A172	بکار گرفتن مدیران متخصص و باتجربه در دستگاه‌های متولی
		A173	برقراری ارتباط علمی و کاربردی بین دانشگاه و حوزه گردشگری
B65	ارتباط دوسویه بین دانشگاه و حوزه گردشگری		
		A174	زیرساخت الکترونیک و تجارت الکترونیک
B66	فراهم بودن زمینه تجارت الکترونیک		
		A175	فراهم نمودن بستر الکترونیک از طرف دولت
B67	امنیت و آرامش	A176	وجود امنیت در ابعاد مختلف خود و در تمامی حوزه‌ها
		A177	اشتغال‌زایی و کاهش نرخ بیکاری
B68	زمینه ایجاد اشتغال پایدار در جامعه	A178	به‌کارگیری نیروهای جوان و دارای خلاقیت و جویای کار
		A179	اشتغال گروه‌های مختلف سنی با هر تحصیلات و مدرکی به‌تناسب توانایی
B69	تحکیم نهاد خانواده با ایجاد درآمد پایدار	A180	درآمد پایدار و کاهش مشکلات مالی خانواده‌ها
B70	اشتغال و درآمدزایی	A181	گردشگری روستایی و بوم‌گردی موجب درآمدزایی برای روستائیان
		A182	تقویت اقتصاد روستا
B71	افزایش رقابت سالم، خلاقیت نوآوری	A183	رقابت سالم و به دور از روش‌های نامتعارف و غیراخلاقی
		A184	خلاقیت در رقابت سالم در جهت ارائه خدمات بهتر و باکیفیت
B72	افزایش درآمد و استقلال فردی	A185	استقلال درآمدی عامل استقلال افراد جامعه
B73		A186	رونق اقتصادی عامل افزایش درآمد ملی
		A187	گردش بالایی اقتصادی در صنعت گردشگری عامل تقویت و رشد درونی
B74	تقویت کارآفرینان و شرکت‌های فعال	A188	فعال بودن شرکت‌های خدمات گردشگری منجر به تقویت کارآفرینی
B75	تقویت جایگاه گردشگری در اقتصاد ملی و محلی	A189	جایگاه گردشگری و نقش آن در اقتصاد ملی و محلی
B76	گردشگری مدرن مکمل گردشگری واقعی	A190	گردشگری مدرن موجب شکوفایی سایر انواع گردشگری
		A191	تقویت تعامل بین کارآفرینان حوزه گردشگری
B77			
		A192	ایجاد شبکه ارتباطی برای تعامل علمی وهم‌افزایی کارآفرینان
B78	توجه دولت به توسعه همه‌جانبه	A193	توسعه همه‌جانبه کشور عامل توسعه گردشگری
B79	هم‌افزایی	A194	همفکری، خلاقیت و بهره‌بردن از مهارت‌ها و تجارب افراد در عرصه کارآفرینی
		A195	داشتن یک اصولی در گردشگری مدرن
B80	چشم‌انداز و دورنمای سازمانی در گردشگری مدرن	A196	اصول و مبانی گردشگری
		A197	محدودیت‌های زمانی
B81	محدودیت‌ها و نارسایی‌های گردشگری واقعی	A198	محدودیت‌های مکانی وعدم دسترسی

		A200	محدودیت‌های مالی و درآمدی
		A201	محدودیت‌های جسمی و حرکتی
B82		A202	بیماری‌های مسری و واگیر
	بهبود سلامت جامعه	A203	درمان و بهبود سلامت جسمی
B83		A204	نگهداری و توسعه محیط‌زیست
	بهبود شرایط زیست‌محیطی	A205	جلوگیری از تخریب و آسیب محیط‌زیست
B84	امنیت بهداشتی	A206	حفظ بهداشت فردی

را ارائه می‌کنند و از این طریق، به‌وضوح بیشتر مقوله کمک می‌نمایند. جدول شماره ۳ مقوله‌های خرد و کلی را به همراه کدهای آن‌ها نشان می‌دهد.

