

## مؤلفه های مرتبط با گردشگری روستایی در حالت استارت اپی (مطالعه موردی استان سیستان و بلوچستان شهرستان زابل)

فهمیه یزدانی<sup>\*</sup>، حمید محمدی، محمود احمدپور برازجانی، سامان ضیایی<sup>۱</sup>

### چکیده

گردشگری به عنوان یکی از محورهای توسعه به شمار می‌رود. در این میان گردشگری روستایی به عنوان یکی از محورهای توسعه روستایی مطرح شده و جایگاه مهمی را به خود اختصاص داده است. ارائه گردشگری روستایی به صورت یک استارت آپ می‌تواند انگیزه‌های زیادی را در خصوص ارائه خدمات الکترونیک در حوزه توریسم نشان دهد. هدف این مطالعه بررسی مؤلفه‌های مرتبط با گردشگری روستایی در حالت استارت اپی خواهد بود. مواد و روش‌ها: روش مورد استفاده در این مطالعه به صورت SMART PLS بود. جامعه آماری این مطالعه کلیه خبرگان و متخصصین فعال در حوزه استارت اپ‌های گردشگری در استان سیستان و بلوچستان می‌باشند. که با فعالیت‌های وبسایت و آپ‌های ارائه خدمات توریسم گردشگری کار کرده و دارای تخصص در حوزه عملیاتی آن می‌باشند. نتایج: برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت بومی، کمک‌های فنی، بودجه توسعه گردشگری، طراحی بسته‌های گردشگری و همکاری سازمان‌های غیرانتفاعی ضرایب مسیری مشخصی را نسبت به گردشگری روستای در حالت استارت اپ‌های می‌دهند و این روابط معنی‌دار بود. بحث: گردشگری روستایی در حالت استارت اپی می‌تواند انگیزه‌های مرتبط با افزایش گردشگری را بهبود دهد و با ارائه خدمات اینترنتی آسایش بیشتری را در قبال بسته‌های گردشگری ارائه دهد.

واژه‌های کلیدی: برنامه‌ریزی استراتژیک، مدیریت بومی، کمک‌های فنی، بودجه توسعه گردشگری، طراحی بسته‌های گردشگری

<sup>۱</sup> به ترتیب: دانشجویی دکتری اقتصاد منابع طبیعی و محیط زیست، استادیار، دانشیار و دانشیار دانشکده کشاورزی دانشگاه زابل  
Email: fyazdani۲۰۶@yahoo.com

## مقدمه

گردشگری یکی از بزرگترین و سریع‌ترین صنایع در حال رشد است. در کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه، گردشگری، ابزار قابل‌دوام و مناسب برای افزایش فعالیت‌های اقتصادی مناطق محلی است (Ali Abadi & Atayei, 2016). امروزه بسیاری از کشورهای جهان به گردشگری توجه خاصی دارند. چرا که مهمترین تأثیر آن در اقتصاد جهان، ایجاد درآمد و افزایش اشتغال‌زایی است. در این میان، گردشگری روستایی نقش مهمی را در احیاء و متنوع سازی اقتصاد این جوامع ایفا نموده است. و در مقابل، منجر به ایجاد تغییراتی در محیط اجتماعی، اقتصادی، زیستی مناطق روستایی شود. به طوری که شکل‌گیری و گسترش روزافزون خانه‌های دوم از جمله مهمترین پیامد توسعه گردشگری در سطح سکونتگاه‌های روستایی به شمار می‌رود (Mirza Ali & Abedi, 2018). گردشگری روستایی از بخش‌های مهم در فعالیت‌های روستایی به شمار می‌رود که به عنوان راهکاری در جهت توسعه نواحی روستایی محسوب می‌شود (Shahi Pour & Mojtaba zadeh, 2016). به گونه‌ای که گردشگری بر فرهنگ و بافت سنتی روستا، هنر و صنایع روستایی و آداب و رسوم سنتی تأکید دارد. و می‌تواند با برنامه‌ریزی اصولی و مناسب با شناسایی مزیت‌ها و محدودیت‌های آن در توسعه مناطق روستایی، نقش مؤثری ایفا کند. همچنین گردشگری روستایی، می‌تواند راهی برای توسعه اجتماعی و اقتصادی جوامع روستایی و حمایت از محیط‌زیست و فرهنگ روستا باشد. (Movahedi et al., 2017). بنابراین رویکرد گردشگری روستایی در حالت استارت اپی به عنوان یک الگوی فضایی امروزه دامنه وسیعی یافته است. به گونه‌ای که گردشگری روستایی در حالت استارت اپی می‌رود تا در کنار دیگر کارکردهای فضای روستایی، پراکنش‌هایی را در این فضاها شکل دهد. این در حالی است که از نظر اقتصادی نیز گردشگری روستایی پویایی اقتصادی روستایی را با ایجاد اشتغال و درآمد سبب می‌شود. به این اساس شناسایی قابلیت‌ها و راهکارهای توسعه گردشگری روستایی در نواحی روستایی کشور از اهمیت اساسی برخوردار است (Mafi & Saghaei, 2015). از سوی دیگر یک راه نجات روستاها از فقر، مهاجرت، مشکلات اجتماعی و اقتصادی توسعه گردشگری در مناطق مستعد گردشگری روستایی می‌باشد (Haji Nejad et al., 2014). بنابراین ویژگی‌های گردشگری روستایی در حالت استارت اپی باعث می‌شود که توسعه این صنعت پذیرفته شود و به ابزاری مهم جهت مدیریت پایدار جوامع روستایی تبدیل شود (Salimi et al., 2019). که در این حالت استفاده از حالات استارت اپی می‌تواند گزینه مناسبی برای بهبود گردشگری روستایی باشد (Büyüközkan & Ergün, 2011). با ایجاد حالت استارت اپی می‌توان گردشگری روستایی را به یکی از شاخص‌های عمده ساختاری و کارکردی برنامه‌های توسعه، در بسیاری از کشورهای جهان می‌باشد. و از بخش‌های مهم در فعالیت‌های اقتصادی و ایجاد زیرساخت‌ها برای نیل به توسعه پایدار تبدیل کرد (Ghanbari et al., 2020). همچنین توجه به گردشگری در حالت استارت اپی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی و ارتباطی برای ارزیابی توریسم الکترونیک می‌باشد و به این اساس سیاست‌های مختلفی را به منظور توسعه گردشگری و زیر بخش‌های آن در ابعاد مختلف ایجاد می‌کند. گردشگری روستایی در حالت استارت اپی می‌تواند، منطقه‌ای و محلی باشد (Dadamuxamedov et al., 2020). بنابراین توسعه پایدار گردشگری روستایی در

