

الزامات هوشمندسازی گردشگری در ایران

علی شکوری^۱، دانشیار گروه برنامه‌ریزی اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران
زهرا راجی، استاد مدعو گروه سیاستگذاری اجتماعی، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۲/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۹/۶

چکیده

روند رو به رشد هوشمندسازی گردشگری با روند رو به رشد تغییرات جهانی در حال شکل‌گیری است. با این حال، همگام‌سازی صنعت گردشگری با تحولات سریع نوین و هوشمندسازی آن امری است که بدون مداخلات برنامه‌ریزی شده میسر نخواهد شد. از این رو، ضرورت دارد الزامات مرتبط شناخته شوند تا بسترسازی صحیحی جهت شکل‌گیری آن صورت پذیرد. صاحب‌نظران و فعالان حوزه گردشگری و هوشمندسازی از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی جهت کسب اطاعات در این خصوص به شمار می‌روند. به این منظور، در پژوهش حاضر تلاش شده با اتکا به روش کیفی و ابزار مصاحبه بدون ساختار به شناسایی الزامات شکل‌گیری این نوع گردشگری در ایران از منظر این گروه پرداخته شود. همچنین به منظور تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه، از روش تحلیل محتوا گرفته شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهند الزامات در قالب مقولاتی از قبیل «ارزیابی»، «هوشمندسازی خدمات گردشگری»، «حکمرانی هوشمند»، «توانمندسازی افراد»، «همسویی سیاست‌ها»، «توسعه عوامل فنی و زیرساختی» و «رفع محدودیت‌ها» قابل سامان‌دهی‌اند.

کلیدواژه‌ها: گردشگری هوشمند، هوشمندسازی، تحلیل زمینه‌ای، فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی

مقدمه

از شگفت‌انگیزترین رویدادهای دنیای امروز سرعت عظیم تغییراتی است که بی‌سابقه ابعاد متفاوت حیات بشری را تحت تأثیر قرار می‌دهند. به زعم (تافلر^۱، ۱۹۹۷) این تغییرات به‌طور منظومه‌وار با خود اقتضانات سیاستی را در حوزه‌های مختلف برای مقابله با عقب‌افتادگی از تحولات عصر حاضر به‌همراه آورده‌اند. حرکت به سوی گردشگری هوشمند^۲ و هوشمندسازی خدمات صنعت گردشگری را نیز می‌توان از الزامات جدایی ناپذیر این تغییرات تلقی کرد. توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، عامل ایجاد نسل جدیدی از گردشگران با خواسته‌ها و انتظارات متفاوتی‌اند. برای مثال، پیگیری برخط برنامه‌های سفر، جستجوی برخط اطلاعات، امکان پیشداشت^۳ آسان و برخط اقامتگاه‌ها، پیشداشت برخط بلیط وسایل حمل و نقل و تسهیل و تسریع فرآیند سفر از جمله این انتظارات‌اند که می‌توان آن‌ها را در قالب گردشگری هوشمند برای این دسته از گردشگران مهیا کرد (چوانگ^۴، ۲۰۲۳). همچنان که بوهایس و امارنگنگ^۵ (۲۰۱۴) اذعان کرده‌اند هدف بلافصل گردشگری هوشمند، پاسخگویی به نیازهای نوین گردشگرانی است که دریافته‌اند می‌توان با فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطی و تکنولوژی به به تجارب جدیدی دست یابند و به گونه هوشمندانه‌تری سفر کنند (بوهایس و امارنگنگ، ۲۰۱۴: ۱۰۹). با توجه به تغییرات سریع جهان امروز، کشورهایی در حوزه گردشگری موفق بوده‌اند که، اولاً توسعه صنعت گردشگری را در دستور کار توسعه خود قرار داده‌اند؛ ثانیاً توانسته‌اند فناوری‌های نوین هوشمندسازی را در این صنعت به‌خدمت گیرند. بر اساس گزارش‌های آماری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی کشور، ایران پیش از بحران کرونا در سال ۱۳۹۸ بیش از ۲ میلیون گردشگر خارجی داشته که قابلیت افزایش به ۶ میلیون را در سال در کوتاه مدت و ۲۰ میلیون در بلندمدت دارد. با این حال، در عصر حاضر شکل سنتی مدیریتی و زیرساخت‌های کنونی نمی‌تواند ما را به این هدف برساند، مگر این‌که اهمیاتی جدی برای تجهیز فناوری‌ها و شیوه‌های نوین به‌ویژه توسعه گردشگری هوشمند صورت گیرد. روشن

1. Tofler

2. Smart Tourism

3. Reservation

4. Chuang

5. Buhalis and Amarngang

است که تجهیز صنعت گردشگری کشور به مزیت هوشمندسازی به گونه‌ای صحیح و پایدار منوط به شناسایی الزامات/پیشران‌ها/مؤلفه‌های اساسی آن است. این شناسایی می‌تواند از خلال مطالعات پیشین یا نظرسنجی و مصاحبه با صاحب‌نظران این حوزه محقق شود. همچنان که در پیشنهاد اشاره خواهد شد، این نوع مطالعات، به دلیل نوین بودن مبحث مطالعاتی گردشگری هوشمند محدود و پراکنده‌اند، لذا نیاز به مطالعات بیشتری است تا ابعاد آن روشن‌تر شود؛ ثانیاً، تحقق گردشگری هوشمند شدیداً از شرایط مناطق/کشورها به لحاظ پتانسیل توسعه و جذب فناوری‌ها متأثر است (پیرس و اوکتادینا^۱، ۲۰۱۹).

با توجه به تخصصی بودن فناوری‌های هوشمند، شکل‌گیری موفقیت‌آمیز گردشگری هوشمند، منوط به شناسایی الزامات و پیشران‌های آن از منظر اهل فن و متخصصین در این مناطق است. از این‌رو، پژوهش حاضر تلاش دارد با تکیه بر دانش و اطلاعات متخصصین حوزه گردشگری به این سوال پاسخ دهد که الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران چیست؟

پیشینه پژوهش

در میان پژوهش‌های مرتبط داخلی در خصوص گردشگری هوشمند می‌توان به مطالعه مولایی و همکاران (۱۳۹۹) اشاره کرد. پژوهشگران در خلال پژوهش خویش به نیاز سنجی دهکده گردشگری هوشمند در بندرانزلی پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که در شرایط کنونی نیاز گردشگری هوشمند در مرحله نیمه چرخه حیات گردشگری و در حال گذار به مرحله تثبیت و بلوغ است که در شرایط پساکروناپی نیز نیاز آن بیش از پیش احساس می‌شود. بیدخوری و همکاران (۱۴۰۱) نیز با اتکا به روش ترکیبی به شناسایی مؤلفه‌های گردشگری هوشمند در مشهد پرداخته و ضمن اشاره به مقولات مشابه نتیجه گرفته‌اند که وضعیت فعلی شهرمشهد برای پیاده‌سازی گردشگری هوشمند مطلوب نیست. نادعلی و سفیدچیان (۱۳۹۷) نیز در پژوهش خود تحت عنوان «توان‌سنجی گردشگری هوشمند با تأکید بر ضرورت‌ها و الزامات زیرساختی» به این نتیجه رسیده است که شرایط اولیه تحقق گردشگری هوشمند در مشهد وجود دارد و تحقق آن نیازمند تأکید بر لزوم سرعت عمل در تبادل اطلاعات و اهمیت مشتری محوری و ...

است. همچنین غفوریان (۱۴۰۲) در پژوهش خود تحت عنوان **راهبردهای تحقق گردشگری هوشمند** در مشهد با روش کیفی به این نتیجه رسیده که سرمایه‌گذاری دولتی/خصوصی در زیرساخت‌های هوشمند، حمایت پارک‌های علم و فناوری از ایده‌های گردشگری هوشمند و همکاری سازمان‌های اداری می‌تواند در شکل‌گیری گردشگری هوشمند موثر باشد.