بعد از مشخص شدن مفاهیم و مقوله‌ها، مقوله‌های موجود به مقوله‌های اصلی و مقوله‌های خرد تقسیم شدند. مقوله‌های خرد، اطلاعات بیشتری درباره چرایی و چگونگی یک پدیده

### جدول ۳. مقوله‌های خرد و کلان

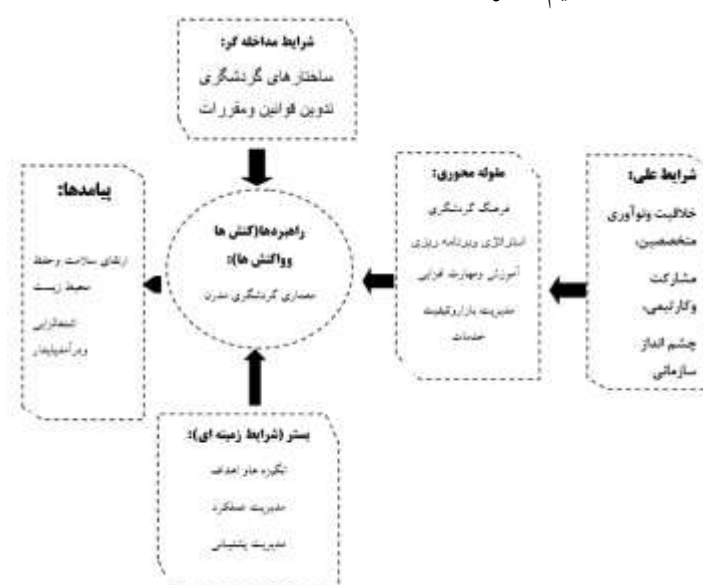
نقش‌ها	کدها	مقوله‌های انتخابی	مقوله‌های محوری
			بهبود سلامت
پیامدها	C1	ارتقای سلامت و حفظ محیط‌زیست	بهبود شرایط زیست‌محیطی امنیت بهداشتی انگیزه‌های اقتصادی انگیزه‌های اجتماعی
بستر	C2	انگیزه‌ها و اهداف	نیازها و خواست افراد محدودیت‌ها و نارسایی‌های گردشگری واقعی مشوق‌های تحریک‌کننده کسب سود و بازده اقتصادی حس مشارکت‌جویی
	C3	مشارکت و کار تیمی	پتانسیل‌های فکری و مالی هم‌افزایی آموزش‌های تخصصی مدیران متخصص و کارآمد
علی	C4	خلاقیت و نوآوری متخصصین	خلاقیت و نوآوری تخصص و مهارت استفاده از مدیران باتجربه و متخصص در دستگاه متولی بهره‌مندی از نیروی متخصص و ماهر و خلاق نیروی متخصص و آموزش‌دیده به تعداد موردنیاز شفافیت و عدم ابهام در قوانین و مقررات قوانین و مقررات حاکم بر کسب‌وکار
مداخله‌گر	C5	تدوین قوانین و مقررات	اصلاح و بهبود قوانین حوزه گردشگری ثبات قوانین و مقررات و مدیریت حفظ حقوق فعالان و کارآفرینان عملکرد بالا
بستر	C6	مدیریت عملکرد	عملکرد فعالان عرصه گردشگری نیازسنجی با توجه به عملکرد کارآفرینان کارایی، اثربخشی و بهره‌وری ترویج فرهنگ گردشگری از طریق رسانه‌ها پایبندی به اصول اخلاقی و اعتقادی

