

## ارائه مدل پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌متا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری

DOI: 20.1001.1.24767220.1403.14.3.2.5

ایمان قاسمی همدانی<sup>۱</sup>

محمد باشکوه اجیرلو<sup>۲</sup>

حسین رحیمی کلور<sup>۳</sup>

ناصر سیف الهی انار<sup>۴</sup>

### چکیده

فناوری بلاک‌چین برای ارائه مبادلات ایمن، هوشمند و شفاف ابداع شده است. این فناوری با تمرکز بر روی الگوی کسب‌وکار مبتنی بر پلتفرم دیجیتال، انقلابی را در سیستم اقامتگاه‌های اشتراکی همتابه‌متا در گردشگری رقم زده است. از این رو، تحقیق حاضر الگویی در خصوص پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌متا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری ارائه می‌کند. روش تحقیق کاربردی و با رویکرد ترکیبی (آمیخته‌ای از روش کیفی و کمی) است که با استفاده از تحلیل مضمون، نرم‌افزار مکس کیودا، معادلات ساختاری، نرم‌افزارهای اسمارت پی‌ال‌اس و میک‌مک انجام شده است. برای گردآوری داده‌ها از ابزار مصاحبه و پرسش‌نامه، روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند (در بخش کیفی) و روش تصادفی ساده (در بخش کمی) استفاده شده است. جامعه آماری در بخش کیفی شامل پانزده نفر از خبرگان صنعت گردشگری و استادان دانشگاهی بودند که با روش نمونه‌گیری قضاوتی هدفمند انتخاب شدند. ابزار گردآوری اطلاعات در این بخش، مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته است. در جامعه آماری بخش کمی ۳۸۴ تن از مدیران و کارکنان فعال در حوزه گردشگری برآورد شد (با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری در دسترس). از این رو، ۴۰۰ پرسش‌نامه توزیع شد. با تحلیل داده‌ها، ۱۶ مقوله اصلی و ۱۱۹ مفهوم استخراج شد. در نهایت، با تعیین شرایط علی (عوامل تکنولوژی، پلتفرم دیجیتال، عوامل قانونی، اقتصاد اشتراکی و اقتصاد دایره‌ای)، شرایط زمینه‌ای (کیفیت درک‌شده از خدمات اقامتی همتابه‌متا، مزایای اقتصادی درک‌شده از خدمات اقامتی همتابه‌متا، اصالت ادراک‌شده مقصد، هویت ادراک‌شده مقصد)، شرایط مداخله‌گر (نوع بلاک‌چین، مالکیت سیستم)، مقوله محوری (پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌متا مبتنی بر بلاک‌چین)، راهبردها (مشوق‌های اجتماعی، افزایش تعاملات اجتماعی، خلق ارزش مشترک) و پیامدها (وفاداری و مزیت رقابتی) الگوی پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌متا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری ارائه شد. بر پایه نتایج به‌دست آمده، عوامل قانونی متغیرهای مستقل عبارت‌اند از: عوامل تکنولوژیکی، پلتفرم دیجیتال، کیفیت درک‌شده از خدمات همتابه‌متا، مزایای اقتصادی درک‌شده، اصالت درک‌شده مقصد، مشوق‌های اجتماعی، مزیت رقابتی متغیرهای تأثیرگذار، اقتصاد اشتراکی متغیر دوجبهه، اقتصاد دایره‌ای، نوع بلاک‌چین، افزایش تعاملات اجتماعی، وفاداری متغیرهای وابسته، خلق ارزش مشترک، مالکیت سیستم، هویت درک‌شده مقصد.

واژگان کلیدی: پذیرش خدمات اقامتی، همتابه‌متا، بلاک‌چین، صنعت گردشگری

تاریخ پذیرش: ۳۰ بهمن ۱۴۰۲

تاریخ بازنگری: ۲۵ بهمن ۱۴۰۲

تاریخ دریافت: ۱۱ آذر ۱۴۰۲

۱. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۲. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول)؛ mohammadbashokouh@gmail.com

۳. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

۴. گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران.

## مقدمه

رقبا دارد (Esakandari and Sofalgar, 2023)، به‌گونه‌ای که اعتماد را بهبود می‌بخشد، فرایندها را خودکار می‌کند و هزینه‌ها را با استفاده از ویژگی‌هایی مانند تمرکززدایی، نبود واسطه‌گری، امنیت، شفافیت و تغییرناپذیری کاهش می‌دهد (Guo and Yu, 2022). علاوه‌براین، برنامه‌های بلاک‌چین مانند قراردادهای هوشمند، توکن‌ها، ارزهای دیجیتال و برنامه‌های غیرمتمرکز<sup>۶</sup> رابطه بین خدمات گردشگری و گردشگران را تغییر می‌دهند (Gamidullaeva et al., 2023). همچنین، فناوری بلاک‌چین را می‌شود در بررسی برخط مشتریان، پورتال‌های سفر مبتنی بر بلاک‌چین، پردازش پرداخت برخط برای رزرو هتل و مدیریت زنجیره تأمین استفاده کرد (Ben, 2023). همچنین، امکاناتی مانند حذف واسطه‌ها، یکپارچگی داده‌ها، الگوهای تجاری غیرمتمرکز و ردیابی دقیق تماس را برای صنعت گردشگری فراهم می‌کند (Juan et al., 2023). در کنار مزایای گوناگون استفاده از فناوری بلاک‌چین در صنعت گردشگری ایران، موانع بسیاری نیز هست که مانع پذیرش و اجرای گسترده آن می‌شود. این موانع عبارت‌اند از: ناآگاهی صنعت و عموم مردم از پتانسیل فناوری بلاک‌چین، نبود بلوغ فنی، نداشتن قابلیت همکاری و ضرورت توجه به ریسک‌های اجتماعی، فنی، مالی و قانونی.

یک بخش بسیار مهم در صنعت گردشگری که به‌سرعت در حال رشد است خدمات اقامتی همتابه‌همتا<sup>۷</sup> نامیده می‌شود و شامل اشتراک‌گذاری فضاهای اقامتی اضافی با دیگران است. در خدمات اقامتی همتابه‌همتا صاحبان خانه‌های معمولی اتاق‌های خود را موقت با پرداخت هزینه‌ای با دیگران به اشتراک می‌گذارند، به‌گونه‌ای که متقاضیان مسکن از طریق پلتفرم‌های دیجیتال به راحتی به آن اتاق‌ها دسترسی دارند و می‌توانند آن‌ها را رزرو کنند. این روند جایگزین رقابتی خدمات اقامتی سنتی است و معمولاً هتلدارها آن را ارائه می‌دهند (Ratilla et al., 2023). گردشگری همتابه‌همتا خدمت نوینی است که بخش گردشگری را متحول می‌کند و در همه جنبه‌ها مانند نحوه سفر، اقامت یا تجربه در مقصد، تغییراتی ایجاد می‌کند (Moral Cuadra et al., 2021). فناوری‌های جدید این امکان را به افراد می‌دهند تا تولیدکنندگان محصولات گردشگری شوند، به‌گونه‌ای که اقامتگاه، حمل‌ونقل یا حتی اجاره دوچرخه یا خدمات مرتبط با غذا را ارائه دهند (Rich-ard, 2016). همچنین، این امکان را فراهم می‌کند تا از الگوی سنتی مبتنی بر ساختار تولیدکننده به مصرف‌کننده<sup>۸</sup> (تولیدکننده می‌فروشد و مصرف‌کننده محصولات و خدمات ارائه‌شده را می‌خرد) به سمت الگوی همتابه‌همتا حرکت کند (افراد خدمات

توسعه فناوری‌های دیجیتالی آشکارا همه ابعاد زندگی مدرن را تحت تأثیر قرار داده است (Roshani et al., 2023). در گردشگری نیز نوآوری‌های فناوری فرصت‌های عظیمی را برای گسترش و تحول در دامنه محصولات و خدمات ارائه‌شده در این حوزه فراهم می‌کند (Seyedbagheri et al., 2023). باتوجه به اینکه صنعت گردشگری یکی از بزرگ‌ترین بازارهای کسب درآمد برای کشورهاست، از منظر محققان تاکنون به موضوع به‌کارگیری فناوری‌های نوین در این حوزه به‌طور جامع و مناسب توجه نشده است (Wu et al., 2022). در سال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۸ مجمع اقتصاد و گارتتر<sup>۱</sup> بلاک‌چین را یکی از برترین فناوری‌های نوظهور معرفی کردند (Esakandari and Sofalgar, 2023). بلاک‌چین نوعی پایگاه داده امن و غیرمتمرکز است که به شرکت‌کنندگان امکان می‌دهد اطلاعات را به اشتراک گذارند (Leng et al., 2020) و از رمزنگاری برای پیوند دادن بلوک‌های داده به یکدیگر استفاده می‌کند و دست‌کاری آن را غیرممکن می‌سازد (Gadekallu et al., 2022). علاوه‌براین، بلاک‌چین بیشتر در سیستم‌های ارزهای دیجیتال استفاده می‌شود، اما از مزایا و قابلیت‌های آن در هر صنعتی می‌شود بهره برد (Ray et al., 2020). در طول سال‌های اخیر، بیشتر تحقیقات در حوزه بلاک‌چین درباره کاربردهای مالی بوده و کمتر به کاربردهای این فناوری در حوزه گردشگری توجه شده است. شرکت‌های وایندینگ تری<sup>۲</sup>، گروه توایی<sup>۳</sup> و لویال<sup>۴</sup> از جمله شرکت‌هایی‌اند که در سال‌های اخیر در حوزه گردشگری بر پایه بلاک‌چین فعالیت کرده‌اند. اما باتوجه به پتانسیل بسیار زیاد صنعت گردشگری در تأمین مالی شرکت‌ها، کاربرد این فناوری در صنعت گردشگری تاکنون بسیار محدود بوده است (Onder and Gunter, 2020). در حالی که براساس گزارش یونسکو از نظر ظرفیت گردشگری ایران جزو ۱۰ کشور برتر جهان است (Rasoulzadeh Aghdam et al., 2016)، گزارش رقابت‌پذیری سفر و گردشگری<sup>۵</sup> در ۲۰۱۹ نشان می‌دهد که رتبه ایران در رتبه‌بندی کلی شاخص رقابت‌پذیری ۸۹ بوده است که علی‌رغم قابلیت‌های عظیم این صنعت در کشور این جایگاه برای ایران بسیار نامطلوب است. طبق آمار استفاده از فناوری بلاک‌چین در جایگاه یکی از زیرساخت‌های اساسی در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات در تقویت گردشگری پایدار ایران بسیار مهم است و تأثیر بسزایی در ارتقای رتبه ایران در میان

۱. Gartner: شرکت فناوری اطلاعات، تحقیقات و مشاوره

2. Winding Tree
3. TUI Group
4. Loyyal Company
5. The Travel and Tourism Competitiveness Report

6. Decentralized Applications

7. Peer to Peer

8. Business to Consumer

## ۱. مبانی نظری

### ۱-۱. بلاک‌چین در گردشگری

در این مرحله از تاریخ که جهان به علت فرایند جهانی شدن هر روز کوچک‌تر می‌شود، رسیدن به حدی از اعتماد در کسب‌وکار مهم است و بلاک‌چین ممکن است همان رابطی باشد که دنیا را در این مسیر قرار می‌دهد (Jadidoleslami et al., 2022). در عصر حاضر، فناوری بلاک‌چین به‌منزله فناوری تحول‌آفرین در محیط کسب‌وکار شناخته می‌شود (Shahbazi et al., 2020). بلاک‌چین در جایگاه پایگاه داده توزیع‌شده، سوابق معاملات انجام‌شده را با تلفیق و محاسبات پیچیده کد بلاک قبلی و تشکیل کدی جدید در بلوک با اعضای شبکه به اشتراک می‌گذارد (Wibowo et al., 2020). در حوزه کاربرد بلاک‌چین در گردشگری مطالعات علمی کمی انجام شده است. کواک و که<sup>۱</sup> (2019) در مطالعه خود مقدار پذیرش فناوری بلاک‌چین را در کشورهای کوچک جزیره‌ای شناسایی می‌کنند. همچنین، فرصت‌ها، مشکلات بالقوه و راهکارهای عملی را برای ذی‌نفعان حوزه گردشگری ارائه می‌دهند. در نتایج تحقیق آن‌ها مشخص شد فناوری بلاک‌چین علاوه بر ارتقای گردشگری در کشورهای جزیره‌ای کوچک فاقد منابع، سیستم مالی آن‌ها را نیز از خطر مصون می‌دارد. بلاک‌چین فناوری نوپاست. از این رو، برای پذیرش منسجم آن در جامعه و استقرار موفقیت‌آمیز آن در میان صنایع به همکاری دولت، مشاغل گردشگری و سازمان‌های بازاریابی مقاصد نیاز است. به‌منظور توسعه گردشگری از طریق فناوری بلاک‌چین باید دسترسی و فراگیر شدن آن را در میان ذی‌نفعان تشویق کرد. همچنین، وجود فناوری‌ها در مناطق کوچک با منابع اندک سبب تنوع در اقتصاد این کشورها می‌شود و مانند جزیره مالت در اروپا و موریس در آفریقا به تقویت و جهش اقتصادهای توسعه‌یافته با ارائه محصولات کارآمد منجر می‌شود. رجب<sup>۲</sup> و همکاران (2019) مزایای بالقوه زنجیره بلوکی را بررسی کردند و نتیجه گرفتند که فناوری بلاک‌چین در گردشگری پزشکی با هدف اعتماد و اعتبار بین پزشک و بیمار و انسجام مجموعه فعالیت‌های قبل از سفر، هنگام سفر و بعد از سفر بسیار کارآمد خواهد بود. ترکی<sup>۳</sup> و همکاران (2019) فناوری بلاک‌چین را در نمایش سیاست‌های اقتصادی صنعت گردشگری بررسی کردند که توسعه آن را متحول می‌سازد. در این پژوهش تأثیرات مثبت و منفی فناوری دیجیتال، رمازرها و قراردادهای هوشمند بیان شده است. در نتایج آن مشخص شد در آینده نزدیک روند دیجیتالی شدن در اقتصاد گردشگری و البته همه صنایع تأثیرگذار

را ارائه و تقاضا می‌کنند (Miralles et al., 2016). چانگ و همکاران معتقدند پلتفرم‌ها و شبکه‌های اجتماعی همتابه‌متا به‌منظور جست‌وجوی اطلاعات گردشگری بسیار مهم‌اند، زیرا با ارائه اطلاعات دست‌اول بی‌طرفانه اعتماد کاربران را افزایش می‌دهند (۲۰۱۸). بنابراین، وظیفه‌ای که قبلاً آژانس‌های مسافرتی ایفا می‌کردند اهمیت خود را از دست می‌دهد و اطلاعات آنی و مجازی در دسترس قرار می‌گیرد (Taño et al., 2013). همچنین، درحالی‌که استفاده از راهنمای سفر به فرایند توسعه طولانی نیاز دارد، انتشار نظر در پلتفرم‌های مجازی فقط چند دقیقه طول می‌کشد و در عرض چند ثانیه برای هرکسی که به دنبال اطلاعات است در دسترس خواهد بود (Moral-Cuadra et al., 2021). مطالعات بسیاری انجام شده است که مصرف‌کنندگان مزایای اقتصادی، مشوق‌های اجتماعی و مطمئن‌بودن را ویژگی‌های غالب اقامتگاه‌های همتابه‌متا ارزش‌گذاری کرده‌اند. از این رو، موجب محبوبیت فزاینده خدمات اقامتی همتابه‌متا در بین سهامداران مختلف صنعت، بخش عمومی و دانشگاه شده است. (So et al., 2018؛ Filimonau, 2020). با وجود این، به‌رغم رشد چشمگیر خدمات اقامتی همتابه‌متا در جهان، یافته‌های تجربی بیشتر به اقتصادهای توسعه‌یافته غربی محدود می‌شوند تا کشورهای کمتر توسعه‌یافته. بنابراین، برای به‌دست آوردن درک گسترده‌تر و جامع‌تر از خدمات اقامتی و گردشگری همتابه‌متا تحقیقات بیشتری لازم است (Hossain, 2020). گفتنی است جهانی شدن شبکه‌های اجتماعی و رکود اقتصادی گذشته سبک زندگی مادی‌گرایانه جدیدی را در میان مصرف‌کنندگان رواج داده است (Szmigin et al., 2020)، به‌گونه‌ای که مصرف‌کنندگان آگاهی اجتماعی و محیطی بیشتری دارند و به مصرف خود بیشتر توجه می‌کنند. به‌عبارت‌دیگر، سبک زندگی سنتی مادی‌گرایانه را کنار گذاشته‌اند و سبک جدید زندگی خود را ضد مصرف توصیف می‌کنند؛ سبکی که از نزدیک با آرزوهای مصرف‌کنندگان برای داشتن زندگی ساده‌تر، حفاظت از محیط‌زیست و بهبود جامعه مرتبط است (Niezgoda and Kowalska., 2020). علاوه بر این، اقتصاد اشتراکی پیامدهای زیست‌محیطی و اجتماعی دارد، زیرا آن را جایگزینی برای مصرف مبتنی بر مالکیت پیشنهاد می‌کنند، به‌گونه‌ای که در آن بر استفاده کارآمد از منابع بیکار تأکید می‌شود (Frenken and Schor, 2017). با این حال، در ادبیات موجود فقط به مزایای اقتصادی، انگیزه‌های اجتماعی و اعتماد به‌منزله محرک‌های ضروری تقاضای مسکن همتابه‌متا اشاره شده و اطلاعات درباره عوامل اثرگذار در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌متای مبتنی بر بلاک‌چین محدود است. از این رو، در پژوهش حاضر تلاش می‌شود تا الگوی پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌متا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری کشور ارائه شود.