حالت استارت اپی قادر به تأمین نیاز گردشگران، فراهم ساختن فرصتهایی برای افزایش رشد اقتصادی، حفاظت از مکان‌های فیزیکی روستا است، این صنعت به صورت هم‌زمان قادر به افزایش فرصت‌ها از طریق ایجاد زمینه‌های همزیستی توسعه پایدار و افزایش روند گردشگری بودند (Halkiopoulou et al., ۲۰۲۰). در خصوص پیشینه تحقیق می‌توان گفت که (Saminjonovich & Irgashevich, ۲۰۲۰) نشان داد که برنامه‌های مرتبط با گردشگری به صورت الکترونیک می‌تواند گزینه‌های مناسبی برای ایجاد استارت اپ و توسعه گردشگری باشد. (Ibrahim et al., ۲۰۲۰) استدلال کردند که گردشگری می‌تواند گزینه‌های مناسبی برای حالت الکترونیک و استارت اپی در حالت هوشمند باشد. (Büyüközkan & Ergün, ۲۰۱۱) استدلال کردند که از ابزارهای مناسب برای گردشگری استارت اپی می‌تواند به اپلیکیشن مای هوشمند اشاره کرد که گزینه مناسبی برای خدمات استارت اپی گردشگری هستند. (Muhammad, Handayani, Shihab, & Azzahro, ۲۰۱۹) در مطالعه خود اثبات کرد که توسعه شرکت‌های نوپا یا استارت آپ در حوزه گردشگری در حال افزایش است. این شرکت‌ها با ارائه خدمات نوین و الکترونیک در حوزه گردشگری در مناطق مختلف تحولات عمیقی را در ارائه خدمات استارت اپی ایجاد کرده‌اند. نتایج این مطالعه می‌تواند به عنوان مرجعی در شکل‌گیری استراتژی‌های بازاریابی مبتنی بر فناوری اطلاعات در حوزه گردشگری مورد بهره‌برداری قرار گیرد. (Rezvani, Seyyedamiri, & Mirzaee, ۲۰۲۰) اثبات کرد که در حوزه استارت آپ ای گردشگری رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی زمینه‌ساز بروز تعاملات اجتماعی و تبادل اطلاعات بین مشتریان و همچنین با مشاغل هستند. آن‌ها ارزش مشترکی بین مشتری و ارائه‌دهنده خدمات ایجاد می‌کند. بنابراین در صنعت گردشگری، به‌ویژه شرکت‌های استارت آپ‌های گردشگری، یکی از مهمترین موضوعات استفاده از شبکه‌های اجتماعی و فناوری خبر رسان فوری می‌باشد که باید از آن استفاده کرد. (Al-Jubari, Bahari, ۲۰۱۹) استارت آپ‌های گردشگری به عنوان یک درمان برای برخی از چالش‌های اجتماعی مطرح می‌شوند. تحقیقات بر عمدی بودن رفتارهای استارت اپی در حوزه گردشگری تأکید دارد زیرا این رفتارها داوطلبانه هستند. این مطالعه نشان داد استفاده از استارت آپ‌ها در حوزه گردشگری قوی‌ترین پیش‌بینی کننده قصد کارآفرینی و به دنبال آن نگرش نسبت به کارآفرینی روستایی است. (Millán Vázquez de la Torre, Millan ۲۰۱۹) اثبات کردند که گردشگری روستایی را می‌توان با آمیزه‌هایی از هنرهای روستایی تقویت کرد. به عبارتی اگر در گردشگری روستایی در مناطق مختلف بتوان از هنرها و آمیزه‌های صنایع دستی بهره برد احتمال موفقیت استارت اپی در آن بیشتر می‌شود. علت این امر را می‌توان ارائه محصولات قابل لمس و خرید برای گردشگران روستایی دانست که سبب تقویت شرکت‌های نوپا در حوزه گردشگری روستایی می‌شود. (Sawmong, ۲۰۲۰) اثبات کردند که هدف از ارزیابی مفهوم جدید جهانگردی هوشمند، توجه به استارت اپ‌های گردشگری می‌باشد که با هدف تاثیرگذاری خدمات گردشگری شکل می‌گیرد. این خدمات باید بتوانند میزان رضایت گردشگران را تقویت نمایند. این مطالعه نشان داد که استارت اپ‌های گردشگری در مناطق روستایی باید توسط کارآفرینان تازه کار تشویق شود زیرا این امر منجر به رضایت مثبت مشتری می‌شود. (Loureiro, Guerreiro, & )