دسته دیگری از پژوهشگران نیز به ارزیابی و تدوین الگوی مدیریت گردشگری هوشمند پرداخته‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به کروی و همکاران (۱۴۰۱) اشاره کرد. ایشان در مطالعه خود اذعان کرده‌اند مدیریت ازدحام گردشگری در مقصد مورد نظر شامل سه بعد عرضه، تقاضا و ساختاری/مدیریتی است که هر یک از این ابعاد دارای شاخص‌های متعددی‌اند.

چالش‌ها و فرصت‌های گردشگری هوشمند دسته موضوعی دیگری است که پژوهشگران حوزه گردشگری و هوشمندسازی به آن پرداخته‌اند. از جمله مطالعات صورت گرفته می‌توان به مطالعه ذوالفقاری و حشمت‌نژاد (۱۴۰۰) اشاره کرد. نتایج نشان دادند، عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند شامل مقولاتی چون سرویس‌های اطلاعات هوشمند گردشگری، خدمات ابری گردشگری هوشمند و ... است.

کاوه و همکاران (۱۴۰۰) نیز در مطالعه خود به شناسایی کاربرد اینترنت اشیاء در هوشمندسازی مقاصد گردشگری پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که اینترنت اشیاء می‌تواند در حوزه مدیریتی، اجرایی، آکادمیک و ... کاربردهای مهمی داشته باشد. از زوایای دیگر کیان و لو (۲۰۲۳) در پژوهش خود تحت عنوان «طراحی سامانه هوشمند گردشگری در نقاط دیدنی شهری» صرفاً به سیاستگذاری هوشمندسازی خدمات و جاذبه‌های گردشگری با دقت نظر تاکید کرده‌اند به گونه‌ای که الزامات زیرساختی و غیره دغدغه محققان نبوده است. همچنین می‌توان به پژوهش زنگ^۱ (۲۰۲۲) ذیل عنوان «طراحی و پیاده سازی سامانه هوشمند گردشگری» اشاره کرد. محققان به این نتیجه رسیده‌اند که تحقق این سامانه که خود از پیش شرط‌های تحقق گردشگرشناسی هوشمند است، نیازمند عواملی چون پودمان کاربر، پودمان مدیریت نقاط دیدنی، پودمان برنامه‌ریزی سفر و پودمان رزرو هتل و مراکز اقامتی است. از منظر دیگر باگیو و

1. Zeng

همکاران^۱ (۲۰۲۰) در مطالعه‌ای انتقادی به نقش فناوری‌های دیجیتالی در توسعه هوشمندسازی گردشگری پرداخته و به این نتیجه رسیده‌اند که ناکارآمدی‌های این حوزه در برخی از مقاصد جریان سیال اطلاعات را با چالش مواجه می‌کنند.

در خصوص الزامات تحقق گردشگری هوشمند و پیشران‌های آن کالپرو و کالپرو^۲ (۲۰۲۰) در مطالعه خویش به ارائه مدل پیشران‌ها و پیششرط‌های تحقق گردشگری هوشمند دست زده‌اند و محیط، اقتصاد، شرایط اجتماعی- فرهنگی و ... را در تحقق این شکل از گردشگری دخیل دانسته‌اند. از جمله کارهای مرتبط دیگر، می‌توان به تحقیق یو و همکاران (۲۰۲۰) اشاره کرد که محققان عمدتاً به مقایسه شهرهای هوشمند طراحی شده و مؤلفه‌هایشان در ادبیات گردشگری پرداخته و نشان داده‌اند که دولت نقش موثری را در قرابت شهرهای هوشمند به استانداردهای هوشمندسازی دارند. هرچند میان پژوهش‌های مذکور، الزامات تحقق گردشگری هوشمند به‌طور پراکنده اشاره شده است، ولی به‌طوری اوتوزیز و همکاران^۳ (۲۰۲۳) استدلال می‌کنند که الزامات تحقق گردشگری هوشمند بیشتر تابع شرایط و امکانات مقاصد گردشگری است تا تبعیت از فرمول‌های کلیشه‌ای صرف. از این‌رو، واکاوی الزامات تحقق هوشمندسازی گردشگری در کشور به شناخت واقع‌بینانه مسایل و ارائه راهکارهای مؤثر کمک خواهد کرد.

شمار دیگری از پژوهش‌ها به واکاوی عوامل مؤثر در پایداری گردشگری هوشمند پرداخته‌اند که مطالعه یو و همکاران^۴ (۲۰۱۷) از جمله آن‌ها است. ایشان در خلال مطالعه خویش اذعان کرده‌اند که تضمین مشارکت، عدالت و شفافیت از جمله مهم‌ترین عوامل مؤثر در تضمین پایداری گردشگری هوشمنداند. شمار دیگری از مطالعات نیز در خصوص کیفیت زندگی ساکنان مناطق گردشگری هوشمند و گردشگران است که مطالعه سانتوس^۵ (۲۰۲۰)، زنگ و شن (۲۰۲۲)، پای و همکاران (۲۰۲۰) و گرتزل و کو (۲۰۲۱) از جمله آن‌ها است. نتایج مطالعات حاکی از آن‌اند که کیفیت تجارب و زندگی هر دو طیف میزبان و گردشگر به عوامل متعددی چون سطح پذیرش آن‌ها، سواد دیجیتال و... وابسته است. به طور کلی

1. Baggio et al
2. Cavalheiro and Cavalheiro
3. Otowicz
4. Yoo et al
5. Santos

مطالعات صورت گرفته در خصوص گردشگری هوشمند را می‌توان ذیل مقولات موضوعی متعددی تقسیم‌بندی کرد که در ادامه به اختصار به آن‌ها اشاره شده است. شناسایی مجموعه الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران و پرداختن به آن‌ها از دستاوردهای پژوهش حاضر محسوب می‌شود که در پژوهش‌های پیشین یافت نمی‌شد. به عبارتی در سایر پژوهش‌های نزدیک به موضوع مورد مطالعه، اثربخشی و ارزیابی نقش چندین مؤلفه محدود مورد بحث و ارزیابی قرار گرفته‌اند و در یک نگرش کلی به واکاوی الزامات پرداخته نشده است. در جدول ۱ به اختصار به مرور شماری از پژوهش‌های صورت گرفته در حوزه گردشگری هوشمند پرداخته شده است که ضرورت پژوهش در خصوص الزامات هوشمندسازی گردشگری در ایران را نشان می‌دهد.