1. Kwok and Koh

2. Rejeb

3. Turkay

خواهد بود. بنابراین، لازم است الگویی پایدار و مناسب برای بخش عرضه و تقاضا و سیستم‌های پرداخت و رمزارزها ارائه شود. لو و ژو<sup>۱</sup> (2021) پلتفرم بلاک‌تور را پیشنهاد کردند و در تحقیق خود به صورت عملی و گسترده نشان دادند گردشگران از اجرای پلتفرم هوشمند گردشگری استقبال کردند.

۱-۲. خدمات اقامتی همتابه‌همتا

محل اقامت همتابه‌همتا سرویسی است که در پلتفرم‌های برخط فعال می‌شود و از طریق آن افراد اتاق‌ها، آپارتمان‌ها و خانه‌های کم‌استفاده خود را اجاره می‌دهند. این سرویس جایگزینی برای بخش گردشگری سنتی است و فرصت‌های کارآفرینی کوچکی را برای صاحبان ملک فراهم می‌کند (Zhang et al., 2019). در اشتراک مسکن، پلتفرم‌ها روابط بین مصرف‌کنندگان (اجاره‌دهندگان) و میزبانان را تنظیم می‌کنند، منابع شخصی آن‌ها را معامله می‌کنند و منافع اقتصادی به دست می‌آورند (Davlem-bayeva et al., 2020). این نوع کارآفرینی کوچک خوداشتغالی را تسهیل و درآمدزایی می‌کند و به رسیدن به جامعه اقتصادی پایدار کمک می‌کند (Davlembayeva and Papagiannidis, 2022). با این حال، در مقایسه با سایر بخش‌های خدماتی، رشد چنین کسب‌وکاری به علت اثر مشارکتی مهم‌تر مشتریان در ایجاد ارزش، بیشتر به آن‌ها وابسته است (Nadeem et al., 2020). از این رو، در مطالعات شواهد زیادی درباره عواملی ارائه شده است که تقاضای مسکن را از طریق پلتفرم‌های برخط به اشتراک می‌گذارند. قصد مشتری برای مشارکت در اشتراک مسکن به سه گروه طبقه‌بندی می‌شود: ارزش‌ها، ویژگی‌ها و تجربه (Yu et al., 2022). اجاره از طریق پلتفرم‌های دیجیتال منعکس‌کننده ارزش‌های سودگرایانه، اجتماعی و لذت‌طلبانه است. ارزش سودمند زمانی تحقق می‌یابد که مهمانان از مزایای اقتصادی، راحتی رزرو یا دسترسی به مکان بهره‌مند شوند (Li et al., 2021). اشتراک مسکن از نظر اقتصادی نیز سودمند است، زیرا با کاهش هزینه‌های اجاره، حداکثر کارایی را ممکن می‌شود (Xu, 2020). کاهش هزینه به علت استفاده مجدد بر حسب تقاضا از منابع شخصی و پردازش تراکنش ساده، ارائه‌دهندگان و مشتریان را از طریق یک واسطه دیجیتال به هم متصل می‌کند (Akbar and Tracogna, 2018). ارزش اجتماعی زمانی تجلی می‌کند که اشتراک‌گذاری اقامتگاه باعث افزایش پذیرش مستأجر در جامعه شود و از طریق تعامل با میزبان خودپنداره شخصی را افزایش دهد (Davlembayeva et al., 2020). ارزش لذت شناختی با تجربه مثبت و در نتیجه رضایت همراه است (Li et al., 2021). هنگامی که صحبت از ویژگی‌ها می‌شود، مزایای نسبی اقامت مبتنی بر اشتراک در مقایسه با خدمات هتل‌ها با فضا و امکانات

مستقل مشهود است که معمولاً به وسیله صاحبان مشاغل خرد اداره می‌شوند (Guttentag et al., 2018). در تحقیقات گذشته، از ویژگی‌های در نظر گرفته‌شده، راحتی مکان، قیمت، طیف متنوع پیشنهادها و امکانات خانه بررسی شده است (Yu et al., 2022). علت راحتی اشتراک‌گذاری اقامتگاه در مقایسه با هتل‌ها این است که در سراسر محله‌های مسکونی قرار گرفته‌اند و دسترسی به مناطق جغرافیایی وسیع‌تر را بهبود می‌بخشد. همچنین، قیمت کمتر اقامتگاه‌ها این امکان را برای مهمانان فراهم می‌کند که تعداد سفر و مدت اقامت را افزایش دهند. روند قیمت‌گذاری پویا بر اساس ویژگی‌های اقامتگاه، سفارشی‌سازی خدمات را افزایش می‌دهد (Wang and Nicolau, 2017) و این امکان را فراهم می‌کند تا افراد امکاناتی را انتخاب کنند که به بهترین وجه نیازهای اجاره‌کنندگان را در خصوص مشخصات خانه، دوستی با حیوانات خانگی، خدمات ورود و خروج و موارد دیگر را برآورده می‌کند (Yu et al., 2022). با این حال، نبود استاندارد درباره خدمات و امکانات در محل اقامت مبتنی بر اشتراک سبب بروز نگرانی‌هایی درباره کیفیت و ایمنی خدمات و امکانات است (Birinci et al., 2018). اشتراک‌گذاری خدمات مستلزم تعامل بیشتری با میزبان است، البته این تعامل بسته به نوع محل اقامت متفاوت است. مشارکت میزبانان در ارائه خدمات بیشتر، مانند گشت‌وگذار در اطراف خانه یا محله مهم است تا از رضایت اجاره‌کننده از محل اقامت خود مطمئن شوند (Guttentag et al., 2018). همچنین، اقامت مسافران در مناطق غیرتوریستی مرکز شهر سبب تعامل بیشتر آن‌ها با میزبانان و جامعه محلی، فرهنگ و سنت‌ها می‌شود که به شکل‌گیری تجربه‌های معتبر کمک می‌کند (Birinci et al., 2018). در مقابل، علی‌رغم شواهد منتشرشده درباره زیربنای اشتراک‌گذاری محل اقامت مشخص نیست چگونه ادغام دستگاه‌های نوآورانه درک کاربران را از خدمات ارائه‌شده تغییر می‌دهد. در حالی که کارایی اقامتگاه‌هایی که با فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند خانه‌های هوشمند و ویژگی‌های مختلفی از جمله اتوماسیون، تعامل، کنترل هوشمند و نظارت بهبود بخشیده شده است و خدمات بیشتری برای مصرف‌کنندگان فراهم می‌کنند. این عملکردها کاربران را قادر می‌سازد تا مصرف آب و برق را کنترل کنند، هزینه‌ها را کاهش و راحتی را افزایش دهند (Sequeiros et al., 2021). از این رو، استفاده از فناوری در اقامتگاه‌های همتابه‌همتا به ویژگی پایدار خدمات می‌افزاید، به مزایای مالی منجر می‌شود، مدیریت تسهیلات را بهبود می‌بخشد و از پاسخ‌گویی بیشتر به نیازهای ساکنان مطمئن می‌شود. این مزایا ویژگی‌های اقامتگاه هوشمند را دوباره تعریف می‌کنند و در کیفیت اقامت تأثیر می‌گذارند. بنابراین، ارزش متفاوتی برای بازدیدکنندگان خلق می‌کنند.

محل اقامت همتابه‌همتا سرویسی است که در پلتفرم‌های برخط فعال می‌شود و از طریق آن افراد اتاق‌ها، آپارتمان‌ها و خانه‌های کم‌استفاده خود را اجاره می‌دهند. این سرویس جایگزینی برای بخش گردشگری سنتی است و فرصت‌های کارآفرینی کوچکی را برای صاحبان ملک فراهم می‌کند (Zhang et al., 2019). در اشتراک مسکن، پلتفرم‌ها روابط بین مصرف‌کنندگان (اجاره‌دهندگان) و میزبانان را تنظیم می‌کنند، منابع شخصی آن‌ها را معامله می‌کنند و منافع اقتصادی به دست می‌آورند (Davlem-bayeva et al., 2020). این نوع کارآفرینی کوچک خوداشتغالی را تسهیل و درآمدزایی می‌کند و به رسیدن به جامعه اقتصادی پایدار کمک می‌کند (Davlembayeva and Papagiannidis, 2022). با این حال، در مقایسه با سایر بخش‌های خدماتی، رشد چنین کسب‌وکاری به علت اثر مشارکتی مهم‌تر مشتریان در ایجاد ارزش، بیشتر به آن‌ها وابسته است (Nadeem et al., 2020). از این رو، در مطالعات شواهد زیادی درباره عواملی ارائه شده است که تقاضای مسکن را از طریق پلتفرم‌های برخط به اشتراک می‌گذارند. قصد مشتری برای مشارکت در اشتراک مسکن به سه گروه طبقه‌بندی می‌شود: ارزش‌ها، ویژگی‌ها و تجربه (Yu et al., 2022). اجاره از طریق پلتفرم‌های دیجیتال منعکس‌کننده ارزش‌های سودگرایانه، اجتماعی و لذت‌طلبانه است. ارزش سودمند زمانی تحقق می‌یابد که مهمانان از مزایای اقتصادی، راحتی رزرو یا دسترسی به مکان بهره‌مند شوند (Li et al., 2021). اشتراک مسکن از نظر اقتصادی نیز سودمند است، زیرا با کاهش هزینه‌های اجاره، حداکثر کارایی را ممکن می‌شود (Xu, 2020). کاهش هزینه به علت استفاده مجدد بر حسب تقاضا از منابع شخصی و پردازش تراکنش ساده، ارائه‌دهندگان و مشتریان را از طریق یک واسطه دیجیتال به هم متصل می‌کند (Akbar and Tracogna, 2018). ارزش اجتماعی زمانی تجلی می‌کند که اشتراک‌گذاری اقامتگاه باعث افزایش پذیرش مستأجر در جامعه شود و از طریق تعامل با میزبان خودپنداره شخصی را افزایش دهد (Davlembayeva et al., 2020). ارزش لذت شناختی با تجربه مثبت و در نتیجه رضایت همراه است (Li et al., 2021). هنگامی که صحبت از ویژگی‌ها می‌شود، مزایای نسبی اقامت مبتنی بر اشتراک در مقایسه با خدمات هتل‌ها با فضا و امکانات

## ۳-۱. خلق انگیزه در اسکان همتابه‌همتا

توسیاده<sup>۱</sup> (2016) بر این باور است که از دیدگاه مصرف‌کننده خدمات دریافتی در اقامتگاه همتابه‌همتا با خدماتی که در هتل سنتی ارائه می‌شود متفاوت است. این امر به انتظارات متفاوت مصرف‌کننده‌ها و در نتیجه ارزیابی متفاوتی از خدمات منجر می‌شود. از این رو، قرار گرفتن محل اقامت در منطقه‌ای توریستی یا نزدیک بودن به رستوران‌ها، مغازه‌ها، جاذبه‌های حمل‌ونقل و بودن در محیطی محلی انگیزه‌ای مهم برای کاربران این نوع اقامتگاه است (Liang et al., 2018). بنابراین، نیازهایی که کاربر اسکان همتابه‌همتا پوشش می‌دهد (میل جامعه، مصرف پایدار، قیمت‌های پایین‌تر) با نیازهایی که هتل برآورده می‌کند متفاوت است. از این رو، انگیزه‌های استفاده از اسکان همتابه‌همتا با انگیزه‌های مرتبط با اقامت در هتل متفاوت است (Henderson et al., 2022). گوتنتاگ<sup>۲</sup> و همکاران (2018) پنج عامل اصلی در انگیزش را شناسایی کردند: تعامل (شامل دو انگیزه متفاوت است: تعامل با مالک و تعامل با جمعیت محلی)، وجود وسایل راحتی در محل اقامت، تازگی، اشتراک‌گذاری و اصالت محلی. همچنین، حماری<sup>۳</sup> (2016) انگیزه را در دو گروه دسته‌بندی می‌کند: ۱. انگیزه‌های نوع دوستانه مانند توجه به محیط‌زیست و کمک به دیگران؛ ۲. انگیزه‌های خودخواهانه مانند به‌دست‌آوردن منفعت اقتصادی (به‌صورت پس‌انداز در صورت دریافت خدمات یا به‌صورت درآمد در صورت ارائه خدمات). علاوه بر این، حماری (2016) براساس نظریه خودتعیینی الگویی را پیشنهاد می‌کند که انگیزه‌ها را به درونی (نوع دوستانه) و بیرونی (خودخواهانه) طبقه‌بندی می‌کند، زیرا انگیزه‌ها را تلاش برای به‌دست‌آوردن منافع شخصی می‌داند. حماری (2016) نتیجه می‌گیرد که انگیزه‌های درونی برخلاف انگیزه‌های بیرونی تعیین‌کننده و قوی‌نگرند. با این حال، برای پیش‌بینی ادامه استفاده از این نوع اقامت انگیزه‌های بیرونی ترجیح داده می‌شود. علاوه بر این، اثر مزایای اقتصادی در نیت رفتاری از نگرش به میزبانی بیشتر است. در مطالعات دیگر، هنگام انتخاب اسکان همتابه‌همتا غلبه انگیزه‌های بیرونی مشاهده شده است (Shin et al., 2021). رازلی<sup>۴</sup> و همکاران (2018) دریافتند علاوه بر انگیزه اقتصادی انگیزه‌های دیگری مانند جست‌وجوی تجربه‌های جدید، ملاقات با افراد جدید یا پیروی از توصیه‌های سایر گردشگران در انتخاب اسکان همتابه‌همتا اثرگذارند. بلوتی<sup>۵</sup> و همکاران (2015) اهمیت عنصر اجتماعی را در ساختارهای اسکان همتابه‌همتا مطرح

می‌کنند (کاربران بیشتر جذب سامانه‌هایی می‌شوند که امکان ارتباط با سایر کاربران را فراهم می‌کنند). همچنین، بعضی از انگیزه‌های مشارکت در اسکان همتابه‌همتا را نام می‌برند: نیاز دسترسی به یک کالا یا خدمت (گاهی غالب بر جنبه اجتماعی)، نفع شخصی، نوع دوستی و اخلاق (انگیزه مهمی برای بسیاری از گردشگران است) و کسب درآمد.

## ۴-۱. اقتصاد اشتراکی همتابه‌همتا

با ظهور فناوری‌های نوین دیجیتال در سال‌های اخیر اقتصاد اشتراکی بسیار فراوان توسعه یافته است (Rong et al., 2021) و پاسخی به بحران‌های اقتصادی و زیست‌محیطی تلقی می‌شود، زیرا امکان صرفه‌جویی در منابع و بهره‌وری انرژی را فراهم می‌کند (Guangwu et al., 2022). اقتصاد اشتراکی مفهومی گسترده است که تعریف مشترکی از آن نیست و معمولاً برای اشاره به آن از عبارت‌هایی مانند «اقتصاد مشارکتی» و «اقتصاد براساس تقاضا» استفاده می‌شود (Tham et al., 2022). اقتصاد اشتراکی نوع جدیدی از عملکرد اقتصادی است که در آن افراد منابع خود را با دیگران به اشتراک می‌گذارند. این امر به کاهش تولید اضافی منجر می‌شود (Daglis, 2022). به عبارت دیگر، اقتصاد اشتراکی مفهومی تجاری و قالب جدیدی از تعاملات اجتماعی در قرن ۲۱ است که امکانی برای افراد فراهم می‌کند تا با استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال به‌جای خرید و مالکیت تجهیزات، خدمات و مهارت‌ها آن‌ها را از دیگران اجاره کنند و یا فرض بگیرند (Cur-tis, 2021; Bronwen, 2018; Dudin, et al., 2019). اقتصاد اشتراکی اقامتگاه‌های همتابه‌همتا در صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی بسیار تأثیرگذارترند (Varma et al., 2016). امروزه گردشگران به‌جای هتل‌ها بسیار دنبال اقامتگاه‌های همتابه‌همتا هستند (Meshulam et al., 2023). همچنین در مقابل اسکان در هتل، یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های اسکان در اقامتگاه‌های همتابه‌همتا جنبه‌های اجتماعی آن برای گردشگران است، به گونه‌ای که مزایای اجتماعی به‌دست‌آمده از طریق اقامت در اقامتگاه‌های همتابه‌همتا مانند تعامل و ارتباط با افراد محلی در محیطی معتبر به افزایش رضایت گردشگران منجر می‌شود (So et al., 2019). این پیامدها در سودآوری بخش مهمان‌نوازی تأثیر بسزایی دارد و باعث تغییرات ساختاری گسترده‌ای در کل صنعت گردشگری می‌شود (Dolnicar, 2019).