Ali, ۲۰۲۰) استدلال کردند که یکی از راههای افزایش گردشگری روستایی در حوزه استارت آپی استفاده از فناوری واقعیت افزوده می باشد که امروزه به خوبی رشد کرده است. این واقعیت افزوده می تواند نمونه موفقی از ارایه خدمات استارت آپی در حوزه گردشگری باشد. به عبارتی استفاده از این خدمات می تواند شانس استارت آپ های گردشگری را افزایش دهد. (Saura, Palos-Sanchez, & Grilo, ۲۰۱۹) اثبات کردند که استفاده از گزینه های کاربر محور در استارت آپ های گردشگری می تواند سبب رونق آنها شود. همچنین استفاده از شبکه توئیتر در کنار سایر خبر رسان های اجتماعی می تواند از گزینه های مهم برای گسترش استارت آپ ها در حوزه گردشگری باشد، به عبارتی می توان انتظار داشت که با استفاده از خبرسان هایی مانند توئیتر بتوان در حوزه گردشگری استارت آپ های موفق تری را ایجاد کرد. (Moyle, Moyle, & Burgers, ۲۰۲۰) استدلال کردند که استراتژی های کارآفرینی و رشد صنعت گردشگری در حوزه استارت آپی می تواند گزینه های مناسبی را در اختیار مشتریان قرار دهد. استراتژی های کارآفرینی گردشگری در حوزه استارت آپی گزینه های قدرتمندی را در اختیار شرکت ها قرار می دهد، تا مشتریان بیشتری را راضی نگه دارند.

هدف از این پژوهش، تحلیل گردشگری روستایی در حالت استارت آپی است که برای شهرستان زابل به کار گرفته می شود. شهرستان زابل یکی از مهمترین محیط های گردشگری استان سیستان و بلوچستان است که باتوجه به پتانسیل گردشگری روستایی می تواند تعداد زیادی از گردشگران وارد شده به استان را به خود اختصاص می دهد؛ این خود می تواند با برنامه ریزی و مدیریت مناسب موجبات توسعه شهرستان و استان را به دنبال داشته باشد. (Ghanbari et al., ۲۰۲۰) اثبات کردند که گردشگری در حالت الکترونیک می تواند گزینه مناسبی برای شرکت های استارت آپی باشند و این رویکرد می تواند در مدیریت و توسعه گردشگری مؤثر باشد.