جدول ۱. مقوله‌بندی موضوعی مطالعات پیشین در حوزه هوشمندسازی گردشگری

ردیف	دسته‌های موضوعی	نمونه‌هایی از مطالعات مرتبط
۱	نیازسنجی گردشگری هوشمند در مقاصد گردشگری	مولایی و همکاران (۱۳۹۷)
۲	امکان‌سنجی تحقق گردشگری هوشمند	مولایی و همکاران (۲۰۲۱) نادعلی و سفیدچیان (۱۳۹۷) ابراهیم‌پور و همکاران (۱۴۰۱) فمنیا و بایدل (۲۰۲۱) ناسوشن و رهمانی (۲۰۲۱)
۳	چالش‌ها و ظرفیت‌های گردشگری هوشمند	گرتزل و همکاران (۲۰۱۵) لانگ (۲۰۲۲) ذوالفقاری و حشمت‌نژاد (۱۴۰۰)
۴	راهبردهای تحقق گردشگری هوشمند	غفوریان (۱۴۰۲) خان و همکاران (۲۰۲۱) روچا (۲۰۲۲) کیم (۲۰۱۶)
۵	ارائه مدل مدیریت گردشگری هوشمند	کروبی و همکاران (۱۴۰۱) نو و همکاران (۲۰۲۳) صلاحی و همکاران (۱۴۰۰) دشت‌علی و همکاران (۱۳۹۹) آپریاندی (۲۰۲۴) لو و زو (۲۰۲۱)
۶	ارائه نگرش انتقادی نسبت به گردشگری هوشمند در مقاصد	باگیو و همکاران (۲۰۲۰) ویلیامز و همکاران (۲۰۲۰)

ادامه جدول ۱. مقوله‌بندی موضوعی مطالعات پیشین در حوزه هوشمندسازی گردشگری

ردیف	دسته‌های موضوعی	نمونه‌هایی از مطالعات مرتبط
۷	پیشران‌ها و پیش‌شرط‌های تحقق گردشگری هوشمند	کالیرو و کالیرو (۲۰۰۸) لی و همکاران (۲۰۲۰) اتویچ و همکاران (۲۰۲۳) نورا و همکاران (۲۰۲۲) لی و همکاران (۲۰۱۷) زنگویی و همکاران (۱۴۰۱) فروندا و همکاران (۲۰۲۳) هیدایا و همکاران (۲۰۲۲)
۸	مطالعه کیفیت زندگی و تجارب کاربران گردشگری هوشمند	سانتوس (۲۰۲۰) زنگ و شن (۲۰۲۲) پای و همکاران (۲۰۲۰) ترابی و همکاران (۲۰۲۲)
۹	مطالعه عوامل مؤثر بر پایداری گردشگری هوشمند	یو و همکاران (۲۰۱۶) فروندا و همکاران (۲۰۲۳) راییز و همکاران (۲۰۱۸)

منبع: نگارندگان

مبنای نظری

گردشگری هوشمند

گردشگری هوشمند یک مفهوم جدید کاربردی است که به وابستگی مقاصد گردشگری، انواع گردشگران و صنایع مرتبط به فناوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات اشاره دارد. کوشش‌هایی که در راستای هوشمندسازی صورت می‌گیرد اقدامات گسترده و راهبردی‌اند تا ابداعات فناورانه را از مجرای تقویت زیرساخت‌های فیزیکی با داده‌ها به خدمت گیرند (گرتزل^۱، ۲۰۱۵). هدف اصلی این شکل از گردشگری پاسخگویی به نیازهای نوین گردشگران از دریچه فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطی و تکنولوژی است (بوهالیس و آمارنگنگ، ۲۰۱۴: ۱۰۹). مقاصد گردشگری هوشمند که بر مبنای زیرساخت‌های فناوری

1. Gretzel

مبتنی بر نوین‌ترین فناوری‌ها ساخته می‌شود، ضامن توسعه پایدار مناطق گردشگری با دسترسی همگانی و حداکثری به‌ویژه در دوره بحران است و تعامل گردشگر را تسهیل می‌نماید (زهیری^۱، ۲۰۲۳).

تفاوت‌های میان گردشگری هوشمند و گردشگری الکترونیک

به رغم شباهت ظاهری گردشگری الکترونیک^۲ با گردشگری هوشمند، این دو شکل از گردشگری با یکدیگر تفاوت‌هایی جدی دارند. بر اساس مطالعه گرتزل و همکاران (۲۰۱۵)، گردشگری هوشمند و گردشگری الکترونیک در ۷ بُعد دامنۀ فعالیت‌ها، فناوری‌های اصلی، مراحل سفر، نیروی انگیزاننده، الگو-واره، ساختار و تبادل با یکدیگر تفاوت دارند. به‌زعم وی در حالی که دامنۀ فعالیت گردشگری الکترونیک، دیجیتال است دامنۀ فعالیت گردشگری هوشمند ایجاد ارتباط میان حوزه‌های دیجیتالی و فیزیکی است. وبسایت‌ها از فناوری‌های مورد استفاده در گردشگری الکترونیک‌اند، در حالی که حسگرها و تلفن‌های هوشمند فناوری‌های اصلی این شکل از گردشگری‌اند. اطلاعات نیروی محرک در گردشگری الکترونیک‌اند و کلان داده‌ها نیروی محرک در گردشگری هوشمند. تعامل را نیز می‌توان پارادایم گردشگری الکترونیک و تکنولوژی واسطه‌ای برای بازخلق تجربه را پارادایم گردشگری هوشمند به شمار آورد. مشارکت و تعامل در فضاهای عمومی و خصوصی نیز عامل مورد تبادل در گردشگری هوشمندند درحالی که $c2c$ ^۳، $B2c$ ^۴ و $B2B$ ^۵ها عامل مورد تبادل در گردشگری الکترونیک‌اند. به‌طورکلی گردشگری الکترونیک عبارت است از به کارگیری فناوری‌های نوین به منظور ارائه سرویس‌های خدماتی به گردشگران (پروانه و همکاران، ۱۳۸۸ به نقل از غفوریان، ۱۴۰۱: ۶). در حقیقت هدف اصلی در گردشگری الکترونیک، این است که با استفاده از سخت افزارها و نرم افزارها اطلاعات مجازی را به واقعیت موجود اضافه کرد تا گردشگران با استفاده از ابزارهایی این اطلاعات را در ارتباط با دنیای واقعی دریافت کنند (شادروانی و همکاران، ۱۳۹۵ به نقل از همان). هدف غایی گردشگری هوشمند نیز آن است که به بهبود کارآیی مدیریت منابع، افزایش پایداری‌ها، بهبود تجربه گردشگران و ... منجر شود (ذوالفقاری و حشمت-نژاد، ۱۴۰۰: ۷-۱).

1. Zahiri

2. Electronic Tourism

3. consumer-to-consumer transactions

4. business-to-consumer

5. business-to-business transactions

هوشمندسازی گردشگری

تحقق گردشگری هوشمند نیازمند برنامه‌ریزی و سیاستگذاری‌های دقیق و متقنی است که بتوان به واسطه آن الزامات تحقق این شکل از گردشگر را به نحوی مناسب فراهم آورد. سازمان توسعه و همکاری اقتصادی (۲۰۲۰) این الزامات را در رفع محدودیت‌های زیر آورده است: الف- عدم دسترسی به زیرساخت‌های دیجیتالی و عدم دسترسی به پهنای باند پرسرعت که عملاً فعالیت‌های دیجیتالی شدن کسب‌وکارهای مرتبط را کند می‌کند؛ ب- نبود دسترسی به اتصالات اینترنت بی‌سیم و پر سرعت که مانع نوآوری تجربه بازدید کننده می‌شود؛ ج- عدم دسترسی به منابع که مانع توسعه و آموزش مهارت‌ها می‌شود. با توجه به بسترهای متفاوت اطلاعاتی الزامات تحقق این شکل از گردشگری در مناطق مختلف، می‌تواند شکل و قالب خاصی به‌خود بگیرد. همچنین مطالعات صورت گرفته در مقاصد مختلف گردشگری، فارغ از تفاوت‌های زمینه‌ای به وفاق در مورد الزاماتی رسیده‌اند که ذکر آن‌ها خالی از فایده نیست. فناوری‌های هوشمند نیز علاوه بر آن‌که خود بسترساز توسعه گفتمان گردشگری هوشمند بوده‌اند، از الزامات تحقق تام و پایداری این شکل از گردشگری نیز به شمار می‌روند.