## ۵-۱. اقتصاد دایره‌ای در صنعت گردشگری

اقتصاد دایره‌ای در نقطه مقابل اقتصادی خطی است (Hofstet-ter et al., 2021). الگوی اقتصادی خطی که به آن اقتصاد بگیر - بساز (Blomsma and Tennant, 2017) نیز می‌گویند رشد چشمگیری در تولید ناخالص داخلی و رفاه انسان فراهم کرده است. در حالی که هم‌زمان به دنیای طبیعی بسیار آسیب رسانده

1. Tussyadiah

2. Guttentag

3. Hamari

4. Razli

5. Bellotti

اقتصاد دایره‌ای در فعالیت شرکت‌ها به معنای افزایش رقابت در خود شرکت‌ها نیز هست، زیرا موجب بهینه‌شدن منابع و کاهش ضایعات آن‌ها می‌شود. درعین‌حال، جامعه و محیط‌زیست نیز از این اقدامات منتفع می‌شوند (Perello-Marín et al., 2023). در بین بخش‌های گوناگون صنعت، عوامل گردشگری در جایگاه بازوی توانمندساز اقتصاد دایره‌ای اثر مهمی می‌گذارند (Einarsson and Sorin, 2020). به‌رغم اینکه گردشگری در جایگاه بخش خدماتی طبقه‌بندی می‌شود، به مقادیر مهمی از منابع طبیعی پایان‌پذیر وابسته است. بنابراین، اقتصاد دایره‌ای ابزارهای ضروری را برای حل مشکلات زیست‌محیطی ناشی از گردشگری فراهم و به رفاه افراد و جوامع کمک می‌کند. الگوهای کسب‌وکار دایره‌ای در صنعت گردشگری عملکرد زیست‌محیطی در گردشگری را بهبود می‌بخشد و هم‌زمان موجب صرفه‌جویی در هزینه‌ها و رشد درآمد می‌شود. همچنین، به تشکیل مشاغل محلی کمک می‌کند (Zorpas et al., 2021). علاوه‌براین، اقتصاد دایره‌ای به بهبود درازمدت صنعت گردشگری پس از کووید ۱۹ مرتبط است که تحت‌تأثیر سرعت تبدیل نظام تولید خطی کنونی به نظام دایره‌ای خواهد بود (Prideaux, et al., 2020). درخصوص خدمات همتابه‌متا، بلاک‌چین و خدمات گردشگری مطالعات اندکی جداگانه انجام شده است که برخی از جدیدترین این مطالعات در قالب جدول ۱ ارائه شده است.

است (IPBES, 2019). اقتصاد دایره‌ای نظام اقتصادی‌ای را توصیف می‌کند که مبتنی بر الگوهای تجاری است و مفهوم پایان عمر را با کاهش، استفاده مجدد، بازیافت و بازیابی مواد در فرایندهای تولید/توزیع و مصرف جایگزین می‌کند (Kirch-herr et al., 2017). اقتصاد دایره‌ای سیستمی اقتصادی است که نشان‌دهنده تغییر پارادایم در نحوه ارتباط متقابل جامعه انسانی با طبیعت است (Prieto-Sandoval et al., 2018) و برخلاف ایده سنتی تولید خطی است که مبتنی بر استخراج، ساخت، استفاده و دورریختن است (European Commission, 2020)، اقتصاد دایره‌ای با اصول R3 (کاهش، استفاده مجدد، بازیافت) (Wu et al., 2020)، R4 (کاهش، استفاده مجدد، بازیافت، بازیابی که هسته اصلی دستورالعمل چهارچوب اتحادیه اروپاست) (European Commission, 2008) و R6 (کاهش، استفاده مجدد، بازیافت، طراحی مجدد، بازسازی، بازیابی) (Jawahir and Bradley, 2016) نشان‌دهنده پیوند قوی بین محیط‌زیست و اقتصاد است (European Commission, 2020). به این ترتیب، در این نوع از اقتصاد در سطح خرد (محصولات، شرکت‌ها، مصرف‌کنندگان)، سطح میانی (پارک‌های صنعتی بومگردی) و سطح کلان (شهر، منطقه، کشور و فراتر از آن) با هدف تحقق توسعه پایدار فعالیت می‌کنند که مستلزم بروز کیفیت زیست‌محیطی، رفاه اقتصادی و برابری اجتماعی به نفع نسل فعلی و آینده است (Bowen et al., 2024). پیاده‌سازی

جدول ۱: پیشینه مطالعات داخلی و خارجی

عنوان	محقق	یافته‌ها
طراحی و پیاده‌سازی پلتفرم بومی مبادله انرژی همتابه‌متای مبتنی بر بلاک‌چین	(Jabbarpour and Saghiri, 2024)	نتایج نشان داد معماری کلان پلتفرم براساس مفهوم حداقل محصول قابل عرضه <sup>۱</sup> با در نظر گرفتن نیازهای عملکردی و غیرعملکردی در قالب نمودارهای زبان الگوسازی یکپارچه (UML) طراحی شده است. اجرای آزمایشی پلتفرم پیشنهادی در قالب ۴ عنصر اصلی پیاده‌سازی شد: قرارداد هوشمند، رابط کاربری، پلتفرم بلاک‌چین، پایگاه داده بلاک‌چینی و غیربلاک‌چینی. همچنین، با استفاده از سناریوهای مختلف ارزیابی و آزمایش شد. آزمون‌ها بیشتر شامل آزمون واحد و آزمون یکپارچگی بودند که با موفقیت بر روی پلتفرم انجام شدند. این پلتفرم برای اولین بار در کشور مطابق با پروتکل اتریوم و بر مبنای معماری میکروسرویس طراحی و پیاده‌سازی شده است که علاوه بر امکان ادغام با سامانه‌های مبتنی بر اتریوم به واسطه طراحی ماژولار قابلیت توسعه‌پذیری نیز دارد.
یک مدل دموکراسی انرژی برای اجتماع‌های انرژی براساس ترجیحات مصرف‌کنندگان خودتولید و تجارت همتابه‌متا	(Afzali et al., 2023)	در این مقاله مسئله مدیریت انرژی شبکه هوشمند شامل اجتماع‌های انرژی به منظور توسعه دموکراسی انرژی و حضور ساختمان‌های هوشمند در تجارت انرژی همتابه‌متا و برنامه‌های پاسخ‌گویی بار خانگی حل شده است. یک الگوی دموکراسی انرژی برای مجموعه کاربران انرژی شامل مصرف‌کنندگان خودتولید و مدیران درون اجتماع‌های انرژی براساس مفهوم ترجیحات کاربران معرفی شده است. همچنین، مصرف‌کنندگان خودتولید با توجه به ترجیحات خود به سه دسته طبقه‌بندی شدند: انعطاف‌پذیر، اقتصادمحور و اجتماع‌محور. همچنین، مدیران اجتماع‌های انرژی نیز با توجه به ترجیحات خود به دو دسته طبقه‌بندی شدند: مدیر با رویکرد تعاملی و مدیر با رویکرد غیرتعاملی. مسئله با روش CPLEX در نرم‌افزار GAMS حل شده است. نتایج نشان می‌دهد که انرژی را رویکرد پیشنهادی دموکراسی در شبکه هوشمند بهبود می‌دهد.

عنوان	محقق	یافته‌ها
شناسایی راهکارهای عملیاتی کاربرد فناوری بلاک‌چین در رونق گردشگری ایران	(Seyedbagheri et al., 2023)	در این پژوهش ابعاد مثبت (تسهیل تراکنش‌های مالی در گردشگری، حذف واسطه‌ها در گردشگری، تسهیل قراردادهای حوزه گردشگری، تسهیل برنامه‌ریزی و فرایند سفر، تسهیل اعتبارسنجی و احراز هویت) و منفی (نبود شناخت و نپذیرفتن این فناوری، محدودیت‌های ذاتی این فناوری) فناوری بلاک‌چین در رونق گردشگری ایران مشخص شد. علاوه‌براین، عوامل اثرگذار دیگری در این زمینه شناسایی و معرفی شدند: راهکارهای اجرایی مناسب، سیاست‌گذاری‌های مناسب برای استفاده از فناوری بلاک‌چین در گردشگری، فرهنگ‌سازی و آموزش به‌منظور استفاده از فناوری بلاک‌چین و خدمات آن، معرفی گونه‌ها و بخش‌هایی از گردشگری که امکان جذب فناوری بلاک‌چین آن‌ها را فعال‌تر می‌کند، جذب سرمایه‌گذاران خارجی در حوزه گردشگری با هدف استفاده از این فناوری در پیشرفت و توسعه گردشگری در ایران.
بررسی پیشران‌های قصد استفاده مجدد در کسب‌وکارهای اشتراکی همتابه‌همتا (مورد مطالعه: تپسی)	(Makizadeh and Sharaei, 2022)	براساس نتایج تحلیل داده‌های این پژوهش مشخص شد صرفه‌جویی در هزینه، کیفیت خدمت، قابلیت گواهی هوشمند، اعتماد به عرضه‌کننده و اعتماد به اپلیکیشن در رضایت و همچنین اعتماد بر استفاده مجدد در بین مشتریان از خدمات تپسی تأثیرگذار است. همچنین، دو فرضیه تأثیر ادراک از همسویی با روندها در رضایت مشتری و تأثیر رفتار میزبان در قصد استفاده مجدد تأیید نشد.
محل اقامت همتابه‌همتا در زمان کووید ۱۹: رویکردی تقسیم‌بندی از دیدگاه ایمنی گردشگر	(Petruzzi and Marques, 2022)	بر پایه نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل مکاتبات چندگانه (MCA) و تجزیه و تحلیل خوشه‌ای که بر روی نمونه‌ای از ۸۶۴ گردشگر آینده‌نگر اعمال شد، دو بُعد برجسته از شیوه‌های ایمنی پیشنهاد می‌شود: الف) اطلاعات و بهداشت؛ ب) حفاظت. همچنین، چهار نوع بخش گردشگری دسته‌بندی می‌شود: ۱. گردشگران نگران؛ ۲. گردشگران بی‌تفاوت؛ ۳. گردشگران از قبل هشدار داده شده؛ ۴. گردشگران مطمئن. در حالی که این گردشگران برای تمام اقدامات ایمنی ارزش بیشتری قائل‌اند، گردشگران بی‌تفاوت به دسترسی اطلاعات مربوط به اقدامات ایمنی نیاز ندارند، اما درباره مقررات کووید ۱۹ در مقصد اطلاعات می‌خواهند. از نظر گردشگران از قبل هشدار داده شده جنبه‌هایی مانند اطلاعات و بهداشت کمترین اهمیت و جنبه حفاظتی بیشترین اهمیت را دارند. در مقابل، گردشگران مطمئن برای همه اقدامات اطلاعاتی و اقدامات ایمنی ارزش قائل‌اند، اما جنبه‌های حفاظتی را قدر نمی‌دانند. این نتایج برای ارائه‌دهندگان مسکن همتابه‌همتا مفید خواهد بود که مایل به سفارشی کردن خدمات در طول دوره کووید ۱۹ و پس از آن‌اند.
تجزیه و تحلیل فضایی و تجربی مصرف مسکن همتابه‌همتا در طول کووید ۱۹	(Jang et al., 2021)	بر پایه نتایج تحلیل فضایی، میزان ضررهای درآمدی فهرست‌های ایربی‌ان‌بی <sup>۱</sup> بسته به نوع ویژگی مقصد، در مناطق شهری و روستایی متفاوت بوده است. علاوه‌براین، بر پایه نتایج مطالعات تجربی مشخص شد گردشگران تجاری کمتر از گردشگران تفریحی کووید ۱۹ را تهدید می‌دانند و به استفاده از فهرست‌های ایربی‌ان‌بی بیشتر تمایل دارند. در این مطالعه، با استفاده از مطالعات تحلیلی و تجربی مکانی به تعیین مقصد و ناهمگونی رفتاری ناشی از بیماری همه‌گیر در استفاده مسکن همتابه‌همتا کمک می‌شود.
خوشه‌های گردشگری و اقامتگاه‌های همتابه‌همتا	(Lee et al., 2020)	بر پایه نتایج، خوشه‌های گردشگری کلی به‌ویژه در صنایع اقامتی و خدمات غذایی به عملکرد برتر ایربی‌ان‌بی منجر می‌شوند، اما رابطه خوشه‌های گردشگری - عملکرد ایربی‌ان‌بی در صنعت و منطقه متفاوت است، به‌گونه‌ای که خوشه‌های درون منطقه‌ای و بین منطقه‌ای را تأیید می‌کند. این یافته‌ها به میزبانان ایربی‌ان‌بی و سیاست‌گذاران گردشگری در سایر مناطق کمک می‌کند تا راهبردهای صنعت گردشگری محلی را برای به حداکثر رساندن عملکرد ایربی‌ان‌بی اجرا کنند.

عنوان	محقق	یافته‌ها
مروری بر تحقیقات در مورد اقامتگاه‌های همتابه‌همتای آنلاین پولی: راه‌اندازی مجموعه‌ای از پژوهش‌های گردشگری سالانه در مورد اقامتگاه‌های همتابه‌همتا	(Dolnicar, 2019)	در این مقاله ۳ هدف کلی نتیجه‌گیری می‌شود: ۱. نقشه دانشی ارائه می‌شود که حوزه‌های اصلی بینش دانشگاهی را درباره پدیده اسکان برخط پولی همتابه‌همتا منعکس می‌کند؛ ۲. این بینش‌ها را ترکیب می‌کند؛ ۳. به مناطقی در نقشه دانش اشاره می‌شود که به مطالعه نیاز دارند.

همان‌گونه که در پیشینه تحقیق مشخص است هیچ‌یک از پژوهش‌های پیشین الگوی پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا در حوزه فناوری بلاک‌چین در گردشگری ارائه نکرده‌اند و پژوهش حاضر در این زمینه جدید و نوآورانه است. علاوه‌براین، نتایج این پژوهش، پیشینه پژوهش را در این حوزه توسعه می‌دهد و در زمینه پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا در رونق گردشگری به کمک فناوری بلاک‌چین در صنعت گردشگری کشور راهکارهای مدیریتی مناسب را ارائه می‌دهد.

## ۲. روش پژوهش

هر پژوهشی ممکن است از سه حیث نتیجه، هدف و نوع داده تجزیه و تحلیل می‌شود و براساس آن ترکیب‌های مختلفی از لحاظ نتیجه، هدف و نوع داده امکان‌پذیر است. از این رو، پژوهش حاضر از لحاظ نتیجه کاربردی است، زیرا به دنبال طراحی الگویی در زمینه پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا در حوزه فناوری بلاک‌چین در گردشگری است. همچنین، هدف این تحقیق توصیفی و از نوع میدانی و روش‌شناسی آن از نوع ترکیبی (آمیخته) است. در واقع، رویکرد پژوهشی این مطالعه به لحاظ منطق گردآوری داده‌ها از نوع استقرایی - قیاسی است. بدین منظور با ۱۵ نفر از خبرگان صنعت گردشگری و استادان دانشگاهی مصاحبه شد و تلاش شد تا الگوی تحقیق طراحی شود. در بخش دوم (کمی) پژوهش، جامعه آماری به صورت تصادفی ساده انتخاب شد. بدین گونه که ابتدا به صورت هدفمند مدیران و کارکنان سازمان‌های فعال در حوزه گردشگری انتخاب شدند. سپس براساس این نظریه که اگر جمعیت بیش از ۲۰۰۰ نفر باشد، حجم نمونه براساس فرمول کوکران برابر ۳۸۴ نفر است، ۴۰۰ پرسش‌نامه الکترونیکی توزیع شد تا تأثیر عوامل مؤثر در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا در حوزه فناوری بلاک‌چین در گردشگری سنجیده شود.

به منظور شناسایی شاخص‌های متغیرها، از روش‌های زیر برای جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است: ۱. بررسی و مطالعه کتاب‌ها و پایان‌نامه‌هایی که در زمینه این پژوهش نگاشته شده است؛ ۲. استفاده از مقاله‌های داخلی و خارجی درباره موضوع؛ ۳. مصاحبه

حضور با خبرگان صنعت گردشگری و استادان دانشگاهی؛ ۴. استفاده از پرسش‌نامه الکترونیکی به‌منزله مهم‌ترین ابزار جمع‌آوری داده. در بخش کیفی، ابزار گردآوری اطلاعات پرسش‌نامه نیمه‌ساختاریافته و مصاحبه میدانی بوده است. در بخش کمی و اعتبارسنجی الگوی استخراج‌شده از پرسش‌نامه الکترونیکی استفاده شد. همچنین، به منظور جمع‌آوری اطلاعات مدنظر آزمون روابط و سنجش آرا از همان پرسش‌نامه الکترونیکی استفاده شد. پایایی متغیرهای تحقیق با شاخص‌های آلفای کرونباخ به میزان استاندارد بیشتر از ۰/۷ و پایایی ترکیبی (CR) به میزان استاندارد بیشتر از ۰/۶ و میانگین واریانس توسعه‌یافته<sup>۱</sup> به میزان استاندارد بیشتر از ۰/۵ با استفاده از نرم‌افزار SmartPLS بررسی شد. مقدار ضریب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ برای تمامی ابعاد الگوی مورد مطالعه بیش از ۰/۷ است و از این رو می‌شود ادعا کرد که پرسش‌نامه از پایایی پذیرفتنی برخوردار است.