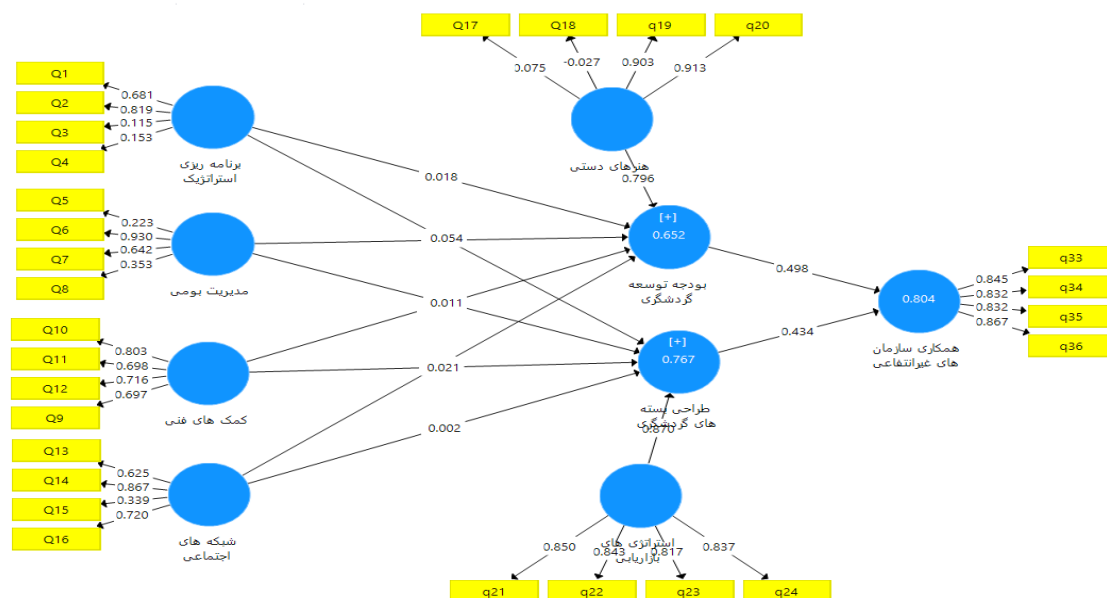
## روش تحقیق

این مطالعه برای انجام تحقیق از روش معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) بهره می برد، برای توضیح می توان گفت که پیدایش روش PLS به زمانی بر می گردد که هرمان والد (۱۹۷۵) دو روش تکراری با استفاده برآورد کمترین مربعات برای مدل های یک مؤلفه ای و چند مؤلفه ای و همبستگی بنیادی را معرفی کرد. انگیزه رشد PLS توسط والد یافتن وضعیتی بود که بین تحلیل داده ها و مدل یابی سنتی باشد. زیرا مدل یابی سنتی دارای مفروضه های سخت گیرانه ای در مورد توزیع احتمالی داده ها بود ولی رویکرد PLS آزاد توزیع (نابسته به توزیع) می باشد. روش PLS به جای بازتولید ماتریس کوواریانس تجربی، بر بیشترین واریانس متغیرهای وابسته به وسیله متغیرهای مستقل تمرکز دارد. همانند هر روش مدل یابی معادلات ساختاری، روش کمترین مربعات جزئی نیز از یک بخش ساختاری که ارتباط بین متغیرهای مکنون را نشان می دهد و یک قسمت اندازه گیری که نحوه ارتباط متغیرهای مکنون و نشانگرهای آنها را منعکس می کند، تشکیل شده است. علاوه بر این، روش مذکور دارای بخش دیگری به نام «نسبت وزنی» است که برای برآورد مقادیر موردها یا نمره های عاملی افراد نمونه در متغیرهای مکنون

به کار می‌رود. روش معادلات ساختاری PLS دارای برخی مزیت‌ها می‌باشد. با استفاده از این روش پژوهشگر می‌تواند بدون در نظر گرفتن نحوه توزیع آماری، مدل خود را در این نرم‌افزار اجرا نماید چراکه، PLS بدون مبانی توزیع داده به‌عنوان روشی ناپارامتریک در نظر گرفته می‌شود. PLS نیز حداقل توزیع داده از نظر چولگی و کشیدگی برقرار باشد، بهتر است. امکان استفاده از مدل‌های اندازه‌گیری با یک شاخص در این روش وجود دارد. یکی از مهم‌ترین مزیت‌های PLS امکان برآورد مدل با استفاده از سازه‌هایی است که حتی با یک سؤال (شاخص) تعریف شده‌اند. از سوی دیگر از دیگر مزیت‌های PLS امکان برآورد مدل با استفاده از سازه‌هایی سازنده ترکیبی می‌باشد. PLS پیچیدگی مدل: PLS قادر به اجرای مدل‌های پیچیده با سازه و شاخص‌های پیچیده و روابط زیاد ساختاری است. جامعه آماری این تحقیق کلیه خبرگان و متخصصین در حوزه گردشگری روستایی و فعالیت‌های الکترونیک – استارت‌آپ گردشگری می‌باشد که در حوزه گردشگری استان سیستان و بلوچستان در حال فعالیت هستند و تعداد آنها برابر با ۴۷۰ نفر می‌باشد و تعداد حجم نمونه براساس روش نمونه‌گیری ساده تصادفی انتخاب شد و براساس فرمول کوکران تعداد آنها برابر با ۲۱۱ نفر بود.