شهر هوشمند یکی از این الزامات مورد توافق میان نظریه‌پردازان هوشمندسازی در خصوص الزامات تحقق آن است. شهر هوشمند شهری است که بر مبنای فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی در تلاش است ضمن تغییر شیوه‌های زیست و فعالیت، پاسخگوی نیازهای متفاوت شهروندان از طریق برنامه‌ریزی، طراحی، توسعه و نوسازی جوامع جهت پیشبرد و ترقی مؤلفه‌های حس تعلق مکانی، حفظ منابع طبیعی و فرهنگی، توزیع عادلانه هزینه‌ها و مزایای توسعه و... باشد (مهدی زاده، ۱۳۹۸ به نقل از غفوریان، ۱۴۰۱: ۶). بدیهی است در شهر هوشمندی که به صورت صحیح صورت بندی شده باشد، امکان بهره‌برداری از حمل و نقل نیز به صورت هوشمند وجود دارد. مهم‌ترین خدمات سیستم حمل و نقل هوشمند^۱ را می‌توان در مدیریت اطلاعات سوانح و امداد، اطلاع‌رسانی عمومی به رانندگان و مسافران، مدیریت جریان ترافیکی و نظارت بر تردد وسایل نقلیه، مدیریت ایمنی تردد، عملیات وسایل نقلیه تجاری و... یافت (قاسمی‌نژاد، ۱۳۸۸: ۲-۴). گردشگری هوشمند رفتارهای گردشگران را تغییر می‌دهد که از جمله آن‌ها رفتار جستجوی

اطلاعات است. در حقیقت این شکل از گردشگری جریان تعاملی دو جانبه‌ای را میان گردشگران و دینفعان در زنجیره توزیع ایجاد می‌کند که خود ایجاد کننده مطالبات جدیدی میان گردشگران است که نیاز است پاسخگوی آن باشد (یانگ و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۷). توسعه زیرساختی و فناوری نیز می‌تواند از دیگر مورد توافق در بحث الزامات تحقق هوشمندسازی میان صاحب‌نظران است. چنان که هوانگ و همکاران (۲۰۱۷) استدلال کرده‌اند به منظور بهبود کیفیت خدمات گردشگری ضروری است توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در قالب بازاریابی مقصد صورت پذیرد (هوانگ و دریک، ۲۰۱۶: ۱۴۳). همچنین بدیهی است که شهرهوشمند می‌تواند به پرورش شهروند هوشمند نیز منتهی شود. به اعتقاد برخی از پژوهشگران، گفتمان شهروند هوشمند در مقابل جبرفن‌سالارانه قرار دارد. در این دیدمان شهروند هوشمند با اتکا به فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نقش بازآفرینی بارزتری را برعهده دارد (فلاح تفتی و همکاران، ۱۴۰۱: ۶۴).

روش پژوهش

هدف پژوهش حاضر شناسایی الزامات شکل‌گیری گردشگری هوشمند- در ایران- است. از آن‌جا یکی از راهکارهای متقن در خصوص شناسایی این الزامات، بهره‌مندی از آراء و نظرات صاحب‌نظران حوزه گردشگری است؛ تلاش شده است با اتکا به روش کیفی^۱ و ابزار مصاحبه بدون ساختار^۲ از میان صاحب‌نظران و فعالان حوزه گردشگری (مدرسین، پژوهشگران و مجریان حوزه گردشگری)، برنامه‌ریزان اجتماعی فعال در عرصه هوشمندسازی و گردشگری و متخصصین فناوری اطلاعات و ارتباطات و در سراسر کشور- که واجد معیارهای مورد نظر ورود به پژوهش بوده‌اند، به این سوال اصلی پاسخ داده شود که الزامات شکل‌گیری گردشگری هوشمند در ایران کدام‌اند؟ (پراکندگی پاسخ‌گویان در استان‌های کشور در نمودار ۱-۱ قابل مشاهده است). نمونه‌گیری نیز به صورت قضاوتی^۳ صورت پذیرفت. دارا بودن حداقل چهار سال سابقه فعالیت در حوزه گردشگری، داشتن مدرک تحصیلی مرتبط با گردشگری و تمایل به شرکت در تحقیق معیار ورود مشارکت کنندگان در پژوهش بود. گفتنی است فرآیند اجرای هر مصاحبه

1. Qualitative method
2. Semi-structured interview
3. Judgmental sampling

حدود ۲۰-۳۰ دقیقه به طول انجامید. یافته‌های مصاحبه‌ها نیز پس از پیاده‌سازی دقیق به شیوه تماتیک^۱ تحلیل شدند.

از جمله دلایل بهره‌گیری از این شیوه، اهمیت رسیدن به اجماع نظری در خصوص الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران به نحوی دقیق است. بدین ترتیب تلاش شد پس از خوانش دقیق جمله به جمله متن مصاحبه‌ها به استخراج مفاهیم (شبه جمله‌های معنادار) پرداخته شود و مفاهیم مرتبط به لحاظ معنایی، ذیل مقولاتی واحد گنجانیده شوند. لازم است ذکر شود که در این میان به شیوه هدفمند به مصاحبه با ۲۳ تن از صاحب‌نظران پرداخته شد. فرآیند اجرای مصاحبه‌ها طی دیماه سال ۱۴۰۲ صورت گرفت. پس از آن که در جریان تحلیل داده‌ها مفهوم/ مقوله جدیدی یافت نشد (وصول به اشباع نظری)^۲، اجرای مصاحبه‌ها پایان پذیرفت. از محدودیت‌های پژوهش، دسترسی آسان به صاحب‌نظران بود. لذا تعداد ۶ مصاحبه به صورت برخط^۳ صورت پذیرفت. همچنین به منظور تضمین کیفیت پژوهش تلاش شد با جلب رضایت مشارکت کنندگان به ضبط گفته‌های ایشان در خلال مصاحبه، پیاده‌سازی دقیق نشانه‌های کلامی و غیر کلامی معنادار (مکث‌ها، لبخندها و...)، بهره‌گیری از دو کدگذار و یک داور خارجی پرداخته شود. گفتنی است در جریان ارزیابی کدهای مستخرج توسط کدگذاران و داور خارجی مورد متناقضی که به واسطه آن پایایی^۴ پژوهش مورد نقد واقع شود، یافت نشد.

جدول ۲. ویژگی مشارکت کنندگان پژوهش

کد	جنسیت	سابقه کار/ فعالیت	سمت/ تخصص	مدرك تحصیلی	شهر	مدت زمان مصاحبه (بر حسب دقیقه)
۱	زن	۱۱ سال	متخصص فناوری ارتباطات و اطلاعات	کارشناسی	ایلام	۲۰
۲	زن	۸ سال	متخصص حوزه گردشگری	دکتری تخصصی	قم	۳۰
۳	مرد	۹ سال	متخصص حوزه گردشگری	دکتری تخصصی	فارس	۱۵