## ۳. یافته‌های پژوهش

### ۳-۱. نتایج بخش کیفی

به منظور پاسخ به سؤال اصلی پژوهش پس از مطالعه کتاب‌ها و مقاله‌ها با مشارکت‌کنندگان (خبرگان دانشگاهی و خبرگان صنعت گردشگری) مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. سؤال‌های مصاحبه نیمه‌ساختاریافته عبارت‌اند از: ۱. ابعاد پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری چیست؟ ۲. شرایط علی مؤثر در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری چیست؟ ۳. شرایط مداخله‌گر مؤثر در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری چیست؟ ۴. شرایط زمینه‌ای مؤثر در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری چیست؟ ۵. راهبردهای مؤثر در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری چیست؟ ۶. پیامدهای پذیرش خدمات اقامتی



گام بعدی کشف مقوله‌ها بود. مفاهیم و مقوله‌ها در مصاحبه‌های بعدی غنی‌تر می‌شوند و در یک فرایند رفت و برگشتی با کدها و مفاهیم حاصل از تحلیل داده‌های منتج از مصاحبه با خبرگان یا همان زمینه‌یابی تجربی ترکیب و نظریه جدید تکوین می‌شود (Vahidinia et al., 2021). در مرحله دوم نیز کدگذاری محوری است. هدف از این کدگذاری مرتبط کردن مقوله‌ها با زیرمقوله‌ها بر مبنای ویژگی و ابعاد آن‌هاست. این کار بر اساس الگوی پارادیمی استراوس و کوربین<sup>۲</sup> (1998) انجام می‌شود. بعد از تلفیق مقوله‌ها وارد مرحله کدگذاری انتخابی می‌شویم. برای کدگذاری و تحلیل مصاحبه‌ها از نرم‌افزار مکس کیودا<sup>۱</sup> نسخه ۲۰۱۸ استفاده شد. در مجموع کدهای اولیه استخراج شد. روش رسیدن به کدهای اولیه این بود که در پایان هر یک از مصاحبه‌ها بر روی تک تک جمله‌ها تأمل می‌شد و پیام اصلی هر یک از جمله‌ها در مفهوم اصلی خلاصه می‌شد. کدهای اولیه پالایش و بر اساس اندازه‌سازگاری و تجانس با مفاهیم کشف شده طبقه‌بندی شدند. این روش بارها تکرار شد و در نهایت باتوجه به تکرار کدها در مرحله کدگذاری باز مفاهیم مشخص شد. سپس بر اساس قرابت معنایی، مفهومی و عملیاتی مفاهیم به دلیل کثرت به مقوله دسته‌بندی شدند. در جدول ۲ خلاصه‌ای از مؤلفه‌های اصلی و فرعی پژوهش آورده شده است. این عوامل در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌ها در حوزه فناوری بلاک‌چین در گردشگری مؤثرند و بر اساس نظر خبرگان و از طریق کدگذاری باز، محوری و انتخابی شناسایی شدند.

همتابه‌ها مبتنی بر بلاک‌چین در صنعت گردشگری چیست؟ ۷۶ درصد مشارکت‌کنندگان مرد بودند. همچنین، ۵۵ درصد مدرک کارشناسی، ۲۶ درصد مدرک کارشناسی ارشد و ۱۹ درصد مدرک دکترا داشتند یا دانشجوی دکترا بودند. علاوه بر این، ۶۲ درصد مشارکت‌کنندگان بین بازه سنی ۳۰-۳۵، ۱۹ درصد بین ۳۵-۴۰ و ۱۹ درصد بین ۴۰-۴۵ سال بودند. زمان مصاحبه‌ها بین ۴۰ الی ۸۰ دقیقه بود. به منظور ارائه اطلاعات تکمیلی و زمینه‌ای ۵ نفر از مشارکت‌کنندگان خبرگان در مصاحبه دوم شرکت کردند که زمان هر دو مصاحبه ۱۹۰ دقیقه شد. در کل، میانگین مدت مصاحبه ۸۰ دقیقه بود. مصاحبه‌ها با اجازه مشارکت‌کنندگان ضبط و نکته‌های مهم آن‌ها یادداشت می‌شد. پس از پایان هر مصاحبه فایل صوتی بارها گوش داده شد و تمامی گفته‌ها و توصیف‌ها پیاده‌سازی و تایپ شدند. بلافاصله پس از هر مصاحبه تحلیل و کدگذاری اولیه به شیوه مقیاس مستمر<sup>۱</sup> (فرایند کسب اطلاعات از گردآوری داده و مقایسه آن‌ها با طبقات در حال شکل‌گیری) انجام شد. نمونه‌گیری تا اشباع نظری ادامه داشت. در این پژوهش، الگو در مصاحبه ۱۳ به اشباع نظری رسید و با ادامه مصاحبه تقریباً داده‌ها تکراری بودند. به منظور اطمینان از نتایج فرایند تا مصاحبه ۱۶ ادامه داشت. در نخستین مرحله کدگذاری (کدگذاری باز) مجموعه داده‌های گردآوری شده بررسی شد تا مفاهیم پنهان آن‌ها شناسایی شود. کدگذاری باز پس از اولین مصاحبه آغاز شد و کدهای باز پس از هر مصاحبه به تدریج تدوین و تصفیه شدند.

جدول ۲: کدگذاری محوری و انتخابی عوامل مؤثر در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌ها در حوزه فناوری بلاک‌چین در گردشگری

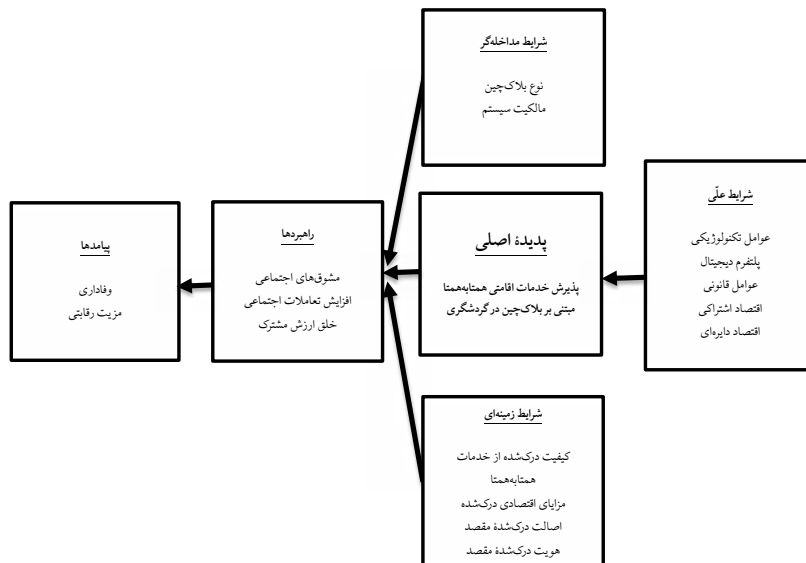
مقوله	کدهای استخراجی	کدهای محوری
شرایط علی	عوامل تکنولوژیکی (۱)	تمرکززدایی، فناوری خانه هوشمند، تکامل و کنترل هوشمند، افزایش قابلیت‌های اتوماسیون، سیستم‌عامل‌های رسانه‌های اجتماعی، بهره‌وری انرژی و پایداری
	پلتفرم دیجیتال (۲)	پلتفرم‌های اشتراک‌گذاری اقامتگاه، بازارهای برخط، بازارهای اجاره‌ای همتابه‌ها، بازارهای رزرو غیر متمرکز، پلتفرم‌های بازاریابی دیجیتال، پلتفرم‌های بازاریابی جغرافیایی، پلتفرم‌های تجزیه و تحلیل داده
	عوامل قانونی (۳)	انطباق با مقررات، حفاظت از داده‌ها، حفظ حریم خصوصی، قوانین مالیاتی، حقوق مالکیت معنوی، ملاحظات اخلاقی، خدمات بیمه‌ای
	اقتصاد اشتراکی (۴)	تحول در خدمات سنتی از طریق بلاک‌چین، نرخ تورم، نرخ اشتغال، درآمد اختیاری مصرف‌کننده، تمرکز بر احتیاط مالی، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌ها، سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه، افزایش مشارکت نیروی کار، ثبات سیاسی، مصرف مشارکتی، عرضه غیر متمرکز، همسان‌سازی موقت، ظرفیت مازاد منابع، بهینه‌سازی منابع کم
	اقتصاد دایره‌ای (۵)	افزایش تأثیر توسعه پایدار، اشتراک منابع، توزیع گسترده درآمد، موانع نظارتی و نیاز به نوآوری‌های اقتصاد دایره‌ای، به حداقل رساندن تأثیر زیست‌محیطی، زباله و آلودگی، افزایش رقابت، نوآوری و تنوع جریان‌های درآمدی، آگاهی مصرف‌کننده از تأثیرات اجتماعی و محیطی

2. Strauss and Corbin

3. MAXQDA Analytics Pro

1. Constant Comparative Method

مقوله	کدهای استخراجی	کدهای محوری
شرایط زمینه‌ای	کیفیت درک شده از خدمات همتابه‌همتا (۶)	یکپارچگی داده، شفافیت و قابلیت اطمینان، مقیاس‌پذیری و عملکرد، چشم‌انداز پایداری، قابلیت همکاری
	مزایای اقتصادی درک شده (۷)	تراکنش‌های کارآمد، واسطه‌گری و اتوماسیون، تأیید هویت، کاهش زمان راستی‌آزمایی، قراردادهای هوشمند، کاهش هزینه تراکنش، تسویه فوری تراکنش، پیشگیری از کلاهبرداری، تغییرناپذیری و شفافیت، قابلیت ردیابی
	اصالت درک شده مقصد (۸)	تجربه زیبایی‌شناختی/حسی، موقعیت جغرافیایی، کیفیت خدمات، تجربه مرتبط/تعامل، زمینه‌های شخصی و اجتماعی
	هویت درک شده مقصد (۹)	بافت فرهنگی و تاریخی، سطح اطلاعات ارائه شده به وسیله فناوری، تجربه‌های شخصی تصویر مقصد، ویژگی‌های ترمیم‌کننده مقصد، رضایت گردشگر
شرایط مداخله‌گر	نوع بلاک چین (۱۰)	بلاک چین‌های عمومی، بلاک چین‌های خصوصی، بلاک چین‌های کنسرسیومی
	مالکیت سیستم (۱۱)	شرایط اسکان، موقعیت جغرافیایی، کارایی، آشنایی با سیستم و هزینه، قدرت اقتصادی ناشی از کنترل بر منابع اطلاعاتی، ارزش ناشی از مالکیت، ارتباطات باز، منابع انسانی، وظیفه‌ها و مسئولیت‌های مشخص، توانمندسازی در تصمیم‌گیری، ادغام بلاک چین در خدمات اقامتی همتابه‌همتا، مالکیت توزیع شده و دموکراتیزه، تجلیل از دستاوردها، یادگیری مستمر
راهبردها	مشوق‌های اجتماعی (۱۲)	در دسترس بودن ابزارهای بلاک چین، نوآوری شخصی، ارزش درک شده، سازوکارهای تشویقی و بیرونی مانند ارز دیجیتال یا پول، بهبود رفتار گردشگری
	افزایش تعاملات اجتماعی (۱۳)	دسترسی جهانی، توانایی خودکارسازی، انگیزه‌های جست‌وجوی اطلاعات، سرگرمی، حفظ رابطه، متمایز بودن فناوری بلاک چین
	خلق ارزش مشترک (۱۴)	ارتباط مستقیم امن و غیر متمرکز بین مهمان و میزبان، توصیه‌های (تبلیغات) دهان‌به‌دهان، گردشگری مسئولانه، ارائه خدمات گردشگری هوشمند، فراهم کردن موقعیت‌های برد برد برای کلیه ذی‌نفعان، قصد بازدید مجدد
پیامدها	وفاداری (۱۵)	امنیت پیشرفته، پایداری و تجربه مشتری، روش‌های پرداخت بلاک چین مثل پرداخت موبایلی، ارزش محیطی، انعطاف‌پذیری و سهولت گزارش‌دهی، آشنایی و رضایت سودمندی و تعلق به جامعه، اعتماد و اطمینان، کیفیت درک شده
	مزیت رقابتی (۱۶)	ارائه خدمات پیشرفته، مدیریت کارآمد زنجیره تأمین، بهبود اشتراک‌گذاری داده‌ها، قابلیت‌های تراکنش‌های خودکار، افزایش امنیت صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی، مبارزه با کلاهبرداری و سرقت داده‌ها، انگیزه‌سازی و توکن‌سازی، هم‌گرایی مقصد هوشمند



شکل ۱: الگوی پارادایمی پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک چین در صنعت گردشگری

## ۳-۲. الگوی پارادایمی پژوهش

براساس تحلیل داده‌های کیفی کدهای محوری در قالب کدهای انتخابی تکمیل شدند و طبق آن خط ارتباطی میان مقوله‌های پژوهش مشخص شد: شرایط علی، مقوله محوری، بستر (شرایط زمینه‌ای)، شرایط مداخله‌گر، راهبرد و پیامدها. شکل ۱ الگوی فرایند کیفی پژوهش را نشان می‌دهد.

## ۳-۳. نتایج بخش کمی

به منظور بررسی کیفیت با اعتبار الگو از بررسی اعتبار استفاده شد که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک و شاخص بررسی اعتبار افزونگی است. شاخص اشتراک کیفیت الگوی اندازه‌گیری هر بلوک را می‌سنجد. به شاخص افزونگی شاخص استون و گیسر نیز می‌گویند. مقادیر مثبت این شاخص‌ها نشانگر کیفیت مناسب و پذیرفتنی الگوی اندازه‌گیری و ساختاری است. بر پایه نتایج شاخص‌ها مثبت و بزرگ‌تر از صفر است. از این رو، الگو از کیفیت و اعتبار پذیرفتنی برخوردار است. تن‌هاوس<sup>۱</sup> و همکاران (2005) به منظور آزمون کلی کیفیت الگوی ساختاری شاخص کلی برازش (GOF) را معرفی کردند. ملاک کلی برازش را با محاسبه میانگین هندسی میانگین مقادیر اشتراکی و ضریب تعیین ( $R^2$ ) به دست می‌آید. برای این شاخص مقادیر ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به ترتیب ضعیف، متوسط و قوی توصیف شده است. پس از محاسبات، مقدار شاخص کلی برازش و ضریب تعیین به ترتیب برابر با ۰/۳۲ و ۰/۸۲۵ به دست می‌آید که شاخصی قوی است و نشان‌دهنده

کیفیت کلی خوب الگوست. اثر متغیرهای مورد بررسی در هر یک از فرضیه‌های تحقیق براساس یک ساختار علی با روش حداقل مربعات جزئی PLS آزمون شده است.

به منظور اندازه‌گیری اعتبار همگرا سه واحد در نظر گرفته شد: بارهای عاملی، متوسط واریانس استخراج شده و پایایی مرکب یا پایایی سازه. متوسط واریانس استخراج شده استفاده از مقیاسی از هم‌گرایی در میان مجموعه‌ای از گویه‌های مشاهده شده یک ساختار است. در واقع، یک درصد از واریانس شرح داده شده در میان گویه‌هاست. این متوسط واریانس استخراجی باید بیشتر از ۰/۵ باشد تا یکی از معیارهای اعتبار همگرا تأیید شود (Fornell and Larcker, 1981). همچنین، بنا به گفته فورنل و لارکر پایایی مرکب هم باید از ۰/۷ بیشتر باشد که نشان‌دهنده کفایت هم‌گرایی درونی است. جدول ۳ شاخص‌های روایی همگرا، پایایی و برازش الگو را نشان می‌دهد. روایی همگرا یعنی در نهایت به لحاظ اندازه‌گیری نشانگرهای هر سازه تفکیک مناسبی را در مقابل سازه‌های دیگر الگو فراهم کنند. به عبارت ساده‌تر، هر نشانگر فقط سازه خود را اندازه‌گیری می‌کند و ترکیب آن‌ها به گونه‌ای است که تمام سازه‌ها به خوبی از یکدیگر تفکیک می‌شوند. با کمک شاخص‌های میانگین واریانس استخراج شده مشخص شد تمام سازه‌های مطالعه شده میانگین واریانس استخراج شده بیشتر از ۰/۵ دارند. شاخص‌های پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ به منظور بررسی پایایی پرسش‌نامه استفاده شدند. تمامی این ضرایب بیشتر از ۰/۷ و نشان‌دهنده پایایی ابزار اندازه‌گیری است.