مقوله محوری	C7	فرهنگ گردشگری	سطح فرهنگ عمومی جامعه باور اعتقاد به انجام کار الگوبرداری
	C8	استراتژی و برنامه‌ریزی	استراتژی و برنامه‌ریزی درست علمی توجه به دانش و آگاهی کارآفرینان
	C9	آموزش و مهارت افزایی	توجه به تحقیقات و پژوهش آموزش جامع و مستمر به متولیان برنامه‌ریزی آموزشی و مهارت افزایی کارآفرینان آسیب‌شناسی مستمر شناسایی بازار
	C10	مدیریت بازار و کیفیت خدمات	کیفیت ارائه خدمات به هنگام بودن خدمات بازاریابی و مدیریت بازار یارانه و یا بخشودگی‌ها از طرف دولت تناسب خدمت - هزینه مهار تورم و بحران‌های اقتصادی - اجتماعی ثبات اقتصادی و مالی تسهیل‌گری و رفع موانع ایجاد شرایط رقابتی در جهت بهبود کسب‌وکار معافیت‌های مالیاتی و بیمه‌ای تأمین زیرساخت‌ها
بستر	C11	مدیریت پشتیبانی	افزایش رقابت سالم، خلاقیت و نوآوری تسهیلات موردنیاز به‌منظور ورود دانش و فناوری‌های روز دنیا رفع محدودیت‌های بین‌المللی در ارائه خدمات به گردشگران ثبات سیاسی و کاهش تنش‌های اجتماعی پشتیبانی‌های فنی و تخصصی دولتی برنامه‌های حمایتی زمان‌بندی شده کمک مالی و تسهیلاتی ارزان قیمت کمک‌های مالی و تسهیلات بانکی نظارت کافی بر توزیع امکانات بین کارآفرینان نظارت مطلوب بر قیمت‌گذاری خدمات استفاده از تکنولوژی و فن‌آوری پیشرفته وضعیت فناوری‌های موجود
مداخله‌گر	C12	ساختار گردشگری	گردشگری مدرن مکمل گردشگری واقعی دسترسی عادلانه به سیستم‌های اطلاعاتی گردشگری فرصت‌ها و امتیازات عادلانه برای کارآفرینان فراهم بودن زمینه تجارت الکترونیک امنیت و آرامش
پیامدها	C13	اشتغال‌زایی و درآمد پایدار	زمینه ایجاد اشتغال پایدار در جامعه تحکیم نهاد خانواده با ایجاد درآمد پایدار اشتغال و درآمدزایی افزایش درآمد و استقلال فردی افزایش درآمد ملی و رونق اقتصادی تقویت کارآفرینان و شرکت‌های فعال

راهبردها	C14	معماری گردشگری مدرن	تقویت جایگاه گردشگری مدرن در اقتصاد ملی و محلی ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به عرصه گردشگری مدرن جذب فارغ‌التحصیلان دانشگاهی ایجاد ارتباط بین دولت، دانشگاه و کارآفرینان ارتباط دوسویه بین دانشگاه و حوزه گردشگری ورود تعاونی‌ها و تعاون‌گران به عرصه گردشگری مدرن توجه دولت به توسعه همه‌جانبه
علی	C15	چشم‌انداز سازمانی	چشم‌انداز و دورنمای سازمانی در گردشگری مدرن

کدها و درنهایت با بررسی مقوله‌ها و ارتباط منطقی بین آن‌ها، مدل نهایی پژوهش ارائه شد. در این مدل شرایط علی و پدیده اصلی (مقوله محوری) به‌عنوان ورودی‌های مدل، شرایط واسطه‌ای (مداخله‌گر) و شرایط زمینه‌ای به‌عنوان برنامه‌ها، راهبردها (کنش واکنش) به‌عنوان اقدام راهبردی و پیامدها به‌عنوان خروجی‌های مدل مطرح هستند.

هنگامی که یک مقوله مشخص شد، تحلیلگر می‌تواند آن را بر اساس ویژگی‌ها و ابعاد خاص آن تبیین نماید و با تعریف ویژگی‌های خاص هر مقوله آن را مشخص کند. وظیفه ویژگی‌ها در تئوری سازی داده بنیاد، ارائه جزئیات بیشتر درباره هر مقوله است. به‌منظور تأیید مقوله‌های اکتشافی در این پژوهش و همچنین تأیید روابط کشف‌شده، مجدداً با شرکت‌کنندگان مصاحبه شد بر این اساس، پس از چندین بار مطالعه و رفت‌وبرگشت میان داده‌ها، مفاهیم، مقوله‌ها و



نمودار ۱. مدل مفهومی پژوهش توسعه گردشگری مجازی و الکترونیک

## بحث و نتیجه‌گیری

نتایج به‌دست آمده از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد با توجه به بررسی‌های صورت گرفته از مصاحبه‌ها، شرایط علی فرایند توسعه گردشگری مجازی و الکترونیک در استان کرمانشاه:

خلاقیت و نوآوری متخصصین، مشارکت و کار تیمی، چشم‌انداز سازمانی است. و فرهنگ گردشگری، استراتژی و برنامه‌ریزی، آموزش و مهارت‌افزایی و مدیریت بازار و کیفیت خدمات عوامل مؤثر بر مقوله محوری می‌باشند.