1. Thematic Analysis
2. Theoretical Saturation
3. Online
4. Reliability

ادامه جدول ۲. ویژگی مشارکت کنندگان پژوهش

کد	جنسیت	سابقه کار/ فعالیت	سمت/ تخصص	مدرک تحصیلی	شهر	مدت زمان مصاحبه (بر حسب دقیقه)
۴	زن	۵ سال	متخصص حوزه گردشگری	کارشناسی ارشد	کرمانشاه	۲۰
۵	مرد	۵ سال	متخصص حوزه گردشگری	دکتری تخصصی	یزد	۲۵
۶	مرد	۱۰ سال	متخصص فناوری ارتباطات و اطلاعات	کارشناسی ارشد	فارس	۱۵
۷	مرد	۸ سال	متخصص حوزه گردشگری	دکتری تخصصی	بوشهر	۱۵
۸	زن	۶ سال	متخصص فناوری ارتباطات و اطلاعات	کارشناسی	کرمانشاه	۲۵
۹	مرد	۱۲ سال	متخصص حوزه گردشگری	دکتری تخصصی	فارس	۱۷
۱۰	مرد	۹ سال	متخصص حوزه گردشگری	کارشناسی ارشد	مازندران	۲۰
۱۱	زن	۷ سال	متخصص حوزه گردشگری	دکتری تخصصی	خراسان شمالی	۳۵
۱۲	زن	۵ سال	فعال حوزه هوشمندسازی	دکتری تخصصی	کرمان	۲۲
۱۳	مرد	۱۵ سال	متخصص حوزه گردشگری	کارشناسی	قم	۱۵
۱۴	مرد	۹ سال	متخصص فناوری ارتباطات و اطلاعات	کارشناسی ارشد	یزد	۱۵
۱۵	مرد	۶ سال	متخصص فناوری ارتباطات و اطلاعات	دکتری تخصصی	خراسان شمالی	۱۶
۱۶	مرد	۹ سال	متخصص حوزه گردشگری	کارشناسی ارشد	کرمانشاه	۲۳
۱۷	زن	۵ سال	فعال حوزه هوشمندسازی	کارشناسی	همدان	۳۰
۱۸	مرد	۱۲ سال	متخصص فناوری ارتباطات و اطلاعات	دکتری تخصصی	دزفول	۱۵
۱۹	زن	۹ سال	متخصص حوزه گردشگری	دکتری تخصصی	گلستان	۳۰
۲۰	مرد	۶ سال	متخصص حوزه گردشگری	کارشناسی ارشد		۱۷

ادامه جدول ۲. ویژگی مشارکت کنندگان پژوهش

کد	جنسیت	سابقه کار/ فعالیت	سمت/ تخصص	مدرک تحصیلی	شهر	مدت زمان مصاحبه (بر حسب دقیقه)
۲۱	مرد	۶ سال	فعال حوزه هوشمندسازی	کارشناسی ارشد	خراسان شمالی	۲۵
۲۲	زن	۷ سال	متخصص فناوری ارتباطات و اطلاعات	کارشناسی	مازندران	۲۰
۲۳	زن	۱۱ سال	متخصص حوزه گردشگری	دکتری تخصصی	کرمان	۳۵

منبع: نگارندگان

یافته‌ها

پژوهش پیش رو به منظور شناسایی الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران صورت پذیرفت. یافته‌ها حاکی از آن‌اند که الزامات تحقق گردشگری هوشمند، ذیل مقولات متعددی قابل ساماندهی و بحث‌اند که در ادامه به شرح آن‌ها، مفاهیم و شماری از نقل قول‌ها پرداخته شده است.

ارزیابی موقعیت از مقولات مستخرج از خلال مصاحبه‌های صورت گرفته است. در این خصوص مشارکت کننده کد (۱۲) چنین اذعان می‌کند: «در مرحله اول ببینیم هوشمندسازی در ایران در چه حد و سطحی قابل اجرا است. یعنی ارزیابی کنیم، به مطالعه ظرفیت‌ها و زیرساخت‌های هوشمندسازی در کشور و مبداهای توریستی بپردازیم... در فاز بعدی ذائقه‌سنجی کنیم یعنی ببینیم گردشگران و شهروندان تا چه حدی مایل به تجربه آمیخته به فناوری‌اند. می‌خواهند سیستم رزرواسیون آنلاین تقویت شود یا نه مایل‌اند تا حد امکان به طور کامل تجربه تامی از هوشمندسازی داشته باشند. گام اول ما ارزیابی است... مطالعه است». بدیهی است یکی از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های اجرا و تحقق تام هر برنامه و ایده، مطالعه و ارزیابی دقیق ابعاد و جنبه‌های مختلف آن است.

توسعه زیرساختی بر اساس یافته‌های پژوهش از جمله الزامات اولیه تحقق گردشگری هوشمند در ایران ذکر شده است سیگالا و چاکلیتی (۲۰۱۴) در باب بهره‌گیری از فناوری‌ها بیان کرده‌اند که این فناوری‌ها لازم است مبتنی بر تجربیات گردشگران طراحی و تولید شوند تا بتوانند به گردشگران به مثابه گردشگرانی

هوشمند، خدماتی مناسب و درخور ارائه دهند. تحقق این مقوله می‌تواند به شکل‌گیری شهر هوشمند^۱ - یکی از مهم‌ترین پایه‌ها و ارکان گردشگری هوشمند- یاری برساند. مشارکت‌کننده کد (۶) در خصوص ضرورت توسعه تجهیزات فنی و زیرساختی اذعان کرده است: «زیربنای شکل‌گیری گردشگری هوشمند، دسترسی همگانی به اینترنت و البته از نوع پرسرعت آن است. این همگانی به این معنا است در سطوح خرد دسترسی به این امکان باید فراهم شود. لازم به یادآوری است که این دسترسی بدون فراهم بودن زیر- ساخت‌های سخت‌افزاری محقق نخواهد شد».

محتوای تولید کاربران از دیگر مفاهیم گنجانیده شده در مقوله حاضر است. به زعم قراخانی و همکاران (۱۳۹۸) این مفهوم عبارت است از هر نوعی از محتوا از قبیل متن، فایل‌های ویدئویی، صوت، تصویر و...، که به واسطه کاربران در فضای مجازی و وبگاه‌ها منتشر می‌شود. این محتوا منبع ارزنده کلان داده‌ها است که برای مدیریت شهرهای هوشمند و مقاصد هوشمند گردشگری حائز اهمیت است (قراخانی بهار و همکاران، ۱۳۹۸ به نقل از خسروی و نادری، ۱۴۰۲: ۱۸۰). نکته حائز اهمیت در خصوص تحقق این مقوله همراهی نهادهای دولتی به منظور اتخاذ سیاست‌های مناسب، سیاست‌گذاری مناسب و تخصیص بودجه‌های لازم است.

توانمندسازی نیز از دیگر مقولات مستخرج است که در بردارنده ۷ مفهوم ناظر بر توانمندسازی شهروندان و ارائه دهندگان خدمات است. همان‌گونه که پیشتر نیز ذکر شد گردشگری هوشمند از تکنولوژی‌های جدید هویت یافته است و مقبولیت این شکل از گردشگری و بهره‌برداری افراد از آن به میزان مهارت و دانش ایشان در این خصوص وابسته است. آموزش می‌تواند افراد را در زمره شهروندان/ مردم هوشمند^۲ ساماندهی و مجهز کند. در این خصوص یکی از مشارکت‌کنندگان- کد (۲۳)- اظهار می‌کند: «لازم است مردم به مهارت‌های استفاده از فناوری‌ها مجهز شوند و اساساً ضرورتش را هم بپذیرند و بعد به تسهیلاتش دسترسی داشته باشند». نکته شایان توجه در این خصوص توانمندسازی هر دو گروه میزبان و میهمان در بهره‌گیری از امکانات و تسهیلات هوشمند است. بدیهی است با عنایت به سطح تسلط افراد در استفاده از ابزارهای فناورانه نحوه ارائه و سطوح آموزش‌ها یکسان نخواهند بود. با این حال رسیدن به سطحی از

مهارت که به واسطه آن آحاد جامعه قادر به بهره‌مندی از خدمات هوشمند شهری و گردشگری باشند از الزامات تحقق تام و پایدار گردشگری هوشمند به شمار می‌رود. به طور کلی در خصوص توانمندسازی شهروندان و کاربران، مشارکت کنندگان به دو مرحله اساسی توجه کرده‌اند: الف) ایجاد فضای ذهنی به منظور توسعه گفتمان گردشگری هوشمند ب) آموزش شهروندان به منظور استفاده از خدمات هوشمند. توانمندسازی ارائه دهندگان خدمت از دیگر مؤلفه‌های شایان توجه در این خصوص است. بدیهی است یکی از مهم‌ترین گروه‌ها در خصوص توانمندسازی ارائه دهندگان خدمات گردشگری‌اند. به عبارتی توانمندسازی ایشان در حوزه ارائه خدمات هوشمند و بهره‌بردن از سیستم‌های هوشمند به تجربه ارائه مطلوبی از سفر به گردشگران منجر می‌شود.