جدول ۳: شاخص‌های روایی، پایایی و برازش الگو

متغیرها	آلفای کرونباخ	AVE	CR	$R^2$	$Q^2$
راهبردها	۰/۸۴۷	۰/۷۶۶	۰/۹۰۷	۰/۵۵۸	۰/۴۸۳
شرایط زمینه‌ای	۰/۷۸۳	۰/۶۰۶	۰/۸۶۰	-	۰/۳۵۱
شرایط علی	۰/۷۹۱	۰/۵۳۹	۰/۸۵۳	-	۰/۳۱۲
شرایط مداخله‌ای	۰/۷۱۵	۰/۷۷۸	۰/۸۷۵	-	۰/۳۰۳
پیامدها	۰/۷۸۵	۰/۸۲۳	۰/۹۰۳	۰/۲۲۱	۰/۳۸۸
پدیده اصلی	۰/۷۲۲	۰/۵۵۰	۰/۸۲۹	۰/۲۴۵	۰/۲۶۶

علاوه بر این، به منظور بررسی برازش الگوهای ساختاری از دو معیار  $R^2$  و  $Q^2$

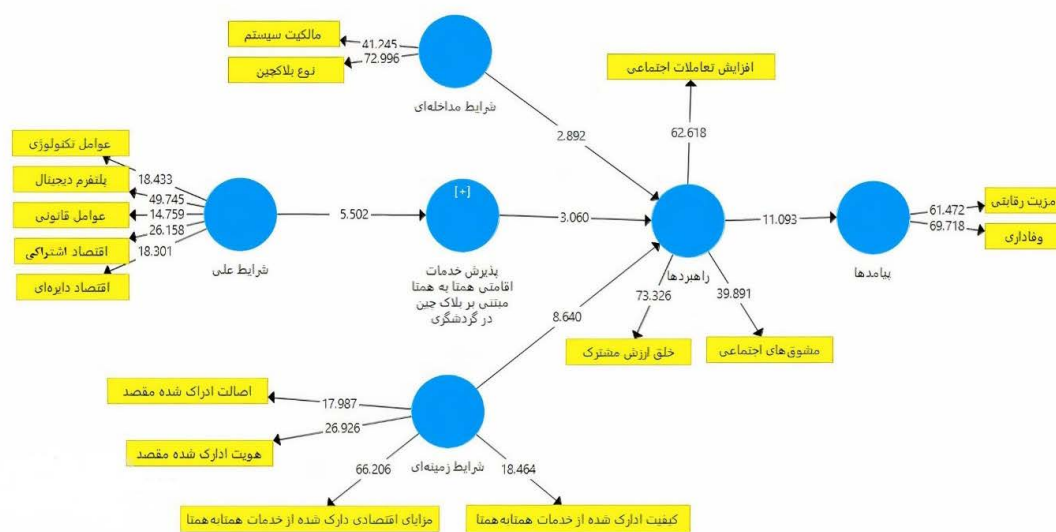
$$GOF = \sqrt{(Communality) \times (R Square)}$$

$$GOF = \sqrt{0.350 \times 0.341} = 0.345$$

همچنین، طبق فرمول شاخص برازش کلی مقدار میانگین مقادیر ضرایب تعیین سازه‌های درون‌زای الگوست. در نهایت، شاخص برازش کلی الگوی حاضر ۰/۳۴۵ استخراج شد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای شاخص هم‌چنین، طبق فرمول شاخص برازش کلی مقدار میانگین مقادیر ضرایب تعیین سازه‌های درون‌زای الگوست. در نهایت، شاخص برازش کلی الگوی حاضر ۰/۳۴۵ استخراج شد. سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای شاخص

جدول ۴: نتایج روایی سازه (تحلیل عاملی تأییدی)

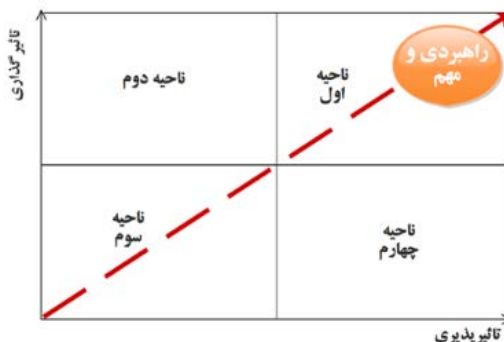
عوامل	متغیر مشاهده شده	بار عاملی	آماره تی	سطح معناداری
شرایط علی	عوامل تکنولوژیکی	۰/۷۰۰	۱۸/۴۳۳	کمتر از ۰/۰۵
	پلتفرم دیجیتال	۰/۷۸۹	۴۹/۷۴۵	کمتر از ۰/۰۵
	عوامل قانونی	۰/۶۴۳	۱۴/۷۵۹	کمتر از ۰/۰۵
	اقتصاد اشتراکی	۰/۸۱۰	۲۶/۱۵۸	کمتر از ۰/۰۵
	اقتصاد دایره‌ای	۰/۷۱۸	۱۸/۳۰۱	کمتر از ۰/۰۵
شرایط مداخله‌ای	مالکیت سیستم	۰/۸۶۷	۴۱/۲۴۵	کمتر از ۰/۰۵
	نوع بلاک چین	۰/۸۹۶	۷۲/۹۹۶	کمتر از ۰/۰۵
شرایط زمینه‌ای	اصالت درک شده مقصد	۰/۷۷۰	۱۷/۹۸۷	کمتر از ۰/۰۵
	هویت درک شده مقصد	۰/۷۶۷	۲۶/۹۲۶	کمتر از ۰/۰۵
	مزایای درک شده از خدمات همتابه همتابه	۰/۸۷۱	۶۶/۲۰۶	کمتر از ۰/۰۵
	کیفیت درک شده از خدمات همتابه همتابه	۰/۶۹۷	۱۸/۴۶۴	کمتر از ۰/۰۵
راهبردها	افزایش تعاملات اجتماعی	۰/۹۰۰	۶۲/۶۱۸	کمتر از ۰/۰۵
	مشوق‌های اجتماعی	۰/۸۳۶	۳۹/۸۹۱	کمتر از ۰/۰۵
	خلق ارزش مشترک	۰/۸۸۸	۷۳/۳۲۶	کمتر از ۰/۰۵
پیامدها	مزیت رقابتی	۰/۹۰۵	۶۱/۴۷۲	کمتر از ۰/۰۵
	وفاداری	۰/۹۰۹	۶۹/۷۱۸	کمتر از ۰/۰۵



شکل ۲: آماره تی الگوی کلی پژوهش با روش بوت‌استرپینگ<sup>۱</sup>

تأثیر نمی‌گذارند و از آن‌ها نیز تأثیر نمی‌گیرند. این متغیرها در قسمت جنوبی نمودار قرار می‌گیرند؛ ۵. متغیرهای تنظیمی: این متغیرها در نزدیکی مرکز شکل و حالت تنظیمی دارند و گاهی در جایگاه اهرم ثانویه عمل می‌کنند. باتوجه به شکل ۵ که پراکندگی متغیرها را نشان می‌دهد نتیجه گرفته می‌شود که عوامل تکنولوژیکی، پلتفرم دیجیتال، کیفیت درک شده از خدمات همتابه همتا، مزایای اقتصادی درک شده، اصالت درک شده مقصد، مشوق‌های اجتماعی، مزیت رقابتی متغیرهای تأثیرگذار، اقتصاد اقامتی متغیر دوجوهی، اقتصاد دایره‌ای، نوع بلاکچین، افزایش تعاملات اجتماعی، وفاداری متغیرهای وابسته، خلق ارزش مشترک، مالکیت سیستم، هویت درک شده مقصد، عوامل قانونی متغیرهای مستقل‌اند.

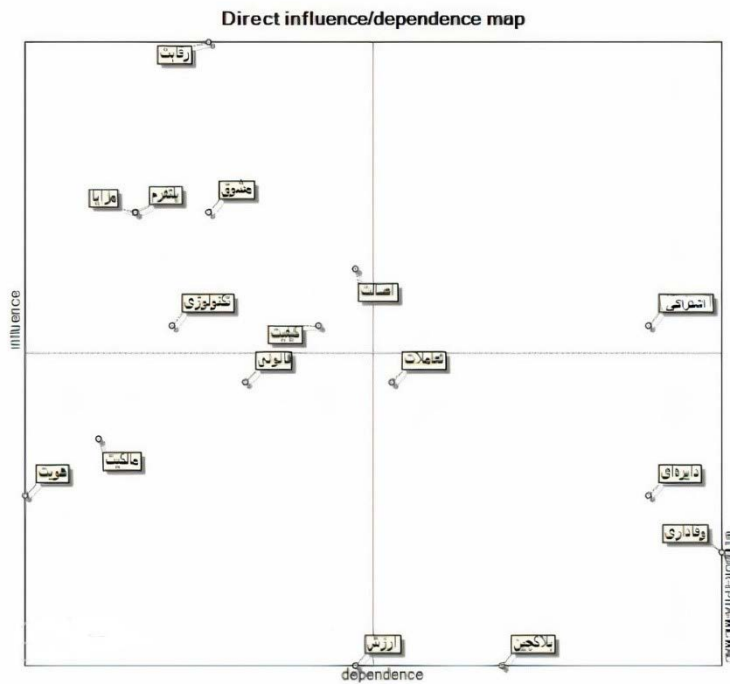
در این بخش، به منظور تشخیص و تحلیل قدرت نفوذ و وابستگی بین عوامل (۱۶ مقوله) الگوی تدوین شده در زمینه عوامل مؤثر در پذیرش خدمات اقامتی همتابه همتا در حوزه فناوری بلاکچین در گردشگری از تجزیه و تحلیل میک‌مک<sup>۱</sup> استفاده شد. متغیرها در نرم‌افزار میک‌مک در ۵ گروه طبقه‌بندی می‌شوند: ۱. متغیرهای تأثیرگذار: این متغیرها بیشتر تأثیرگذار و کمتر تأثیرپذیرند. بنابراین، تجزیه و تحلیل بیشتر به این متغیرها بستگی دارد و در قسمت شمال‌غربی نمودار نمایش داده می‌شوند؛ ۲. متغیرهای دوجوهی: این متغیرها هم‌زمان بسیار تأثیرپذیر و بسیار تأثیرگذار عمل می‌کنند و در قسمت شمال‌شرقی نمودار قرار می‌گیرند؛ ۳. متغیرهای تأثیرپذیر یا وابسته: در قسمت جنوب‌شرقی نمودارند و از تأثیرگذاری کم و تأثیرپذیری زیادی برخوردارند؛ ۴. متغیرهای مستقل: این متغیرها در سایر متغیرها



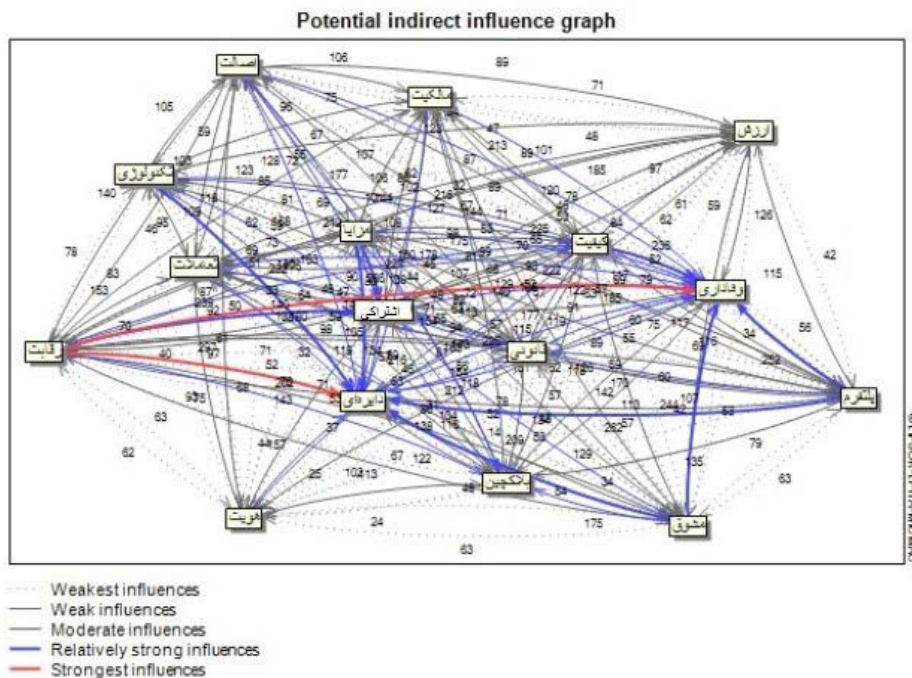
شکل ۳: موقعیت متغیرها در نمودار

جدول ۵: نقاط به دست آمده مربوط به عوامل

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵	۱۶	ناحیه در نمودار
عوامل تکنولوژیکی (۱)	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۳	۰	۲	۰	۱	۱	۱	۱	۱	تأثیرگذار
پلتفرم دیجیتال (۲)	۲	۰	۱	۰	۲	۰	۱	۰	۰	۱	۰	۲	۰	۳	۲	۱	تأثیرگذار
عوامل قانونی (۳)	۱	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۲	۰	۳	۰	۲	۰	۱	۰	۱	مستقل
اقتصاد اشتراکی (۴)	۰	۰	۱	۰	۲	۰	۱	۰	۱	۰	۲	۰	۳	۰	۲	۱	دووجهی
اقتصاد دایره‌ای (۵)	۰	۱	۰	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۳	۲	۱	وابسته
کیفیت درک شده از خدمات همتابه همتا (۶)	۱	۰	۱	۰	۲	۰	۳	۰	۰	۱	۰	۱	۰	۲	۲	۰	تأثیرگذار
مزایای اقتصادی درک شده (۷)	۲	۰	۱	۰	۳	۰	۲	۰	۱	۰	۳	۰	۲	۰	۰	۰	تأثیرگذار
اصالت درک شده مقصد (۸)	۰	۱	۱	۱	۱	۲	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۲	۳	۱	۱	تأثیرگذار
هویت درک شده مقصد (۹)	۰	۰	۱	۱	۰	۱	۰	۲	۰	۱	۰	۰	۲	۱	۰	۰	مستقل
نوع بلاک چین (۱۰)	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۲	۲	۱	وابسته
مالکیت سیستم (۱۱)	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۰	۰	۳	۳	۰	مستقل
مشوق های اجتماعی (۱۲)	۱	۰	۰	۳	۳	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۰	۳	۰	۳	۱	تأثیرگذار
افزایش تعاملات اجتماعی (۱۳)	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۲	۳	۱	۰	۰	۰	۰	۱	۰	وابسته
خلق ارزش مشترک (۱۴)	۰	۰	۱	۱	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۰	۲	۲	۱	مستقل
وفاداری (۱۵)	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۱	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۳	۱	۰	وابسته
مزیت رقابتی (۱۶)	۱	۱	۰	۳	۳	۱	۰	۱	۰	۱	۰	۱	۳	۳	۳	۰	تأثیرگذار



شکل ۴: نقشه پراکنندگی متغیرهای مستقل، تأثیرگذار، دووجهی و متغیرهای تأثیرپذیر



شکل ۵: نمودار پراکنده‌گی متغیرهای مستقل، تأثیرگذار، دوجویی و متغیرهای تأثیرپذیر

جدول ۶: موقعیت عوامل در مختصات میک‌مک و یافته‌های پژوهش

تأثیرات متقابل مستقیم	نواحی مختصات
اقتصاد اشتراکی	ناحیه ۱ (سمت راست و بالا) اثرگذاری زیاد، اثرپذیری زیاد
عوامل تکنولوژیکی، پلتفرم دیجیتال، کیفیت درک‌شده از خدمات هم‌تابه‌همتا، مزایای اقتصادی درک‌شده، اصالت درک‌شده مقصد، مشوق‌های اجتماعی، مزیت رقابتی	ناحیه ۲ (سمت چپ و بالا) اثرگذاری زیاد، اثرپذیری کم
خلق ارزش مشترک، مالکیت سیستم، هویت درک‌شده مقصد، عوامل قانونی	ناحیه ۳ (سمت چپ و پایین) اثرگذاری کم، اثرپذیری کم
اقتصاد دایره‌ای، نوع بلاک‌چین، افزایش تعاملات اجتماعی، وفاداری	ناحیه ۴ (سمت راست و پایین) اثرگذاری کم، اثرپذیری زیاد