زیرساخت‌های گردشگری مدرن (الکترونیک و مجازی) تربیت دانشجویان به عنوان نیروی متخصص در کنار نیروهای باتجربه و مهارت در این صنعت می‌تواند توسعه گردشگری مدرن را تسریع نماید. و همچنین انجام پژوهشی کاربردی به منظور اصلاح و بهبود قوانین و مقررات حوزه گردشگری که می‌تواند زمینه تداخل و یا موازی کاری سازمان‌های هم‌عرض را کاهش و در بهبود کیفی و روند توسعه گردشگری مدرن بسیار مؤثر باشد (۳۵).

گردشگری مدرن مکمل گردشگری واقعی بوده و از نظر ایجاد انگیزه و تشویق گردشگران به سفر بسیار مؤثر است لذا توجه روزافزون به گردشگری مدرن (الکترونیک و مجازی) منجر به تقویت و توسعه گردشگری واقعی شده و روند توسعه آن را سرعت می‌بخشد. و از طرفی با توجه به ماهیت و فلسفه گردشگری مدرن، این سبک از گردشگری در ارتقای سلامت جامعه و حفظ و نگهداری محیط‌زیست از حیث تخریب، آلودگی هوا، کاهش حمل و نقل و.. بسیار مؤثر می‌باشد (۳۶).

### تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در راستای این تحقیق همکاری نمودند، تقدیر و تشکر می‌شود.

### تعارض منافع

این مطالعه فاقد تضاد منافع می‌باشد.

بررسی نتایج تحقیقات و پژوهش‌های گوناگون در ایران نشان می‌دهد که گردشگری مجازی و الکترونیک نقش بسزایی در توسعه اقتصادی و پویایی آن دارد.

انگیزه‌ها و اهداف، مدیریت عملکرد و مدیریت پشتیبانی بستر (شرایط زمینه‌ای) فرایند توسعه گردشگری مدرن هستند. در پژوهشی نشان داده شد که زیرساخت‌ها و امکانات، خدمات گردشگری به صورت مجازی را ضرورت‌های گردشگری مجازی و توسعه آن می‌باشند (۳۰). در پژوهشی دیگر به این نتیجه رسیدند که عوامل مؤثر بر توسعه گردشگری الکترونیک را عوامل اقتصادی و عوامل نرم‌افزاری و آموزشی و رفتاری می‌باشند (۳۱).

طبق بررسی‌های انجام شده از مصاحبه‌های پژوهش، راهبردها (کنش‌ها و واکنش‌ها) فرایند توسعه گردشگری مدرن در استان کرمانشاه عبارت‌اند از: معماری گردشگری مدرن. در پژوهش‌های مختلف خود عوامل مؤثر در توسعه گردشگری را: ۱- اصلاح نهادهای مدیریتی ۲- تقویت تبلیغات ۳- تعامل بیشتر مسئولان، سازمان‌ها و مردم دانسته‌اند (۳۲، ۳۳). روحانی و همکاران (۱۳۹۱) در پژوهشی سیاست‌های دولتی و مدیریتی، نرم‌افزارها و برنامه‌های کاربردی، سخت‌افزار وزیر ساخت، عوامل فرهنگی و اجتماعی و سیستم‌های اطلاعاتی پشتیبانی بر توسعه و ارتقای گردشگری الکترونیک مؤثر دانستند (۳۴). و در پایان، پیامدها شامل ارتقای سلامت و حفظ محیط‌زیست، اشتغال‌زایی و درآمد پایدار با عنایت به جمع‌بندی نتایج به دست آمده و مدل طراحی شده پژوهش، پیشنهاد می‌شود: با توجه به نقش کلیدی صنعت گردشگری و فراهم بودن

### References

- Gannon M, Rasoolimanesh SM, Taheri B. Assessing the mediating role of residents' perceptions toward tourism development. *Journal of Travel Research*. 2021;60(1):149-71.
- Maroto-Martos JC, Voth A, Pinos-Navarrete A. The importance of tourism in rural development in Spain and Germany. *Neoendogenous Development in European Rural Areas: Results and Lessons*. 2020:181-205.