حکمرانی هوشمند: به زعم جیمز (۲۰۱۳) حکمرانی هوشمند، شیوه‌ای از حکمرانی است که در آن شفافیت^۱، همکاری، مشارکت و تعامل‌پذیری در اوج خوداند (نقل از حسینی و همکاران، ۹۴). مشارکت کننده کد (۲) در این خصوص اذعان می‌کند: «برای عملیاتی شدن گردشگری هوشمند در ایران به صورت همه‌گیر، باید پشتوانه محکمی مثل نهادها و سازمان‌های هوشمند را داشته باشیم. در یک کلام حکمرانی هوشمند لازمه ... حکمرانی‌ای که بر مدار مدیریت نوآورانه در همه حوزه‌ها باشد و البته محورش بر پایه مشارکت شهروندان بنا شده باشد». مقوله مذکور در بردارنده مؤلفه‌هایی چون تسهیل تعاملات بین حاکمیت/ مردم/ شهرداری و دیگر سازمان‌ها از طریق سامانه‌های هوشمند، اتخاذ تدابیری جهت اعمال نظر شهروندان در تصمیم‌گیری‌های کلان/ میانه و خرد، تحلیل سریع کلان داده‌های گردشگری و در اختیار شهروندان قرار دادن آن‌ها، ارائه مشوق‌های دولتی برای هوشمندسازی خدمات گردشگری در بخش خصوصی، ارائه مجوز به بخش خصوصی برای هوشمندسازی خدمات صنعت گردشگری، تصویب و به روزرسانی قوانین هوشمندسازی است.

هوشمندسازی خدمات: این مقوله در بردارنده مفاهیمی چون امکان ارتباط با کیفیت قابل قبول با گردشگران، بسترسازی برای گردش سریع اطلاعات و تجارب گردشگران در فضای مجازی و حمل و نقل هوشمند همسو با سایر خدمات است. سیستم حمل و نقل هوشمند از مفاهیم شایان توجه در مقوله مذکور

است. به عبارت دیگر، حمل و نقل هوشمند با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و نوظهور جابه‌جایی ساده‌تر و مقرون به صرفه‌تری را فراهم می‌کند. مشارکت کنندگان ضمن اشاره به حمل و نقل هوشمند به مزایای آن نیز اشاره کردند. به رغم آن که این مسئله در حیطه سولات مصاحبه نبود، به جهت اهمیت آن به صورتی مختصر در ادامه به مزایای حمل و نقل هوشمند اشاره می‌شود. از منظر پاسخگویان این شکل از حمل و نقل ایمن‌تر، مقرون به صرفه‌تر و کارآمدتر است، ملاحظات زیست‌محیطی را در نظر دارد و امکان پایش سریع را نیز فراهم می‌کند. در این رابطه مشارکت کننده کد (۲۱) اذعان می‌کند: «حمل و نقل هوشمند با نمایش میزان ترافیک، در دسترس بودن صندلی‌های خالی وسایل نقلیه عمومی و امکان رزرو بدون دردسر شناخته می‌شود. همچنین باید به امکان لغو رزرو و مشاهده رزروهای لغو شده نیز توجه کرد. در وب‌گاه‌های حمل و نقل عمومی در ایران این دو مسئله آن چنان که باید مورد توجه قرار نگرفته‌اند».

همچنین مشارکت کنندگان در این راستا اذعان کردند لازم است مدیریت مسئولانه داده‌ها و منابع همگام با سیستم حمل و نقل هوشمند، مدیریت شهر هوشمند، توسعه آموزش‌های استفاده از خدمات هوشمند به کاربران و در یک کلام شهر هوشمند پیش رود. از یک منظر مجموع مفاهیم و مقولات مطرح شده در بالا مبین لزوم تحقق مؤلفه‌های شهر هوشمند به مثابه زمینه‌ای مساعد تحقق گردشگری هوشمند برای‌اند. نکته شایان توجه در این مقوله بحث جامعیت است. به عبارتی لازم است به منظور تضمین پایداری این شکل از گردشگری، تمامی خدمات مرتبط با گردشگری به گونه‌ای جامع و هماهنگ به سوی هوشمندسازی گام بردارند.

همسویی سیاست‌ها از دیگر مقولات مستخرج از خلال مصاحبه‌ها است که بیانگر اهمیت پیوستگی و همسویی نهادهای مرتبط در تحقق تام گردشگری هوشمند است. این مقوله در بردارنده مؤلفه‌هایی چون همسویی سیاست‌های کلی سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی با اقدامات نهادهای خرد و میانی، همسویی ادارات میراث فرهنگی استان‌ها با دفاتر گردشگری در خصوص توسعه گفتمان هوشمندسازی، همسویی اداره کل موزه‌ها با دفاتر گردشگری و راهنمایان گردشگری در خصوص توسعه گفتمان گردشگری و همسویی سیاست‌های کلی هوشمندسازی و اقدامات ستاد توسعه فناوری‌های حوزه فضایی و حمل و نقل پیشرفته است.

هم‌آفرینی^۱ از دیگر مقولات مستخرج از خلال داده‌های مصاحبه است که در بردارنده مفهوم هم‌آفرینی ذینفعان، هم‌آفرینی پیشران‌ها، هم‌آفرینی مقاصد هوشمند و هم‌آفرینی صنایع پشتیبان در طراحی و اجرای خدمات است. در این خصوص مشارکت‌کننده کد (۳) چنین اذعان می‌کند: «از دانش ضمنی و تجارب و ایده‌های افراد استفاده باید کرد... چه در بخش صنعت، چه در بخش طراحی خدمات هوشمند مثل سایت-ها، چه در بخش صنایع و غیره. این را هم‌آفرینی می‌گویند. چیزی که لازمه پیاده‌سازی ایده‌های جدید و بی‌سابقه در تمام نقاط جهان است».

به رغم آن که سؤالات پژوهش در خصوص الزامات تحقق گردشگری هوشمند بود؛ شماری از مشارکت‌کنندگان در خلال گفته‌های خویش به پیامدهای تحقق این شکل از گردشگری اشاره کرده‌اند که به موجب اهمیت بحث به اختصار به آن‌ها اشاره شده است.

افزایش رضایت گردشگران از خدمات سفر، افزایش مشارکت گردشگران در ارائه تصویر از مقصد، تسهیل دسترسی به خدمات گردشگری، رعایت اصول ظرفیت‌پذیری، کاهش مشکلات زیست‌محیطی ناشی از فعالیت و خدمات گردشگری انبوه، افزایش احتمال استانداردسازی خدمات گردشگری، افزایش هزینه‌های ناشی از آموزش نحوه استفاده از خدمات هوشمند، امکان نفوذ نابرابری به مقاصد گردشگری، کاهش ریسک‌های زیست‌محیطی ادراک شده از جانب گردشگران و بومیان، تحرک سرمایه مالی و تجارت هوشمند، توسعه پایدار گردشگری و بسط دایره تأمین‌کنندگان خدمات گردشگری از جمله مفاهیم مستخرج از مصاحبه‌ها در خصوص پیامدهای تحقق این شکل از گردشگری در ایران‌اند. همچنین شماری از مشارکت‌کنندگان در خلال مصاحبه به عوامل مؤثر در پایداری این شکل از گردشگری اشاره کرده‌اند که از جمله آن‌ها می‌توان به تضمین شفافیت، به روز رسانی مداوم سطح کیفیت خدمات هوشمند، ارتباط با سایر مقاصد هوشمند، بازنمایی جاذبه‌های فرهنگی در ارائه خدمات هوشمند گردشگری به گردشگران، تضمین مشارکت جامعه محلی، حفظ منافع جامعه محلی و رعایت کدهای اخلاقی^۲ به واسطه گردشگران و ساکنان اشاره کرد. چنان که یکی از مشارکت‌کنندگان- کد (۱۹)- در این خصوص اذعان می‌کند: «برفرض که خدمات گردشگری به صورت هوشمند در همه نقاط کشور اجرا شوند و تمامی شهروندان و

1. Co-creation

2. Codes of ethics

گردشگران هم نسبت به استفاده از آن‌ها توجه و توانمند شوند. اگر نتوانیم برای به روزرسانی خدمات و الزامات که بر حسب تحولات عظیم و سریع جهانی است اقدامی کنیم، زحمتان و بودجه‌مان بر باد رفته! چون اساس پایداری این خدمات را بنا نکرده‌ایم».