## بحث و نتیجه‌گیری

هوشمند و شفاف توسعه یافته است و با دموکراتیزه کردن الگوی کسب‌وکار مبتنی بر پلتفرم متمرکز موجود نظام اشتراک‌گذاری در گردشگری و مهمان‌نوازی را متحول می‌کند. بنابراین، درک دیدگاه‌های کاربران به منظور بهره‌مندی از مزایای اجرای چنین نظامی حیاتی است. اینترنت و به خصوص وب بسیاری از راه‌های جدید اشتراک‌گذاری و تسهیل روش‌های قدیمی اشتراک‌گذاری را در مقیاس بزرگ‌تر به ارمغان آورده است. بنابراین، امروزه مصرف مشارکتی این‌گونه تعریف می‌شود: فعالیت هم‌تابه‌همتا

در چند سال اخیر، ظهور پدیده‌ای را به نام اقتصاد اشتراکی (مصرف مشارکتی) در چهارچوب نوعی از سبک زندگی شاهد بوده‌ایم که در آن اشتراک‌گذاری کالاها مهم‌تر از مالکیت آن‌هاست (استفاده به جای مالکیت). با استفاده از این رویکرد مصرف‌کنندگان برای استفاده از کالاها و خدمات کمتر هزینه می‌کنند و هم‌زمان از هدررفتن منابع نیز جلوگیری می‌کنند. مصرف مشارکتی با توسعه پلتفرم‌های اینترنتی که روابط هم‌تابه‌همتا را تسهیل می‌کند هدایت شده است. فناوری بلاک‌چین که به منظور ارائه مبادلات ایمن،

بلاک چین در صنعت گردشگری ارائه نشده است. از این رو، در این پژوهش تلاش شد تا با رویکرد ترکیبی، آمیخته‌ای از روش‌های کمی - کیفی انجام شود. بدین ترتیب که در بخش کیفی از طریق مصاحبه با خبرگان گردشگری، مقوله‌های اصلی تعیین‌کننده با استفاده از روش تحلیل نظریه داده‌بنیاد<sup>۱</sup> و نرم‌افزار مکس کیودا شناسایی شدند و الگویی ارائه شد. همچنین، در بخش کمی پرسش‌نامه‌ای طبق مقوله‌های تعیین‌شده در بخش کیفی طراحی و بین متخصصان و خبرگان حوزه گردشگری توزیع شد. در نهایت، با نرم‌افزارهای اسمارت پی ال اس و میک مک داده‌های به دست آمده از پرسش‌نامه تجزیه و تحلیل شد. با تحلیل داده‌ها ۱۶ مقوله اصلی و ۱۱۹ مفهوم استخراج و با تعیین عواملی الگوی پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک چین در صنعت گردشگری ارائه شد. این عوامل عبارت‌اند از: شرایط علی (عوامل تکنولوژی، پلتفرم دیجیتال، عوامل قانونی، اقتصاد اقامتی و اقتصاد دایره‌ای)، شرایط زمینه‌ای (کیفیت درک‌شده از خدمات اقامتی همتابه‌همتا، مزایای اقتصادی درک‌شده از خدمات اقامتی همتابه‌همتا، اصالت درک‌شده مقصد، هویت درک‌شده مقصد)، شرایط مداخله‌گر (نوع بلاک چین، مالکیت سیستم)، مقوله محوری (پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک چین)، راهبردها (مشوق‌های اجتماعی، افزایش تعاملات اجتماعی، خلق ارزش مشترک) و پیامدها (وفاداری و مزیت رقابتی). همچنین، طبق نتایج به دست آمده چهار دسته از عوامل تعیین‌کننده شناسایی شدند: دووجهی، مستقل، وابسته و تأثیرگذار. با توجه به نتایج به دست آمده از شکل ۵ و جدول ۵ عوامل تأثیرگذار شناسایی شدند و مشخص شد مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار در بین عوامل شناسایی شده با تأثیرگذاری زیاد و تأثیرپذیری بسیار کم عبارت‌اند از: عوامل تکنولوژیکی، پلتفرم دیجیتال، کیفیت درک‌شده از خدمات همتابه‌همتا، مزایای اقتصادی درک‌شده، اصالت درک‌شده مقصد، مشوق‌های اجتماعی، مزیت رقابتی. از این رو، بر پایه نتایج عوامل تکنولوژیکی، پلتفرم دیجیتال، کیفیت درک‌شده از خدمات همتابه‌همتا، مزایای اقتصادی درک‌شده، اصالت درک‌شده مقصد، مشوق‌های اجتماعی، مزیت رقابتی مهم‌ترین اثر را در صنعت گردشگری می‌گذارند که با نتایج مارک و همکاران (2023)، آنتونیا (2022)، مورات و گمزه (2023) و استورات و همکاران (2011) منطبق است. کسب‌وکارهای گردشگری با پذیرش و استفاده از فناوری از قابلیت‌های گسترده پلتفرم‌های دیجیتال بهره می‌برند و این امکان برای آن‌ها فراهم می‌شود تا مخاطبان گسترده‌تری داشته باشند و تجربه‌های شخصی‌سازی شده را ارائه دهند. علاوه بر این، کیفیت درک‌شده خدمات همتابه‌همتا اثر مهمی در تأثیرگذاری در انتخاب‌ها و سطح رضایت گردشگران

به منظور به دست آوردن یا به اشتراک گذاشتن دسترسی به کالاها و خدمات که از طریق خدمات برخط مبتنی بر جامعه هماهنگ می‌شود. یکی از زمینه‌هایی که در آن مصرف مشارکتی بیشتر نمود یافته است، گردشگری در بخش مسافرت (اشتراک‌گذاری خودرو) و محل اقامت (مبادله خانه و اجاره اتاق یا آپارتمان) در شناخته‌شده‌ترین بسترهاست. شیوه‌های اشتراک‌گذاری و اجاره‌ای همتابه‌همتا، الگوهای جدید کسب‌وکار و اقامتگاه‌های همتابه‌همتای گردشگری‌اند که با معرفی شرکت ایربی‌ان‌بی در سال ۲۰۰۸ وارد بازار شدند. در صنعت گردشگری خدمات اقامتی همتابه‌همتا به منزله الگوهای کسب‌وکار نوآورانه‌ای معرفی می‌شوند که راه‌حل‌های جایگزینی را به مسافرانی ارائه می‌دهند که می‌خواهند تجربه‌های منحصر به فردی در زمینه خدمات استاندارد هتل داشته باشند. از این رو، برای بیشتر افراد بدیع است. باین حال، رشد سریع الگوی کسب‌وکار (تعداد فهرست‌ها، تعداد مهمان‌های ارائه‌شده و درآمد ایجادشده) نشان‌دهنده مقدار پذیرش این نوع محل اقامت جایگزین در بین مسافران نسبتاً زیاد آن است. بنابراین، انتظار می‌رود که سطوح مختلفی از استفاده این نوع امکانات در میان کاربران اقامت‌گاه همتابه‌همتا از جمله آن‌هایی که تازه وارد این خدمات شده‌اند و آن‌هایی که کاربران باتجربه‌ترند شکل بگیرد. تفاوت در سطوح استفاده ممکن است تأثیر مستقیمی در تغییرات رفتاری مسافران بگذارد. بدین معنا که تأثیر اقامت همتابه‌همتا در رفتار مسافرانی که یک‌بار از آن استفاده کرده‌اند با کسانی که چندین بار از آن استفاده کرده‌اند متفاوت باشد. با سطح بالاتر استفاده از اقامتگاه همتابه‌همتا، مسافران ممکن است صرفه‌جویی بیشتر در هزینه‌ها یا تجربه‌های افزایش یافته و ارتباطات اجتماعی گسترده‌تر را تشخیص دهند، که به نوبه خود در رفتار سفر آن‌ها تأثیر بیشتری خواهد گذاشت. در این زمینه، بلاک چین ظهور کرده است که روش‌های تغییر شکل خدمات موجود را ارائه می‌دهد، به گونه‌ای که تبادل ارزش و عملیات اپلیکیشن را به شیوه‌ای غیرمتمرکز تسهیل کرده است و امکان ردیابی تسویه معاملات فوری و شفافیت را در عملیات مهمان‌نوازی فراهم می‌کند. علاوه بر این، بلاک چین اعتماد را جلب و استقلال کار را فعال و استفاده از شبکه‌هایی با ارتباطات زیاد را تسهیل می‌کند. بنابراین، ادغام بلاک چین در سیستم اقامتی همتابه‌همتا، مهمانان و میزبانان را قادر می‌سازد تا با استفاده از پلتفرمی امن، ارزان و متصل در سطح جهانی در معاملات برخط مستقیم شرکت کنند.

شناسایی عوامل مؤثر در پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر بلاک چین در صنعت گردشگری به شرکت‌های گردشگری در زمینه موفقیت رقابت در عرصه بازارها کمک می‌کند. مطالعاتی در زمینه گردشگری انجام شده است، اما در آن‌ها الگوی پذیرش خدمات اقامتی همتابه‌همتا مبتنی بر



می‌گذارد، زیرا بر درک کلی آن‌ها از مقصد و تجربه کلی آن‌ها مستقیم تأثیر می‌گذارد. همچنین، مزایای اقتصادی درک‌شده مرتبط با یک مقصد خاص انگیزه‌ای قوی برای گردشگران است و آن‌ها را به انتخاب یک مقصد بر مقصد دیگر ترغیب کند. تجربه‌های منحصربه‌فرد و متمایز گردشگران به‌منزله مؤلفه‌های اصالت درک‌شده از مقصد در جذب گردشگران و تمایز آن از سایر مقاصد نیز اثری مهم دارند. علاوه‌براین، مشوق‌های اجتماعی مانند توانایی به‌اشتراک گذاشتن تجربه‌ها در رسانه‌های اجتماعی و به‌رسمیت شناختن اجتماعی تا حد زیادی در فرایند تصمیم‌گیری و رضایت کلی گردشگران تأثیر می‌گذارد. درنهایت، مزیت رقابتی به مزیت‌های منحصربه‌فرد و پایداری که تجارت گردشگری به رقبای خود دارد اشاره می‌کند که در تضمین موفقیت و سودآوری بلندمدت بسیار مهم است. شناسایی و سرمایه‌گذاری بر روی این عوامل سبب توسعه کسب‌وکارها در صنعت گردشگری می‌شود و نیازها و اولویت‌های گردشگران را برآورده می‌کنند.

باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده از شکل ۵ و جدول ۵ عوامل دوجوهی شناسایی شدند که نشان‌دهنده عواملی اند که اثرگذاری بسیار زیادی دارند، ولی تأثیرپذیری چندانی از متغیرهای درون سیستم ندارد و مانند عامل اقتصاد اشتراکی است. بر پایه نتایج تجربی حاصل از تحلیل ساختاری مشخص شد عامل اقتصاد اشتراکی عملکرد تعیین‌کننده‌ای در گردشگری دارد که با نتایج حماری و همکاران (2016)، کوهزادی و همکاران (2022)، ندیم و همکاران (2020)، رانگ و همکاران (2021) و وانگ و همکاران (2017) منطبق است. اقتصاد اشتراکی که به مصرف مشترک کالاها و خدمات در پلتفرم‌های برخط اشاره می‌کند، جایگاهی محوری و تأثیرگذار در پیشرفت و توسعه بخش گردشگری دارد. همچنین، باتوجه به نتایج به‌دست‌آمده از شکل ۵ و جدول ۵ عوامل تأثیرپذیر شناسایی شدند و مشخص شد که عواملی با اثرگذاری کم و اثرپذیری زیادند، مانند عامل اقتصاد دایره‌ای، نوع بلاک‌چین، افزایش تعاملات اجتماعی و وفاداری. نتایج تجربی حاصل از تحلیل ساختاری نشان می‌دهد که عوامل اقتصاد دایره‌ای، نوع بلاک‌چین، افزایش تعاملات اجتماعی و وفاداری اثر تعیین‌کننده‌ای در گردشگری دارند و با نتایج نورفا (2021)، لیانگ و همکاران (2018)، رازلی و ظهیری (2021)، حماری و همکاران (2016)، زورپس و همکاران (2021)، پریدیوکس و همکاران (2020)، اینارسون و سورین (2020) و شینگ و همکاران (2018) منطبق است. عواملی مانند بهره‌وری منابع و کاهش ضایعات به‌منزله مؤلفه‌های اقتصاد دایره‌ای در حوزه گردشگری پایدار بسیار مهم‌اند. علاوه‌براین، نوع فناوری بلاک‌چین (بلاک‌چین عمومی، خصوصی یا کنسرسیومی) که در صنعت گردشگری استفاده می‌شود پیامدهای مهمی برای افزایش شفافیت، امنیت و اعتماد در این بخش دارد. همچنین،

گسترش پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی و افزایش متعاقب آن در تعاملات اجتماعی به اجزای جدایی‌ناپذیر تجربه گردشگری تبدیل شده‌اند، زیرا برای مسافران این امکان را فراهم می‌کند تا با مردم محلی ارتباط برقرار کنند، تجربه‌های خود را به اشتراک بگذارند و بینش‌های ارزشمندی از گردشگران دیگر به دست آورند. درنهایت، برنامه‌های وفاداری مانند عنصری محوری در بخش گردشگری مطرح است، زیرا انگیزه‌ای برای بازدیدهای مکرر گردشگران می‌شود و در شکل‌گیری روابط بلندمدت بین گردشگران و ارائه‌دهندگان خدمات مؤثر است و پایداری و رقابت صنعت گردشگری را تقویت می‌کنند. همچنین، براساس نتایج شکل ۵ و جدول ۵، عوامل مستقل شناسایی شدند. این عوامل اثرگذاری و اثرپذیری کمی دارند، مانند خلق ارزش مشترک، مالکیت سیستم، هویت درک‌شده مقصد، عوامل قانونی. از این رو، براساس نتایج تجربی حاصل از تحلیل ساختاری مشخص شد عوامل خلق ارزش مشترک، مالکیت سیستم، هویت درک‌شده مقصد و عوامل قانونی اثر تعیین‌کننده‌ای در گردشگری دارند و با نتایج آندری و همکاران (2022)، اس و همکاران (2023)، مانوئل و همکاران (2019)، یمیتریوس (2013)، ژیانینگ و همکاران (2022)، شین‌تینگ و بینگ‌چن (2023) و یوچائو و یوژائو (2022) منطبق است. خلق ارزشی مشترک بین ذی‌نفعان و عوامل درگیر در صنعت گردشگری (گردشگران، جوامع محلی و مشاغل) بسیار مهم است، زیرا حس همکاری را تقویت می‌کند و به شکل‌گیری سیستم گردشگری پایدارتر و موفق‌تری منجر می‌شود. مفهوم مالکیت که در آن همه طرف‌های درگیر در خصوص رفاه سیستم گردشگری احساس مسئولیت می‌کنند، این ارزش مشترک را بیشتر تقویت و طول عمر آن را تضمین می‌کند. علاوه‌براین، هویت درک‌شده هر مقصد گردشگری که فرهنگ، میراث و ویژگی‌های منحصربه‌فرد آن مقصد را در بر می‌گیرد در جذب بازدیدکنندگان و تمایز آن از سایر مقاصد اثر مهمی می‌گذارد. درنهایت، عوامل قانونی مانند مقررات، سیاست‌ها و چهارچوب‌های حاکمیتی ساختار و چهارچوب لازم را برای صنعت گردشگری فراهم می‌کند تا کارآمد، اخلاقی و مسئولانه عمل کند.

بنا بر آنچه طرح شد، به مدیران صنعت گردشگری پیشنهاد می‌شود که ذهنیت خود را درباره فناوری بلاک‌چین در گردشگری تغییر دهند و با دید تحولی به آن نگاه کنند. بدین‌منظور باید راهبرد خود را در این زمینه تعیین و نقشه راهی برای تحول دیجیتال در گردشگری و خدمات اقامتی تدوین کنند و تمام برنامه‌های دیجیتال خود را یکپارچه و طبق نقشه تدوینی اجرا کنند. باید در کسب فناوری‌های نوین، پلتفرم دیجیتال، عوامل قانونی، اقتصاد اقامتی و اقتصاد دایره‌ای تلاش کنند و سرمایه‌گذاری‌های یکپارچه‌ای انجام دهند تا هم این پدیده کامل در سازمان ایشان شکل بگیرد

جمع‌آوری اطلاعات با دشواری‌های زیادی روبه‌رو شد. در آخر، واقع‌شدن شرکت‌های پاسخ‌دهنده در ایران است. از آنجایی که هر موقعیت مکانی دسترسی به بازار جغرافیایی خاص را برای نیروی کار، انرژی و... فراهم می‌کند و نوع صنعت نیز عاملی تأثیرگذار در هر سازمان است، این محدودیت اثرگذار است. بنابراین، توصیه می‌شود پژوهشگران در تحقیقات بعدی با در نظر گرفتن متغیرهای ذکر شده به پژوهش‌های جامع‌تری انجام دهند.