3. Suta WP, Abdi N, Astawa IPM, editors. Sustainable Tourism Development in Importance and Performance Perspective. International Conference on Applied Science and Technology on Social Science (ICAST-SS 2020); 2021: Atlantis Press.
4. Shafiei S, Rajabzadeh Qatari A, Hassanzadeh A, Jahanian S. Smart tourism destinations, a systematic review of research using a funnel paradigm approach. Scientific quarterly of tourism management studies. 2021;15(49):33-62.
5. Taghavifard MT, Asadian Ardakani F. Providing a Model for Electronic Tourism Development with an Interpretive Structural Modeling (ISM) Approach. Tourism Management Studies. 2016;11(33):19-39.
6. Ulfa K, Pribadi U, editors. Implementation of E-Tourism In Aceh Province for Future Sustainable Development through Media Promotion. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science; 2021: IOP Publishing.
7. Kardong-Edgren SS, Farra SL, Alinier G, Young HM. A call to unify definitions of virtual reality. Clinical simulation in nursing. 2019;31:28-34.
8. Seifan M, Dada D, Berenjian A. The effect of virtual field trip as an introductory tool for an engineering real field trip. Education for chemical engineers. 2019;27:6-11.
9. Manghisi VM, Uva AE, Fiorentino M, Gattullo M, Boccaccio A, Monno G. Enhancing user engagement through the user centric design of a mid-air gesture-based interface for the navigation of virtual-tours in cultural heritage expositions. Journal of cultural heritage. 2018;32:186-97.
10. Saberi A, Tavakolinia J, Razavian M, Ghaderi S. Investigating the Impact of Tourism on the Economic and Social Development of Kashan City. Social Development & Welfare Planning. 2018;9(36):1-34.
11. Azad Akhbari MAA, Shahabadi A, Haghkhah D. The Effect of Types of Capital on the Development of Tourism Industry in the Selected Countriesry. Iranian Journal of Trade Studies. 2022;26(103):77-106.
12. Godovykh M, Ridderstaat J. Health outcomes of tourism development: A longitudinal study of the impact of tourism arrivals on residents' health. Journal of Destination Marketing & Management. 2020;17:100462.
13. Jordan EJ, Spencer DM, Prayag G. Tourism impacts, emotions and stress. Annals of Tourism Research. 2019;75:213-26.
14. Sihi D. Home sweet virtual home: The use of virtual and augmented reality technologies in high involvement purchase decisions. Journal of Research in Interactive Marketing. 2018;12(4):398-417.
15. Loureiro SMC, Guerreiro J, Eloy S, Langaro D, Panchapakesan P. Understanding the use of Virtual Reality in Marketing: A text mining-based review. Journal of Business Research. 2019;100:514-30.
16. Voronkova L, editor Virtual tourism: on the way to the digital economy. IOP Conference Series: Materials Science and Engineering; 2018: IOP Publishing.
17. Vishwakarma P, Mukherjee S, Datta B. Travelers' intention to adopt virtual reality: A consumer value perspective. Journal of Destination Marketing & Management. 2020;17:100456.
18. Smutny P, Babiuch M, Folynek P, editors. A review of the virtual reality applications in education and training. 2019 20th International Carpathian Control Conference (ICCC); 2019: IEEE.
19. Yuce A, Arasli H, Ozturen A, Daskin M. Feeling the service product closer: Triggering visit intention via virtual reality. Sustainability. 2020;12(16):6632.
20. Loureiro SMC, Guerreiro J, Ali F. 20 years of research on virtual reality and augmented reality in tourism context: A text-mining approach. Tourism management. 2020;77:104028.
21. Kim MJ, Hall CM. A hedonic motivation model in virtual reality tourism: Comparing visitors and non-visitors. International Journal of Information Management. 2019;46:236-49.
22. Tussyadiah IP, Wang D, Jung TH, Tom Dieck MC. Virtual reality, presence, and attitude change: Empirical evidence from tourism. Tourism management. 2018;66:140-54.
23. Ukpabi DC, Karjaluoto H. Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review. Telematics and Informatics. 2017;34(5):618-44.
24. Fallah Tafti H, Mohammad Asadi M, Momayezi Mehrjardi H. Infrastructure-Based Modeling in the Development of Electronic Tourism by Structural Equation Modeling Approach (Case Study: Yazd Province). Journal of Tourism Planning and Development. 2018;7(25):117-35.
25. Benckendorff PJ, Xiang Z, Sheldon PJ. Tourism information technology: Cabi; 2019.