## نتایج و بحث

اولین بخش حاصل از نتایج محاسبات مرتبط با معادلات ساختاری PLS خواهد بود که براساس مدل زیر قابل نمایش می‌باشد:



شکل (۱) مدل معادلات ساختاری تخمین زده شده در مطالعه



در گام بعد معیارهای نیکویی برازش ارایه شد. معیارهای نیکویی برازش نشان دهنده سطح مدل ساختاری محاسبه شده می باشد که سطح هر یک از آماره های آن را نشان می دهد.

جدول (۱) معیارهای نیکویی برازش

ردیف	نوع آماره	مقادیر آماره
۱	خی-دو	۱۹۷۰,۹۱
۲	NFI	۰,۶۱۷
۳	SRMR	۰,۱۳

در رابطه بالا مقدار آماره خی -دو برابر با ۱۹۷۰,۹۱ بود و در سطح کمتر از ۰,۰۵ معنی دار بود، این ضریب نشان می دهد که کل رگرسیون محاسباتی در معادلات ساختاری دارای معنی داری بود. مقدار شاخص NFI برابر با ۰,۶۱ و مقدار SRMR برابر با ۰,۱۳ بود که نشان داد مقادیر تخمین زده شده برای نوع آماره مناسب بود.

جدول (۲) ضرایب تخمینی مرتبط با سوال های تحقیق

ردیف	متغیرهای تحقیق	سوالات	ضریب تخمینی	C.R	AVE
۱	برنامه ریزی استراتژیک			۰,۵۲	۰,۲۹
۲		Q۱	۰,۶۸**		
۳		Q۲	۰,۸۱**		
۴		Q۳	۰,۱۱**		
		Q۴	۰,۱۵**		
۵	مدیریت بومی			۰,۸۰	۰,۵۷
۶		Q۵	۰,۲۲**		
۷		Q۶	۰,۹۳**		
۸		Q۷	۰,۶۴**		
		Q۸	۰,۳۵**		
۹	کمک های فنی			۰,۸۲	۰,۵۳
۱۰		Q۹	۰,۶۹**		
۱۱		Q۱۰	۰,۸۰**		
۱۲		Q۱۱	۰,۶۹**		
		Q۱۲	۰,۷۱**		
۱۳	شبکه های اجتماعی			۰,۷۴	۰,۴۴
۱۴		Q۱۳	۰,۶۲**		
۱۵		Q۱۴	۰,۸۶**		

		۰,۳۳**	Q۱۵	۱۶
		۰,۷۲**	Q۱۶	
۰,۴۱	۰,۵۹			هنرهای دستی
		۰,۰۷**	Q۱۷	۱۸
		۰,۰۲**	Q۱۸	۱۹
		۰,۹۰**	Q۱۹	۲۰
		۰,۹۱**	Q۲۰	
۰,۷	۰,۹۳			استراتژی های بازاریابی
		۰,۸۵**	Q۲۱	۲۲
		۰,۸۴**	Q۲۲	۲۳
		۰,۸۱**	Q۲۳	۲۴
		۰,۸۳**	Q۲۴	۲۵
۰,۷۰	۰,۹۰			بودجه توسعه گردشگری
		۰,۸۳**	Q۲۵	۲۷
		۰,۸۵**	Q۲۶	۲۸
		۰,۸۳**	Q۲۷	۲۹
		۰,۸۴**	Q۲۸	۳۰
۰,۷۱	۰,۹۰			طراحی بسته های گردشگری
		۰,۸۷**	Q۲۹	۳۲
		۰,۸۲**	Q۳۰	۳۳
		۰,۸۳**	Q۳۱	۳۴
		۰,۸۴**	Q۳۲	۳۵
۰,۷۱	۰,۹۰			همکاری سازمان های غیرانتفاعی
		۰,۸۴**	Q۳۳	۳۷
		۰,۸۳**	Q۳۴	۳۸
		۰,۸۳**	Q۳۵	۳۹
		۰,۸۶**	Q۳۶	۴۰