### منابع

- Afzali, P., Rashidinejad, M., Abdollahi, A., Salehizadeh, M. R., Farahmand, H. (2023). "An Energy Democracy Model for Energy Communities Based on the Prosumers' Preferences and Peer-to-Peer Energy Trading". *Energy Engineering and Management*, 13(2), pp. 2-17. {In Persian}
- Afzali, P., Rashidinejad, M., Abdollahi, A., Salehizadeh, M. R., and Farahmand, H. (2023). "An Energy Democracy Model for Energy Communities Based on the Prosumers' Preferences and Peer-to-Peer Energy Trading". *Energy Engineering and Management*, 13(2), pp. 2-17. {In Persian}
- Akbar, Y. H., and Tracogna, A. (2018). "The Sharing Economy and the Future of the Hotel Industry: Transaction Cost Theory and Platform Economics". *International Journal of Hospitality Management*, 71, pp. 91-101.
- Antonina, Verhun. (2022). "Digital Tools for the Development of the Hospitality and Tourism Industry in the Context of a Digitized Economy". *Economic Affairs*. doi: 10.46852/0424-2513.4s.2022.20
- Bellotti, V., Ambard, A., Turner, D., Gossman, C., Demkova, K., and Carroll, J. M. (2015, April). "A Muddle of Models of Motivation for Using Peer-to-Peer Economy Systems". In *Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems*, pp. 1085-1094.
- Ben, Walmsley. (2023). "A Blockchain-Based Tourism Industry". *Advances in electronic government, digital divide, and regional development book series*. doi: 10.4018/978-1-6684-4153-4.ch002

و هم به راهبردهای اثرگذار در استفاده مصرف‌کنندگان از خدمات اقامتی همتابه‌همتا منجر شود و آن سازمان را منتفع کند. همچنین، براساس نتایج به‌دست‌آمده بینش‌های مرتبطی برای ارائه‌دهندگان پلتفرم اقامتی همتابه‌همتا و ارائه‌دهندگان خدمات پیشنهاد می‌شود. به‌طورکلی، شرکت‌های خدماتی همتابه‌همتا باید بر گزینه‌های هدف‌گیری مصرف‌کننده به‌منظور برقراری ارتباط و ارائه پیشنهاد‌های ویژه تأکید کنند. همچنین، لازم است ارائه‌دهندگان خدمات اقامتی همتابه‌همتا تلاش‌های خود را در زمینه اعتمادسازی بهبود دهند. برای نمونه، بازخورد بررسی‌ها، رتبه‌بندی‌های دقیق اقامتگاه‌های برتر، تقویت حریم خصوصی و امنیت تراکنش‌های دیجیتال ممکن است برای مصرف‌کنندگان در گروه‌های مختلف جذاب باشد. در همه‌گیری کووید ۱۹، پلتفرم‌ها و ارائه‌دهندگان خدمات همتابه‌همتا ممکن است به تأکید بر پروتکل‌های بهداشتی و نظافتی نیاز داشته باشند تا از ایمنی مهمان‌های احتمالی برای جلوگیری از ابتلا به ویروس مطمئن شوند. در همین حال، میزبانان باید انواع محل اقامت (کل خانه، آپارتمان و...) را ارائه دهند تا حریم خصوصی همه مهمانان حفظ شود. علاوه‌براین، علی‌رغم افزایش استفاده از خدمات اقامتی همتابه‌همتا در کشورهای درحال‌توسعه، ممکن است بخش زیادی از جمعیت آن‌ها هنوز از این پدیده بی‌اطلاع باشند. از این‌رو، شرکت‌های اقامتی همتابه‌همتا باید فعالیت‌های تبلیغاتی را به‌منظور گسترش پایگاه بازار و معرفی مزایای محصول خود، از جمله تأثیرات کمک‌کننده آن در جامعه افزایش دهند. مثلاً از سایت‌های شبکه‌های اجتماعی برای فعالیت‌های تبلیغاتی استفاده کنند. علاوه‌براین، این تحقیق بینش‌هایی را درباره‌ی انگیزه‌های مصرف‌کنندگان درخصوص خدمات اقامتی جایگزین مانند خدمات ارائه‌شده در پلتفرم‌های اقتصاد اشتراکی به سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد. در مقابل، موضوع سست دولت در قبال این مشاغل نشان‌دهنده ضرورت تدوین و تصویب قوانین مناسب به‌منظور اطمینان از مشروعیت فعالیت آن‌هاست. این ابتکار ممکن است اعتماد را در مشاغل نوظهور افزایش و ارتقا دهد.

درنهایت، باید متذکر شد که این تحقیق نیز مانند سایر پژوهش‌ها در فرایند اجرا با محدودیت‌ها و موانعی مواجه بود که به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: نخست، نبود تعریف دقیق، جامع و واحد از خدمات اقامتی همتابه‌همتا و بلاک‌چین در ایران، وجود تعریف‌های گوناگون و نبود آمار دقیق از سازمان‌های گردشگری ایران بود. دوم، پراکندگی بسیار زیاد شرکت‌های گردشگری و گستردگی آن‌ها بود که مطالعات میدانی را با مشکل مواجه می‌کرد. سوم، ناهمگن بودن شرکت‌های گردشگری از نظر حوزه و نوع فعالیت و دشواری یافتن خبرگان آشنا به مباحث به‌خصوص خبرانی که تجربه زیستی غنی یا تحصیلات دانشگاهی مرتبط داشته باشند. گفتنی است به علت این محدودیت محقق در

- Birinci, H., Berezina, K., and Cobanoglu, C. (2018). "Comparing Customer Perceptions of Hotel and Peer-to-Peer Accommodation Advantages and Disadvantages". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(2), pp. 1190-1210.
- Blomsma, F., Tennant, M. (2020). "Circular Economy: Preserving Materials or Products? Introducing the Resource States Framework". *Resources Conservation and Recycling* 156, 104698. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104698>
- Blomsma, F., Tennant, M. (2020). "Circular Economy: Preserving Materials or Products? Introducing the Resource States Framework". *Resources. Conservation and Recycling*, 156, 104698. <https://doi.org/10.1016/j.resconrec.2020.104698>
- Bonamigo, A., Lidízia Soares, C. A. (2022). "Impacts of Value Co-Creation in Rural Tourism Services: The Case of a Santa Catarina Farm Hotel". *Revista Turismo em Análise*. doi: 10.11606/issn.1984-4867.v33i2p279-292
- Bowen, R., Dowell, D., and Morris, W. (2024). "Hospitality SMEs and the Circular Economy: Strategies and Practice Post-COVID". *British Food Journal*, 126(1), pp. 80-97. <https://doi.org/10.1108/BFJ-10-2022-0932>
- Bronwen, Morgan. (2018). "The Sharing Economy". *Annual Review of Law and Social Science*. doi: 10.1146/ANNUREV-LAWSOCSCI-101317-031201
- Chien-Ting, Chiang., YingChen, Chen. (2023). "The Effect of Destination Brand Identity on Tourism Experience: The Case of the Pier-2 Art Center in Taiwan". *Sustainability*. doi: 10.3390/su15043254
- Chong, A. Y. L., Khong, K. W., Ma, T., McCabe, S., and Wang, Y. (2018). "Analyzing Key Influences of Tourists' Acceptance of Online Reviews in Travel Decisions". *Internet Research*, 28(3), pp. 564-586.
- Claes, F., and Larcker David F. (1981). "Evaluating Structural Equation Models With Unobservable Variables and Measurement Error". *Journal of Marketing Research*, 18, pp. 39-50.
- Curtis, Steven. (2021). "Business Model Patterns in the Sharing Economy". *Sustainable Production and Consumption*. 27. 10.1016/j.spc.2021.04.009.
- Daglis, T. (2022). *Sharing Economy* (Advances in Finance, Accounting, and Economics book series). doi: 10.4018/978-1-7998-8258-9.ch004
- Davlembayeva, D., Papagiannidis, S., and Alamanos, E. (2020). "Mapping the Economics, Social and Technological Attributes of the Sharing Economy". *Information Technology and People*, pp. 33(3), pp. 841-872.
- Dimitrios, S. (2023). "The Role of Place Image and Social Identity on Support for Tourism and Life Satisfaction: The Case of Seville". *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*. doi: 10.1080/15256480.2023.2202198
- Dolnicar, S. (2019). "A Review of Research into Paid Online Peer-to-Peer Accommodation". *Annals of Tourism Research*, 75, pp. 248-264.
- Dudin, M., Shakhov, O., Shakhova, M., and Kuznetsova, E. (2019). "The Sharing Economy Is A New Format of Social Interactions in the 21st Century". *Revista Inclusiones*, pp. 19-26.
- Einarsson S. and Sorin, F. (2020). "Circular Economy in Travel and tourism: A Conceptual Framework for a Sustainable, Resilient and Future Proof Industry Transition". CE360 Alliance.
- Esakandari sani M, Sofalgar S. (2023). "Platforms for the Application of Blockchain Technology in Order to Achieve the Sustainable Development of Urban Tourism in Iran". *JFCV*; 4 (3) : 5. [In Persian].
- European Commission (2008). *Directive 2008/98/EC of the European Parliament and of the Council of 19 November 2008 on Waste and Repealing Certain Directives*. Available in: <https://eurlex.europa.eu/legalcontent/EN/TXT/HTML/?uri=CELEX:32008L0098&from=EN> [Accessed 24/10/2222]
- European Commission (2020). *A European Green Deal*. Available in: [https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal\\_en](https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal_en) [accessed 6.30.20]
- Filimonau, V. (2020). "The (de) Motivation

- Factors in Choosing Airbnb amongst Vietnamese Consumers”. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 42, pp.130-140.
- Frenken, K., and Schor, J. (2017). “Putting the Sharing Economy into Perspective”. *Environmental innovation and societal transitions*, 23, pp. 3-10.
- Gadekallu, T., Huynh-The, T., Wang, W., Yenduri, G., Ranaweera, P., Pham, V., and Costa, D.B. and Liyanage, M. (2022). “Blockchain for the Metaverse: A Review”. *Future Generation Computer Systems*. 143, pp. 401-419.
- Gamidullaeva, L., Karelin, I., and Zinchenko, S. (2023). “Perspective Chapter: Prospects of Using Blockchain Technology in the Tourism Industry”. In *Blockchain Applications-Transforming Industries, Enhancing Security, and Addressing Ethical Considerations*. IntechOpen. doi: 10.5772/intechopen.108526
- Guangwu Chen, Mingming Cheng, Deborah Edwards and Lixiao Xu. (2022). “COVID-19 Pandemic Exposes the Vulnerability of the Sharing Economy: A Novel Accounting Framework”. *Journal of Sustainable Tourism*, 30:5, pp. 1141-1158.
- Guo, Huaqun and Yu, Xingjie. (2022). “A Survey on Blockchain Technology and its Security”. *Blockchain: Research and Applications*, 3(2), 100067.
- Guttentag, D., Smith, S., Potwarka, L., and Havitz, M. (2018). “Why Tourists Choose Airbnb: A Motivation-Based Segmentation Study”. *Journal of Travel Research*, 57(3), pp. 342-359.
- Hamari, J., Sjöklint, M., and Ukkonen, A. (2016). “The Sharing Economy: Why People Participate in Collaborative Consumption”. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), pp. 2047-2059.
- Henderson, A., Cao, M., and Liu, Q. (2022). “Access-Based Consumption, Behaviour Change and Future Mobility: Insights from Visions of Car Sharing in Greater London”. *Future Transportation*, 2(1), pp. 216-236.
- Hofstetter, Joerg S. and De Marchi, Valentina and Sarkis, Joseph and Govindan, Kannan and Klassen, Robert and Ometto, Aldo and Spraul, Katharina and Bocken, Nancy and Ashton, Weslyne and Sharma, Sanjay and Jaeger-Erben, Melanie and Jensen, Charlotte and Dewick, Paul and Schröder, Patrick and Sinkovics, Noemi and Ibrahim, Sherwat and Fiske, Luke and Goerzen, Anthony and Vazquez-Brust, Diego. (2021). “From Sustainable Global Value Chains to Circular Economy—Different Silos, Different Perspectives, but Many Opportunities to Build Bridges”. *Circular Economy and Sustainability*. 1(1), pp. 21-47.
- Hossain, M. (2020). “Sharing Economy: A comprehensive Literature Review”. *International Journal of Hospitality Management*, 87, p. 102470.
- IPBES (2019). The Global Assessment Report on Biodiversity and Ecosystem Services: Summary for Policy Makers. Intergovernmental Science-Policy Platform on Biodiversity and Ecosystem Services, Bonn. Available in: [https://ipbes.net/sites/default/files/2020-02/ipbes\\_global\\_assessment\\_report\\_summary\\_for\\_policymakers\\_en.pdf](https://ipbes.net/sites/default/files/2020-02/ipbes_global_assessment_report_summary_for_policymakers_en.pdf) [Accessed 28 April 2020]
- Jabbarpour, M. R., and Saghiri, A. (2024). “Design and Implementation of a Local Blockchain-Based Peer-to-Peer Energy Exchange Platform”. *Journal of Intelligent Procedures in Electrical Technology*, 14(56), pp. 169-194. {In Persian}
- Jadidoleslami, S., Azizi, M. (2022). “Identify the Capacity and Contexts of Blockchain Technology Development in Project Management and Construction”. *Science and Technology Policy Letters*, 12(2), pp. 107-136. {In Persian}
- Jang, S., Kim, J., Kim, J., and Kim, S. S. (2021). “Spatial and Experimental Analysis of Peer-to-Peer Accommodation Consumption During COVID-19”. *Journal of Destination Marketing and Management*, 20, p. 100563.
- Jawahir, I. and Bradley, Ryan. (2016). “Technological Elements of Circular Economy and the Principles of 6R-Based Closed-loop Material Flow in Sustainable Manufacturing”. *Procedia CIRP*. 40, pp. 103-108.
- Juan, F., Prados-Castillo., José, Manuel, Guaita,

- Martínez., Agnieszka, Zielińska. (2023). "A Review of Blockchain Technology Adoption in the Tourism Industry from a Sustainability Perspective". *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*. doi: 10.3390/jtaer18020042
- Kirchherr, J., Reike, D., and Hekkert, M. (2017). "Conceptualizing the Circular Economy: An Analysis of 114 Definitions". *Resources, conservation and recycling*, 127, pp. 221-232.
- Kuhzady, S., Seyfi, S., and Béal, L. (2022). "Peer-to-Peer (P2P) Accommodation in the Sharing Economy: A Review". *Current Issues in Tourism*, 25(19), pp. 3115-3130.
- Kwok, A. O., and Koh, S. G. (2019). "Is Blockchain Technology a Watershed for Tourism Development?". *Current Issues in Tourism*, 22(20), pp. 2447-2452.
- Lee, Y. J. A., Jang, S., and Kim, J. (2020). "Tourism Clusters and Peer-to-Peer Accommodation". *Annals of Tourism Research*, 83, p. 102960.
- Leng, J., Zhou, M., Zhao, J., Huang, Y., and Bian, Y. (2020). "Blockchain Security: A Survey of Techniques and Research Directions". *IEEE Transactions on Services Computing*. 15(4), pp. 2490-2510.
- Li, J., Hudson, S., and So, K. K. F. (2021). "Hedonic Consumption Pathway vs. Acquisition-Transaction Utility Pathway: An empirical Comparison of Airbnb and Hotels". *International Journal of Hospitality Management*, 94, p. 102844.
- Li, J., Liang, W., Xu, W., Xu, Z., Jia, X., Zhou, W. and Zhao, J. (2022). "Maximizing User Service Satisfaction for Delay-Sensitive IoT Applications in Edge Computing". *IEEE Transactions on Parallel and Distributed Systems*. 33(5), pp. 1199-1212.
- Liang, L. J., Choi, H. C., and Joppe, M. (2018). "Understanding Repurchase Intention of Airbnb Consumers: Perceived Authenticity, Electronic Word-of-Mouth, and Price Sensitivity". *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 35(1), pp. 73-89.
- Luo, L., and Zhou, J. (2021). "BlockTour: A Blockchain-Based Smart Tourism Platform". *Computer Communications*, 175, pp. 186-192.
- Makizadeh, V., Sharaei, F. (2022). "Investigate the Drivers of Re-Use Intent in P2P Joint Ventures (Case Study: Tapsi)". *Consumer Behavior Studies Journal*, 9(2), pp. 1-19. {In Persian}
- Manuel, A., Fernández-Gámez., A., Manuel, Gutiérrez-Ruiz., Rafael, Becerra-Vicario., Daniel, Ruiz-Palomo. (2019). "The Effects of Creating Shared Value on the Hotel Performance". *Sustainability*, 11(6), p. 1784.
- Mark, C., Ratilla., Sandeep, Kumar, Dey., Miloslava, Chovancová. (2023). "Attitude Towards Peer-to-Peer Accommodation". *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 71(2), 301-315. doi: 10.37741/t.71.2.5
- Meshulam, Tamar and Goldberg, Sarah and Ivanova, Diana and Makov, Tamar. (2023). "The Sharing Economy is not Always Greener: A Review and Consolidation of Empirical Evidence". *Environmental Research Letters*. 19. doi:10.1088/1748-9326/ad0f00.
- Miralles Marugán, P., and Villar Lama, A. (2016). "La Irrupción De La Economía Colaborativa en el Sector Turístico: Análisis del Conflicto en el Sector del Alojamiento". *El Turismo y la Experiencia del Cliente: IX Jornadas de Investigación en Turismo*, pp. 437-462.
- Moral-Cuadra, S., Solano-Sanchez, M. A., López-Guzmán, T., and Menor-Campos, A. (2021). "Peer-to-Peer Tourism: Tourists' Profile Estimation through Artificial Neural Networks". *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(4), pp. 1120-1135.
- Murat, Duymaz., Gamze, Temizel. (2023). "Social Tourism in the World and Turkey". *International journal on engineering, science and technology*, doi: 10.46328/ijonest.145
- Nadeem, W., Juntunen, M., Shirazi, F., and Hajli, N. (2020). "Consumers' Value Co-Creation in Sharing Economy: The Role of Social Support, Consumers' Ethical Perceptions and Relationship Quality". *Technological Forecasting and Social Change*, 151, p. 119786.
- Niezgoda, A., and Kowalska, K. (2020). "Sharing