26. Colabi AM. Designing Business Model in E-Tourism. *Tourism Management Studies*. 2021;16(53):331-57.
27. Delshad A, Abohashem Abadi F, Ghasemian Sahebi I, Ajali M. Analyzing the Barriers of E-tourism Development in Iran Using the Fuzzy Interpretive Structural Modeling Approach. *Journal of Business Administration Researches*. 2018;10(19):189-212.
28. Taştan R, Ayşe A. One health approach to decreasing biodiversity and the problem of emerging zoonotic diseases. *Biyolojik Çeşitlilik ve Koruma*. 2019;12(3):95-102.
29. Parola P, Paddock CD. Travel and tick-borne diseases: Lyme disease and beyond. *Travel Medicine and Infectious Disease*. 2018;26:1-2.
30. Firoiu D, Croitoru A-G. Tourism and tourism infrastructure from the perspective of technological changes. *Romanian Economic and Business Review*. 2013;8(2):93-103.
31. Lama S, Pradhan S, Shrestha A. Exploration and implication of factors affecting e-tourism adoption in developing countries: a case of Nepal. *Information Technology & Tourism*. 2020;22:5-32.
32. Moscardo G. Peripheral tourism development: Challenges, issues and success factors. *Tourism Recreation Research*. 2005;30(1):27-43.
33. Aghdaie SFA, Momeni R. Investigating effective factors on development of tourism industry in Iran. *Asian Social Science*. 2011;7(12):98.
34. Sarkis J, Zhu H. Information technology and systems in China's circular economy: Implications for sustainability. *Journal of Systems and Information Technology*. 2008;10(3):202-17.
35. Sofyani H, Riyadh HA, Fahlevi H. Improving service quality, accountability and transparency of local government: The intervening role of information technology governance. *Cogent Business & Management*. 2020;7(1):1735690.
36. Csapo J. The role and importance of cultural tourism in modern tourism industry. *Strategies for tourism industry-micro and macro perspectives*. 2012;10:201-12.

*Original Article***Designing and explaining the development model of virtual and electronic (modern) tourism in the direction of promoting the health of the society and preserving the environment with the approach of the foundation's data theory**

Received: 05/06/2022 - Accepted: 02/09/2022

Moslem Veisi Marantooei<sup>1</sup>  
Hosein vazifehdust<sup>2\*</sup>  
Karim Hamdi<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Ph.D student, Department of Business Management, Faculty of Management and Economics, Tehran Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

<sup>2</sup> Professor, Department of Business Management, Faculty of Management and Economics, Tehran Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.  
(Corresponding Author)

<sup>3</sup> Associate Professor, Department of Business Management, Faculty of Management and Economics, Tehran Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

Email: vazifehdust@yahoo.com

**Abstract**

**Introduction:** Tourism, with all the scientific and philosophical themes that lie in it, has economic and social consequences, which is expected to be one of the biggest effective drivers in the social field, especially the environment, health and community health, and modern tourism is one of the influential elements in reducing pollution. It is environmental and improving the health of people in the society. The main goal of this research is to design and explain the development process model of modern (virtual and electronic) tourism in the direction of promoting the health of society and preserving the environment with the foundation's data approach.

**Methods:** In terms of purpose, this research is a practical development, and in terms of nature, it is among qualitative researches. The experts were identified by purposeful and snowball sampling methods, and according to the sufficiency of the data, a total of 23 experts were interviewed.

**Results:** The qualitative results of the analysis of the interviews showed that in the causal conditions; creativity and innovation of experts, participation and teamwork, organizational perspective in the central category; Tourism culture, strategy and planning, training and skill enhancement and market management and service quality in contextual conditions; motivations and goals, performance management and support management. In relation to intervening conditions; The structures of tourism and the formulation of laws and regulations and the consequences of promoting health and preserving the environment, creating employment and sustainable income have been identified.

**Conclusion:** According to the research results, it can be said that the desired model has a good fit.

**Keywords:** Model Design, Virtual Tourism, Electronic Tourism, Environment, Community Health