روایی همگرا دومین معیاری است که برای برازش مدل‌های اندازه گیری در روش pls به کار برده می شود. معیار AVE میزان همبستگی یک سازه با شاخص های خود را نشان می دهد که هر چه این همبستگی بیشتر باشد، برازش نیز بیشتر است. معیار AVE (میانگین واریانس استخراجی) را برای سنجش روایی همگرا معرفی کرده اند و اظهار داشتند که در مورد AVE، مقدار بحرانی عدد ۰,۵ است. بدین معنی که مقدار AVE بالای ۰,۵، روایی همگرایی قابل قبول را نشان می دهند. براساس یافته ها می توان گفت که مقدار AVE در جداول بالاتر از ۰,۵ بود. همچنین شاخص C.R نشان دهنده پایایی ترکیبی خواهد بود و مقادیر بالاتر از ۰,۷ برای آن ها قابل پذیرش می باشد.

براساس یافته های جدول می توان گفت که مقدار شاخص C.R برای همه متغیرهای تحقیق بالاتر از ۰,۷ بود و می تواند مورد پذیرش قرار گیرد.

جدول (۳) نتایج حاصل از تخمین براساس اثرات مستقیم و غیرمستقیم

ردیف	متغیرهای تحقیق		اثر غیرمستقیم	اثر مستقیم
۱	برنامه ریزی استراتژیک	<-----	۰,۴۹۸**	
۲	برنامه ریزی استراتژیک	<-----		۰,۰۱**
۳	برنامه ریزی استراتژیک	<-----		۰,۰۵**
۴	مدیریت بومی	<-----	۰,۶۵**	
۵	بودجه توسعه گردشگری	<-----		۰,۴۹**
۶	طراحی بسته های گردشگری	<-----		۰,۴۳**
۷	کمک های فنی	<-----	۰,۴۳**	
۸	مدیریت بومی	<-----		۰,۰۵**
۹	مدیریت بومی	<-----		۰,۰۱**
۱۰	کمک های فنی	<-----		۰,۰۱**
۱۱	کمک های فنی	<-----		۰,۰۲**
۱۲	شبکه های اجتماعی	<-----		۰,۰۲**
۱۳	شبکه های اجتماعی	<-----		۰,۰۲**
۱۴	استراتژی های بازاریابی	<-----		۰,۸۷**
۱۵	هنرهای دستی	<-----		۰,۷۹**

براساس جدول یافته های تحقیق می توان گفت که برنامه ریزی استراتژی بر همکاری سازمان های غیرانتفاعی اثر غیرمستقیمی برابر با ۰,۴۹ داشت به عبارتی برای ارابه گردشگری روستایی به صورت یک استارت آپ ضروری می توان در نظر داشت که مدیریت بومی بر همکاری های سازمان های غیرانتفاعی استارت اپی فعال در حوزه گردشگری روستایی اثرگذار بود و این اثرگذاری برابر با ۰,۶۵ بود، به صورتی که می توان گفت به ازای هر واحد افزایش در برنامه ریزی استراتژیک همکاری سازمان های غیرانتفاعی استارت اپی فعال در حوزه گردشگری روستایی تا ۶۵ درصد افزایش خواهد یافت.



مدیریت بومی بر بودجه توسعه گردشگری اثرات مثبتی را نشان داد و ضریب مسیر آن برابر با ۰,۰۵ بود، به عبارتی می توان بیان داشت که مدیریت بومی استارت اپ های گردشگری روستایی می تواند بر بودجه توسعه گردشگری اثرگذار باشد. کمک های فنی مرتبط با استارت اپ های گردشگری روستایی بر بودجه توسعه گردشگری اثرات معنی داری را نشان داد و ضریب آن برابر با ۰,۰۱ بود، به عبارتی می توان بیان داشت که با بهبود در سطح کمک های فنی می توان انتظار داشت که بودجه توسعه گردشگری بهبود می یابد. کمک های فنی بر طراحی بسته های گردشگری اثرگذار است و ضریب اثرگذاری برابر با ۰,۰۲ بود، به عبارتی می توان بیان داشت که با بهبود کمک های فنی استارت اپ های گردشگری روستایی انتظار بر این است که طراحی بسته های گردشگری ارتقا یابد، همچنین ضریب اثر بین این دو متغیر برابر با ۰,۰۲ بود.