- Economy and Lifestyle Changes, as Exemplified by the Tourism Market". *Sustainability*, 12(13), p. 5351.
- Önder, I., and Gunter, U. (2022). "Blockchain: Is It the Future for the Tourism and Hospitality Industry?". *Tourism Economics*, 28(2), pp. 291-299.
- Paniagua-Rojano, F.J., Huertas-Roig, A. H. (2018). "Credibilidad en los Medios Sociales de los Destinos Turísticos". *Rev. Asoc. Española Investig. Comun*, 5, pp. 120-130.
- Papagiannidis, S., and Davlembayeva, D. (2022). "Bringing Smart Home Technology to Peer-to-Peer Accommodation: Exploring the Drivers of Intention to Stay in Smart Accommodation". *Information systems frontiers*, 24(4), pp. 1189-1208.
- Perello-Marin, MR.; De Miguel Molina, M.; Carrascosa López, C.; Mas Gil, MÁ. (2023). "Lost in the Forest of Circular Economy Certificates in Tourism Sector". En 4th International Conference Business Meets Technology 2022. Editorial Universitat Politècnica de València, pp. 106-113.
- Petruzzi, M. A., and Marques, C. (2022). "Peer-to-Peer Accommodation in the Time of COVID-19: A Segmentation Approach from the Perspective of Tourist safety". *Journal of Vacation Marketing*, 13567667221118638.
- Prideaux, B., Thompson, M. and Pabel, A. (2020) "Lessons from COVID-19 Can Prepare Global Tourism for the Economic Transformation Needed to Combat Climate Change". *Tourism Geographies*, 22(3), pp. 667-678.
- Prieto-Sandoval, V., Jaca, C. and Ormazabal, M. (2018). "Towards a Consensus on the Circular Economy". *Journal of Cleaner Production*, 179, pp. 605-615.
- Rasoulzadeh Aghdam, S., Mirmohammadtabar, S. A., Adlipour, S., and Zeynivand, Y. (2016). "Opportunities and Limitations of Tourism Industry in Iran". *Sociological studies*, 9(30), pp. 63-80. {In Persian}
- Ratilla, M., Dey, S. K., and Chovancova, M. (2023). "Attitude Towards Peer-to-Peer Accommodation: Evidence from Tourists in the Philippines". *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 71(2), pp. 301-315.
- Ray, Partha and Dash, Dinesh and Salah, Khaled and Kumar, Neeraj. (2020). "Blockchain for IoT-Based Healthcare: Background, Consensus, Platforms, and Use Cases". *IEEE Systems Journal*, PP. 1-10.
- Razli, I. A., Zyanti, A., Salamiah, J., Zahari, M., and Salehuddin, M. (2018). "Guests Motives for Participation in Peer to Peer Accommodation: Evidence from Malaysia". *Journal of Fundamental and Applied Science*, 10(6S), pp. 1192-1205
- Rejeb, A., Keogh, J. G., and Treiblmaier, H. (2019). "The Impact of Blockchain on Medical Tourism". In *Workshop on E-Business*, pp. 29-40.
- Richards, G. (2016). "El Turismo y la Ciudad: Hacia Nuevos Modelos? Tourism and the City: towards New Models?". *Revista Cidob d'afers internacionals*, pp. 71-87.
- Rong, Ke and Li, Boyi and Peng, Wan and Zhou, Di and Shi, Xinwei. (2021). "Sharing Economy Platforms: Creating Shared Value at a Business Ecosystem Level". *Technological Forecasting and Social Change*. 169. 120804. 10.1016/j.techfore.2021.120804.
- Roshani A, Budaghi H, Jafari Navimi Por N, Ale Emran R, Gharehbiglo H. (2022). "Investigation and Presentation of Blockchain Deployment Model in International Contracts of Oil and Gas Industry (Case Study of East Azerbaijan Gas Company)". *Strategic studies in the oil and energy industry*, 13(52), 4-4. {In Persian}
- S., Yu., Baiyuan, Wang., Tianci, Xie. (2023). "Research on the Co-Creation Mechanism and Realization Path of Social Capital Participating in Rural Tourism Farmers' Value from The Perspective of Common Prosperity". *Frontiers in business, economics and management*. doi: 10.54097/fbem.v8i1.6216
- Seldjan, Timur., A., Tarik, Timur. (2016). "Employee Ownership and Sustainable Development in Tourism: A Case in North Cyprus". *Sustainable Development*. doi: 10.1002/SD.1610

- Sequeiros, H., Oliveira, T., and Thomas, M. A. (2021). "The Impact of IoT Smart Home Services on Psychological well-Being". *Information Systems Frontiers*, pp. 1-18.
- Seyedbagheri, F., Torabi Farsani, N., and Sadeghi, R. (2023). "The Identification of Operational Solutions for the Application of Blockchain Technology in Promoting of Tourism in Iran". *Journal of Tourism and Development*, 12(1), pp. 277-294. {In Persian}
- Seyedbagheri, F., Torabi Farsani, N., Sadeghi, R. (2023). "The Identification of Operational Solutions for the Application of Blockchain Technology in Promoting of Tourism in Iran". *Journal of Tourism and Development*, 12(1), pp. 277-294. {In Persian}
- Shahbazi, M., Kazem Pourian, S., Taghva, M. (2020). "An Applied Investigation of Consensus Algorithms Used in Blockchain Networks". *Science and Technology Policy Letters*, 10(3), pp. 35-54. {In Persian}
- Shin, H. W., Fan, A., and Lehto, X. (2021). "Peer-to-Peer Accommodation: A Meta-Analysis of Factors Affecting Customer Satisfaction and Loyalty". *International Journal of Tourism Research*, 23(4), pp. 581-596.
- So, K. K. F., Oh, H., and Min, S. (2018). "Motivations and Constraints of Airbnb Consumers: Findings from a Mixed-Methods Approach". *Tourism Management*, 67, pp. 224-236.
- So, Kevin Kam Fung and Xie, Karen and Wu, Jiang. (2019). "Peer-to-Peer Accommodation Services: Effects of Psychological Distances on Guest Loyalty". *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 31. doi: 10.1108/IJCHM-09-2018-0730.
- Stuart, E., Levy., Donald, Getz. (2011). "An Exploration of Social Stimuli Influencing the Student Sightseeing Tour Experience". *Tourism Review International*. doi: 10.3727/154427212X13369577826708
- Szmigin, I. T., O'Loughlin, D. M., McEachern, M., Karantinou, K., Barbosa, B., Lamprinakos, G., and Fernández-Moya, M. E. (2020). "Keep Calm and Carry on: European Consumers and the Development of Persistent Resilience in the Face of Austerity". *European Journal of Marketing*, 54(8), pp. 1883-1907.
- Taño, D. G., Gidumal, J. B., Armas, R. J. D., and López, E. P. (2013). "Antecedentes del Uso de Los Medios Sociales por el Turista: Motivación, Oportunidad y Capacidad". *Cuadernos de turismo*, (31), pp. 153-173.
- Tenenhaus, M., Esposito, V., Chatelin, Y., and Lauro, C. (2008). "PLS Path Modelling". *Computational Statistics and Data Analysis*, 48, pp. 159-205.
- Tham, Wan and Lim, Weng Marc and Vieceli, Julian. (2022). "Foundations of Consumption and Production in the Sharing Economy". *Electronic Commerce Research*, 23, pp. 1-24.
- Turkay, B., Dincer, F. I., and Dincer, M. Z. (2019). "An Evaluation of New Values in Economy and their Impacts on Future Transformation in Tourism". *Procedia Computer Science*, 158, pp. 1095-1102.
- Tussyadiah, I. P. (2016). "Factors of Satisfaction and Intention to Use Peer-to-Peer Accommodation". *International Journal of Hospitality Management*, 55, pp. 70-80.
- Vahidinia, E., hoseinzadeh Shahri, M., Khodadad Hoseini, S. H., Abdollahvand, N. (2021). "Design and Explain Consequences of Coopetition to Enter the Iranian ICT Industry". *Business Intelligence Management Studies*, 9(34), pp. 137-166. doi: 10.22054/IMS.2020.50141.1683. {In Persian}
- Varma, A., Jukic, N., Pestek, A., Shultz, C.J., Nestorov, S., (2016). "Airbnb: Exciting Innovation or Passing Fad?" *Tourism Management Perspective*, 20, pp. 228-237.
- Wang, D., and Nicolau, J. L. (2017). "Price Determinants of Sharing Economy Based Accommodation Rental: A Study of Listings from 33 Cities on Airbnb. com". *International Journal of Hospitality Management*, 62, pp.120-131.
- Wibowo, A. T., Hariadi, M., Sulistyono, M. T., Milad, M. K., Rhofita, E. I., and Gumelar, A. B. (2020). "Mapping of Tourism Destinations by GIS-Blockchain RPCA Based on PNPOLY Algorithm". In *2020 International Seminar on*

- Application for Technology of Information and Communication (iSemantic)*, pp. 412-416.
- Wu, T. P., Wu, H. C., Ye, G., Wu, X., and Pan, B. (2022). "The Contribution of International Tourism Development to Economic Growth in Chinese Economy". *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, pp. 1-15.
- Xianyang, Hu., Songshan, (Sam), Huang., Ganghua, Chen., Feifei, Hua. (2022). "The Effects of Perceived Destination Restorative Qualities on Tourists' Self-Identity: A Tale of Two Destinations". *Journal of Destination Marketing and Management*. doi: 10.1016/j.jdmm.2022.100724
- Xu, X. (2020). "How Do Consumers in the Sharing Economy Value Sharing? Evidence from Online Reviews". *Decision Support Systems*, 128, p. 113162.
- Yu, M., Cheng, M., Yu, Z., Tan, J., and Li, Z. (2022). "Investigating Airbnb Listings' Amenities Relative to Hotels". *Current Issues in Tourism*, 25(19), pp. 3168-3185.
- Yuchao, Chen., Yuzhuo, Chen. (2022). "Research on the Legal Issues of Tourist Attractions in Economic Development". *Scientific and social research*. doi: 10.36922/ssr.v4i1.1330
- Zhang, T., Bufquin, D., and Lu, C. (2019). "A Qualitative Investigation of Microentrepreneurship in the Sharing Economy". *International Journal of Hospitality Management*, 79, pp. 148-157.
- Zorpas, A. A., Navarro-Pedreño, J., Panagiotakis, I. and Dermatas, D. (2021). "Steps forward to Adopt a Circular Economy Strategy by the Tourism Industry". *Waste Management and Research*, 39(7), pp. 889-891.





## Providing a Peer-to-Peer (P2P) Accommodation Service Acceptance Model Based on Blockchain in the Tourism Industry

Iman Ghasemi Hamedani<sup>1</sup>  
Mohammad Bashokouh Ajirlo<sup>2</sup>  
Hossein Rahimi Kolour<sup>3</sup>  
Naser Seifollahi Anar<sup>4</sup>

### Abstract

Blockchain technology has been created to provide safe, smart and transparent exchanges. This technology can create a revolution in the peer-to-peer shared accommodation system in tourism by focusing on the business model based on the digital platform. For this purpose, the present research presents a blockchain-based peer-to-peer accommodation service acceptance model in the tourism industry. The research method is of an applied type and was carried out with a hybrid approach (a mixture of qualitative and quantitative methods), using thematic analysis, Max-Kuda software, structural equations, and SmartPLS and Mikmak software. The tools of data collection are interviews and questionnaires, and the sampling method in the qualitative part is purposeful judgment and in the quantitative part, it is simply random. The statistical population in the qualitative section included 15 experts in the tourism industry and university professors who were selected by the purposeful judgment sampling method. The tool for collecting information in this section is a semi-structured in-depth interview. In the quantitative part, the statistical population including managers and employees active in the field of tourism was identified, and using Cochran's formula and sampling method, it was estimated that 384 people were available, and 400 questionnaires were distributed. By analyzing the data, 16 main categories and 180 concepts were extracted, and finally by determining the causal conditions (technology factors, digital platform, legal factors, accommodation economy and circular economy), contextual conditions (perceived quality of peer-to-peer accommodation services, benefits Perceived economy of peer-to-peer accommodation services, perceived authenticity of the destination, perceived identity of the destination), intervening conditions (blockchain type, system ownership), central category (acceptance of blockchain-based peer-to-peer accommodation services), strategies (social incentives, (increasing social interactions, creating shared value) and consequences (loyalty and competitive advantage) of the blockchain-based peer-to-peer accommodation service acceptance model in the tourism industry was presented. The results showed that technological factors, digital platform, perceived quality of peer-to-peer services, perceived economic benefits, perceived originality of the destination, social incentives, competitive advantage of influencing variables, two-way variable accommodation economy, circular economy, blockchain type, Increasing social interactions, loyalty of dependent variables and creation of common value, ownership of the system, perceived identity of the destination, legal factors are independent variables.

**Keywords:** Service Acceptance, Peer-to-Peer Accommodation, Blockchain, Tourism Industry

---

1. Ph.D. Candidate of Marketing Management, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

2. Professor, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran (Corresponding Author); mohammadbashokouh@gmail.com

3. Associate Professor, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

4. Professor, Department of Business Management, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran.

## نقش‌نامه و فرم تعارض منافع

### الف) نقش‌نامه

ناصر سیف‌الهی انار	حسین رحیمی کلور	محمد باشکوه اجیرلو	ایمان قاسمی همدانی	پدیدآورندگان
نویسنده	نویسنده	نویسنده مسئول	نویسنده	نقش
—	—	—	نگارش و بازنگری متن	نگارش متن
—	—	ویرایش متن، پاسخ به داوران	ویرایش متن، پاسخ به داوران	ویرایش متن و ...
طراحی/ مفهوم‌پردازی	طراحی/ مفهوم‌پردازی	—	طراحی/ مفهوم‌پردازی	طراحی/ مفهوم‌پردازی
—	—	—	گردآوری داده‌ها	گردآوری داده
—	—	—	تحلیل و تفسیر داده‌ها	تحلیل/ تفسیر داده
—	—	—	—	سایر نقش‌ها

### ب) اعلام تعارض منافع

یا غیررسمی، اشتغال، مالکیت سهام، و دریافت حق اختراع، و البته محدود به این موارد نیست. منظور از رابطه و انتفاع غیرمالی عبارت است از روابط شخصی، خانوادگی یا حرفه‌ای، اندیشه‌ای یا باورمندانه، و غیره.

چنانچه هر یک از نویسندگان تعارض منافی داشته باشد (و یا نداشته باشد) در فرم زیر تصریح و اعلام خواهد کرد:

مثال: نویسنده الف هیچ‌گونه تعارض منافی ندارد. نویسنده ب از شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است گزینت دریافت کرده است. نویسندگان ج و د در سازمان فلان که موضوع تحقیق بوده است سخنرانی افتخاری داشته‌اند و در شرکت فلان که موضوع تحقیق بوده است سهامدارند.

در جریان انتشار مقالات علمی تعارض منافع به این معنی است که نویسنده یا نویسندگان، داوران و یا حتی سردبیران مجلات دارای ارتباطات شخصی و یا اقتصادی می‌باشند که ممکن است به طور ناعادلانه‌ای بر تصمیم‌گیری آن‌ها در چاپ یک مقاله تأثیرگذار باشد. تعارض منافع به خودی خود مشکلی ندارد بلکه عدم اظهار آن است که مسئله‌ساز می‌شود.

بدین وسیله نویسندگان اعلام می‌کنند که رابطه مالی یا غیرمالی با سازمان، نهاد یا اشخاصی که موضوع یا مفاد این تحقیق هستند ندارند، اعم از رابطه و انتساب رسمی یا غیررسمی. منظور از رابطه و انتفاع مالی از جمله عبارت است از دریافت پژوهانه، گزینت آموزشی، ایراد سخنرانی، عضویت سازمانی، افتخاری

اظهار (عدم) تعارض منافع: با سلام و احترام؛ به استحضار می‌رساند نویسندگان مقاله هیچ‌گونه تعارض منافی ندارد.

نویسنده مسئول: محمد باشکوه اجیرلو

تاریخ: ۱۴۰۳/۰۹/۱۴