در ادامه یافته‌های پژوهش بر مبنای تفکیک مضامین پایه و سازمان‌دهنده ارائه شده‌اند. گفتنی است مضامین پایه، مضامینی‌اند که در خلال کدگذاری باز به دست آمده‌اند و ذیل مقولات محتوایی (مضامین سازمان‌دهنده) در مرحله کدگذاری محوری گنجانیده شده‌اند. چنان که قابل ملاحظه است در مرحله کدگذاری محوری تلاش شده است مفاهیم مستخرج از خلال مرحله اول کدگذاری که به لحاظ معنایی و ماهوی با یکدیگر در ارتباط اند، ذیل گروه‌های مشخصی گنجانیده شوند.

جدول ۳. یافته‌های پژوهش

مضمون فراگیر	مضامین سازمان‌دهنده	مضامین پایه	همسویی / عدم همسویی با مطالعات پیشین
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	ارزیابی	۱. شناسایی گروه‌های ذی‌نفع و دارای منفعت ۲. نیازسنجی در زمینه خدمات گردشگری هوشمند ۳. شناسایی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های موجود ۴. ارزیابی امکان برقراری تعاملات برخط میان ذی‌نفعان ۵. بررسی و شناسایی محدودیت‌های موجود در مسیر هوشمندسازی ۶. تحلیل میزان انعطاف‌پذیری نهادها و دستگاه‌های اجرایی ۷. طراحی مدل عملیاتی دفاتر گردشگری هوشمند ۸. ایجاد و تدارک پایگاه اطلاعاتی جامع ۹. شناسایی قوانین و مقررات ملی و بین‌المللی مرتبط با هوشمندسازی	این یافته با یافته‌های پژوهش الادگ و همکاران (۲۰۲۲) همسو و همراستا است.

ادامه جدول ۳. یافته‌های پژوهش

مضمون فراکیز	مضامین سازمان- دهنده	مضامین پایه	همسویی / عدم همسویی با مطالعات پیشین
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	ارزیابی	۱۰. برآورد و ارزیابی هزینه‌های مورد نیاز برای اجرای هوشمندسازی ۱۱. بررسی نحوه بسترسازی برای مشارکت گروه‌های مختلف ۱۲. توان‌سنجی مشارکت و نقش‌آفرینی ذی‌نفعان ۱۳. شناسایی ظرفیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در تحقق اهداف هوشمندسازی	این یافته با یافته‌های پژوهش الادگ و همکاران (۲۰۲۲) همسو و همراستا است.
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	توسعه زیرساخت‌ها	۱. توسعه و بهبود کیفیت زیرساخت‌های سخت‌افزاری ۲. تسهیل امکان دسترسی همگانی به اینترنت پرسرعت ۳. بهبود سرعت کاوش اطلاعات ۴. ساخت و بهبود کیفیت نرم‌افزارهای اطلاع‌رسانی ۵. افزایش توان ارتباطی زیرساخت‌ها ۶. بهره‌گیری از خدمات ابری ۷. فراهم‌سازی پهنای باند مناسب ۸. تولید محتوای کاربرمحور	با نتایج مطالعه دشت‌لعلی و همکاران (۱۳۹۹)، گرتزل و همکاران (۲۰۱۵) و مک‌کارتی (۲۰۰۴) همسو و همراستا است.
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	هم‌آفرینی	۱. هم‌آفرینی ذی‌نفعان ۲. هم‌آفرینی پیشران‌ها ۳. هم‌آفرینی مقاصد هوشمند ۴. هم‌آفرینی صنایع پشتیبان در طراحی و اجرای خدمات	با نتایج پژوهش بنیکترا و همکاران (۲۰۱۶) همسو و همراستا است.

ادامه جدول ۳. یافته‌های پژوهش

مضمون فراکیز	مضامین سازمان- دهنده	مضامین پایه	همسویی / عدم همسویی با مطالعات پیشین
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	توانمندسازی افراد	۱. آموزش بهره‌گیری از نرم‌افزارها به شهروندان بسترسازی برای مشارکت فعال شهروندان ایجاد آمادگی ذهنی در راستای توسعه گفتمان و پذیرش فرایند هوشمندسازی آموزش نحوه استفاده از سامانه‌های هوشمند به شهروندان و ارائه‌دهندگان خدمات آموزش چگونگی ارائه خدمات هوشمند به کارکنان و نهادهای خدمت‌رسان آموزش روش‌های ارتقاء و بهبود خدمات هوشمند برای ارائه‌دهندگان خدمات	این یافته با نتایج پژوهش کاولرو (۲۰۲۰) و آقاجانی ریزی (۱۳۹۹) همسو و همراستا است.
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	حکمرانی هوشمند	۱. حکمرانی هوشمند	این یافته با یافته‌های پژوهش آقاجانی ریزی و همکاران (۱۴۰۱)، زنگویی و همکاران (۱۴۰۱) و ریجلیو و میسرا (۲۰۲۱) همسو و همراستا است.
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	هوشمندسازی خدمات	۱. امکان ارتباط در فضای مجازی و وبگاه‌ها ۲. گردش سریع اطلاعات و تجارب ۳. سیستم حمل و نقل هوشمند ۴. سیستم پیشداشته هوشمند (مراکز اقامتی) ۵. سیستم پیشداشته هوشمند (مراکز خدماتی)	این یافته با نتایج پژوهش زنگویی و همکاران (۱۳۹۹)، زنگ (۲۰۲۲)، نادعلی و سفیدچیان (۱۳۹۷)، محمدزاده (۱۳۹۲) و آقاجانی ریزی (۱۴۰۱) همسو و همراستا است.

ادامه جدول ۳. یافته‌های پژوهش

مضمون فراکیز	مضامین سازمان- دهنده	مضامین پایه	همسویی / عدم همسویی با مطالعات پیشین
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	هوشمندسازی خدمات	۶. هوشمند اطلاع رسانی برخط ۷. تعبیه رمزبندهای پاسخ سریع ^۱ ۸. تعبیه حسگرها و محرک‌ها ۹. پیاده سازی قابلیت اینترنت اشیاء ^۲ ۱۰. پیش بینی برخط نرخ افزایش/کاهش هزینه خدمات ۱۱. پیشنهاد موتورهای جستجو بر اساس کاوش ^۳ کاربران	این یافته با نتایج پژوهش زنگونی و همکاران (۱۳۹۹)، زنگ (۲۰۲۲)، نادعلی و سفیدچیان (۱۳۹۷)، محمدزاده (۱۳۹۲) و آقا جانی ریزی (۱۴۰۱) همسو و همراستا است.
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	همسویی سیاست ها	۱. همسویی سیاست‌های کلی سازمان میرای فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی ۲. همسویی ادارات میراث فرهنگی استان‌ها با دفاتر گردشگری ۳. همسویی اداره کل موزه‌ها با دفاتر گردشگری و راهنمایان گردشگری ۴. همسویی سیاست‌ها	با یافته‌های پژوهش بنر (۲۰۱۷) همسو و همراستا است.
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	رفع محدودیت‌ها	۱. رفع محدودیت‌های محلی و منطقه‌ای اجرای پروژه‌های هوشمند ۲. رفع محدودیت‌های استفاده از پایگاه‌های اطلاعاتی ۳. رفع محدودیت‌های مرتبط با امنیت داده‌ها ۴. رفع محدودیت‌های تعاملات هوشمند میزبان/ میهمان	