با بهبود بودجه توسعه گردشگری انتظار بر این است که همکاری سازمان های غیرانتفاعی استارت اپی در گردشگری روستایی بهبود یابد و ضریب تاثیر بهبود ارتباط این دو متغیر برابر با ۰,۴۹ بود. همچنین طراحی بسته های گردشگری مناسب می تواند اثرات مثبت و معنی داری بر همکاری سازمان های غیرانتفاعی داشته باشد و این اثرگذاری مثبت و ضریب آن برابر با ۰,۴۳ بود. همچنین مدیریت بومی بر همکاری سازمان های غیرانتفاعی اثرات معنی داری را نشان داد و ضریب آن برابر با ۰,۶۵ بود به صورتی که می توان گفت مدیریت بومی استارت اپی در حوزه گردشگری روستایی می تواند همکاری سازمان های غیرانتفاعی را در این حوزه تا ۶۵ درصد بهبود دهد. همچنین کمک های فنی اثرات معنی داری را بر همکاری سازمان های غیرانتفاعی نشان داد به صورتی که اثر غیرمستقیم آن برابر با ۰,۲۵ بود، به عبارتی می توان بیان داشت کمک های فنی در یک استارت اپ اثرات معنی داری بر همکاری سازمان های انتفاعی استارت آپ های گردشگری روستایی داشتند. زمانی که برنامه ریزی استراتژیک مرتبط با استارت آپ ها به خوبی صورت گرفت، می توان انتظار داشت که بودجه توسعه گردشگری روستایی در سطح مثبت قرار گیرد و به ازای هر واحد بهبود در برنامه ریزی استراتژیک مرتبط با استارت اپ ها بودجه توسعه گردشگری روستایی تا ۰,۰۱ درصد افزایش یابد.

## نتیجه گیری و پیشنهادها

استارت اپ های گردشگری در شهرستان زابل برای بهبود عملکرد خود به نظر می رسد. می توانند در چند بعد اقدام به برنامه ریزی کنند. تقویت برنامه ریزی های استراتژیک در کنار همکاری سازمان های غیرانتفاعی می تواند گزینه هایی برای تقویت استارت اپ های گردشگری در شهرستان زابل باشد، همچنین استفاده از مدیریت بومی می تواند همکاری های غیرانتفاعی این استارت اپ ها را تقویت نماید و با بهبود در بودجه توسعه گردشگری زمینه های رشد استارت اپ های گردشگری روستایی را فراهم نماید. همچنین در صورتی که سازمان های استارت اپی در این حوزه از کمک های فنی ایجاد شده در کنار مدیریت بومی استفاده نمایند، می تواند انتظار داشت سطوح توسعه گردشگری آن ها تقویت شود. مدیریت بومی استارت اپ های گردشگری سبب می شود که طراحی بسته های گردشگری به صورت

مناسبی صورت گیرد و این بسته‌های گردشگری می‌توانند گزینه‌های مهمی برای خرید مشتریان باشد، از سوی دیگر زمانی کمک‌های فنی در سطح مناسبی به استارت اپ های گردشگری روستایی صورت می‌گیرد، بودجه توسعه گردشگری آن‌ها تقویت می‌شود و طراحی بسته‌های گردشگری در سطح بهتری صورت می‌گیرد که این موارد به معنی تقویت استارت اپ های گردشگری روستایی در حوزه مورد مطالعه می‌باشد.

### منابع

- Ali Abadi, V. and Atayei, P. (۲۰۱۷). Rural community beliefs about the effects of rural tourism development (Case study: Fash village, Kangavar city), *Social studies of tourism*, ۷: ۱۲۹-۱۴۰. (In Farsi).
- Al-Jubari, I., Bahari, S. B. S., Kamarudin, N. I. H. B., & Fadzli, A. D. B. M. (۲۰۱۹). Examining Attitudinal Determinants of Startup Intention Among University Students of Hospitality and Tourism. *International Journal of Human Potentials Management*, ۱(۲), ۳۳-۴۲ .
- Büyüközkan, G., & Ergün, B. (۲۰۱۱). Intelligent system applications in electronic tourism. *Expert systems with applications*, ۳۸(۶), ۶۵۸۶-۶۵۹۸.
- Dadamuxamedov, A., Turdali, J., & Mavlyuda, X. (۲۰۲۰). Electronic religious programs on islamic subjects on the example of the sanctuary of Al-Hakim Al-Termizi. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, ۱۰(۷), ۳۱۶-۳۳۰.
- Farmani Ardahayei, R. (۲۰۱۷). The role and function of villages and rural tourism in the development of tourism in Iran Case study: Arda tourism target village, *Scanning in Humanities Education*, ۶: ۳۹-۴۷. (In Farsi).
- Ghanbari, A., Aghayari Hir, M., & Zaidi, L. (۲۰۲۰). The Impact of E-Readiness on E-Tourism (Case Study: The Administration of the Cultural Heritage Department of Tourism and Handicrafts of East Azerbaijan Province). *Journal of Tourism and Development*, ۹(۳), ۱۷-۳۰. (In Farsi).
- Hajinejad, A., Rahimi, D. and Taghi zadeh, Z (۲۰۱۵). Development of a strategic plan for tourism development in rural tourism sample areas Case study: Hajij tourism sample village in Paveh city, *Land use planning*, ۸: ۵۱-۷۸. (In Farsi).
- Halkiopoulos, C., Antonopoulou, H., Papadopoulos, D., Giannoukou, I., & Gkintoni, E. (۲۰۲۰). Online reservation systems in e-Business: Analyzing decision making in e-Tourism. *Journal of Tourism, Heritage & Services Marketing (JTHSM)*, ۶(۱), ۹-۱۶.
- Ibrahim, D., Eid, N., & Khalil, R. (۲۰۲۰). The Impact of Obstacles to Implementing Electronic Management Programs on The Development of Workers in Tourism Companies. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, ۱۹(۱), ۲۰۸-۲۲۳.
- Loureiro, S. M. C., Guerreiro, J., & Ali, F. (۲۰۲۰). ۲۰ years of research on virtual reality and augmented reality in tourism context: A text-mining approach. *Tourism Management*, ۷۷, ۱۰۴۰۲۸ .
- Mafi, E., Saghayei, M., (۲۰۱۵). Combined model for spatial development of rural tourism Case study: Turkmen Sahara region, *Geography and regional development*, ۳: ۱۶۵-۱۸۷. (In Farsi).
- Millán Vázquez de la Torre, M. G., Millan Lara, S., & Arjona-Fuentes, J. M. (۲۰۱۹). Flamenco Tourism from the Viewpoint of Its Protagonists: A Sustainable Vision Using Lean Startup Methodology. *Sustainability*, ۱۱(۲۱), ۶۰۴۷ .

- Mirza Ali, M., Abedi, M.R., (۲۰۱۷). Rural tourism and its effects on the body of architecture, New research in geographical sciences, ۱۵: ۴۹-۷۲ .(In Farsi).
- Movahedi, R., Izadi, N. and Aliabadi, Vahid (۲۰۱۷). Analysis of Barriers to Rural Tourism Development (Case Study: Fash Village, Kangavar County, Kermanshah Province), Social studies of tourism, ۸: ۹۹-۱۲۶ .(In Farsi).
- Moyle, C.-I., Moyle, B., & Burgers, H. (۲۰۲۰). Entrepreneurial strategies and tourism industry growth. Tourism Management Perspectives, ۳۵, ۱۰۰۷۰۸ .
- Muhammad, H., Handayani, P. W., Shihab, M. R., & Azzahro, F. (۲۰۱۹). The Development of Digital Marketing Strategy for Tourism Startup: A Case Study of Atourin. Paper presented at the ۲۰۱۹ International Conference on Advanced Computer Science and information Systems (ICACSIS).
- Rezvani, M., Seyyedamiri, N., & Mirzaee, B. (۲۰۲۰). Identifying the Effect of EWOM Marketing on Social Networks on Value Co-creation A Study on the Startup Tourism Industry. Journal of Executive Management, ۱۲(۲۳), ۲۱۱-۲۳۸ .
- Saeidi, A., Mahmoodi, M., Khodadi, P . (۲۰۱۴). Rural tourism: requirements and restrictions with reference to Javaherdeh (Mazandaran) and Sarvabad (Kurdistan), Geography, ۳۵: ۵-۱۸ .(In Farsi).
- Salimi Sobhan, M.R., Feizi, S., and Yapang Ghoravi, M., (۲۰۱۹). Analysis of the effects of entrepreneurship on the sustainable development of rural tourism in Ardabil, Space Economics and Rural Development, ۲۶: ۲۱-۳۶ .(In Farsi).
- Saminjonovich, J. T., & Irgashevich, A. D. (۲۰۲۰). Creation of electronic programs on the sanctuary of al-Hakim al-Termizi. The Light of Islam, ۲۰۲۰(۱), ۲۱۵-۲۲۲.
- Saura, J. R., Palos-Sanchez, P., & Grilo, A. (۲۰۱۹). Detecting indicators for startup business success: Sentiment analysis using text data mining. Sustainability, ۱۱(۳), ۹۱۷ .
- Sawmong, S. (۲۰۲۰). ENCOURAGING SMART TOURISM BY STARTUP BUSINESS ENTREPRENEUR-TOONEY TOY MUSEUM THAILAND. PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology, ۱۷(۳), ۲۴۷۴-۲۴۸۸ .
- Topsakal, Y., Bahar, M., & YÜZBAŞIOĞLU, N. (۲۰۲۰). Review of smart tourism literature by bibliometric and visualization analysis. Journal of Tourism Intelligence and Smartness, ۳(۱), ۱-۱۵.