1. QR code
2. Internet of Things
3. search

ادامه جدول ۳. یافته‌های پژوهش

مضمون فراکیز	مضامین سازمان- دهنده	مضامین پایه	همسویی / عدم همسویی با مطالعات پیشین
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	آثار مثبت	۱. افزایش رضامندی گردشگران ۲. تقویت مشارکت گردشگران ۳. تسهیل دسترسی به خدمات ۴. رعایت اصول ظرفیت پذیری ۵. کاهش مشکلات زیست- محیطی ۶. استانداردسازی خدمات گردشگری در ایران ۷. کاهش ریسک‌های زیست محیطی ادراک شده ۸. توسعه پایدار گردشگری ۹. بسط دایره تأمین کنندگان خدمات ۱۰. مدیریت ازدحام	
الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران	آثار منفی	۱۱. افزایش هزینه‌های ناشی از آموزش ۱۲. افزایش نابرابری میان افراد	
عوامل پایداری گردشگری هوشمند	عوامل مدیریتی	۱. تضمین شفافیت در مدیریت ۲. به روز رسانی مداوم سطح کیفیت خدمات ۳. تضمین مشارکت جامعه محلی. ۴. حفاظت از منافع جامعه محلی ۵. تحقق زنجیره‌وار الزامات گردشگری هوشمند ۶. توانمندسازی شهروندان ۷. تضمین جامعیت خدمات هوشمند ۸. تضمین ایمنی داده ۹. شفافیت در سرمایه‌گذاری‌های دولتی ۱۰. حفاظت از حریم اطلاعات افراد	با یافته‌های پژوهش اوتوئیز و همکاران ^۱ (۲۰۲۲) و ریز و بیدال (۲۰۱۸) همسو و همراستا دانست

ادامه جدول ۳. یافته‌های پژوهش

مضمون فراگیر	مضامین سازمان- دهنده	مضامین پایه	همسویی / عدم همسویی با مطالعات پیشین
عوامل پایداری گردشگری هوشمند	عوامل اجرایی	۱۰. رعایت کدهای اخلاقی ۱۱. ارتباط گیری با سایر مقاصد هوشمند ۱۲. بازنمایی جاذبه‌های فرهنگی ۱۳. مشارکت‌دهی ذینفعان ۱۴. هم‌آفرینی پایدار میان ذینفعان ۱۵. تداوم تعاملات بین دستگاهی ۱۶. برقراری امنیت هوشمند	

منبع: نگارندگان

نتیجه‌گیری

تحقق پایدار و تام این شکل از گردشگری به عوامل متعددی وابسته است. شناسایی الزامات پیاده‌سازی گردشگری هوشمند یکی از راهکارهای قابل اعتماد برای عملی شدن موفقیت‌آمیز گردشگری هوشمند در مقاصد است. در حقیقت می‌توان مدعی شد تلاش برای پیاده‌سازی هر سیاست بدون در نظر داشتن پیش-شرط‌ها و الزامات عقیم خواهد ماند. همچنان که در بخش‌های پیشین از آن سخن به میان آمد هدف از انجام مطالعه پیش رو، شناسایی الزامات تحقق گردشگری هوشمند در ایران از منظر صاحب‌نظران این حوزه بوده است.

توسعه زیرساخت‌ها یکی از مقولات مستخرج در پژوهش پیش رو است. روشن است هموار شدن مسیر جهت توسعه عوامل فنی و زیرساختی بر مواردی چون هوشمندسازی جامع خدمات گردشگری نیز اثرگذار است این یافته با یافته‌های پژوهش غفوریان (۱۴۰۲)، فروندا و همکاران (۲۰۲۳) و خان و همکاران (۲۰۲۱) همسو و همراستا است. **ارزیابی** از دیگر یافته‌های پژوهش است که در بردارنده مفاهیمی چون شناسایی گروه‌های ذینفع، شناسایی منابع انسانی پیشران گردشگری هوشمند، نیازسنجی دقیق در خصوص خدمات گردشگری هوشمند، شناسایی ظرفیت‌های ایران برای اجرایی کردن گردشگری

هوشمند و... است. این یافته با یافته‌های پژوهش هیدایا و همکاران (۲۰۲۲) همراستا است. واضح است که تهیه اطلاعاتی از ظرفیت‌ها، کمبودها / نقاط ضعف / نیازها می‌تواند مجریان و برنامه‌ریزان را به اجرا و برنامه‌ریزی موفقیت‌آمیز برنامه‌ها نزدیک‌تر کند. از دیگر مقولات مستخرج از خلال داده‌ها، **توانمند-سازی** است. توانمندسازی را می‌توان مقدمه مشارکت افراد و دستیابی به توسعه پایدار دانست.

توانمندسازی ارائه دهندگان خدمات و توانمندسازی شهروندان از مفاهیم گنجانیده شده در مقوله مذکور است که بیانگر اهمیت آموزش نحوه بهره‌گیری از سیستم‌های هوشمند به ارائه دهندگان خدمات است. این یافته با یافته‌های پژوهش زنگویی و همکاران (۱۴۰۱) همسو و همراستا است.

هم‌آفرینی نیز از دیگر مقولات مستخرج از خلال داده‌ها است که بیانگر نقش مهم مشارکت ساماندهی شده ذینفعان و پیشران‌های این قسم از گردشگری در تحقق آن است این یافته با یافته پژوهش کیم (۲۰۱۶) و بئو (۲۰۱۷) همسو و همراستا است. **مقوله هوشمندسازی خدمات** نیز از دیگر مقولات مستخرج از خلال مصاحبه‌ها است. هوشمندسازی جامع خدمات گردشگری چون حمل و نقل، خدمات مراکز اقامتی / خدماتی ... و آثار ملموس تاریخی و فرهنگی از مجاری مهم استمرار برنامه‌های هوشمندسازی در صنعت گردشگری است. همچنین کدگذاران پژوهش حاضر در خلال فرآیند تحلیل به استخراج مقوله **حکمرانی هوشمند** دست زده‌اند که از مهم‌ترین پیش‌شرط‌های تحقق این شکل از گردشگری است. این یافته با یافته‌های پژوهش فروندا و همکاران (۲۰۲۳)، اریچلو و میسرا (۲۰۲۱)، زنگویی و همکاران (۱۳۹۹)، محمدزاده (۱۳۹۲)، نادعلی و سفیدچیان (۱۳۹۷) و آقاجانی ریزی (۱۴۰۱) همسو و همراستا است. **رفع محدودیت‌ها** نیز از دیگر مقولات پژوهش حاضر است که بیانگر نقش مهم محدودیت‌ها در عدم شکل‌گیری تام و موفقیت‌آمیز هوشمندسازی گردشگری در ایران است. در این راستا لازم است نهاد-های مربوطه به منظور مرتفع نمودن محدودیت‌های موجود اهتمام ورزند.

شماری از مشارکت کنندگان نیز به پیامدهای تحقق هوشمندسازی گردشگری در ایران اشاره کردند که اکثراً مثبت و در راستای توسعه پایداراند با این همه باید توجه داشت که تحقق و تداوم این آثار مثبت درگروی سیاست‌گذاری و اجرای صحیح طرح‌های هوشمندسازی گردشگری است. مشارکت کنندگان در

مباحث خود اشاره کردند، ممکن است در صورت سیاست‌گذاری نادرست، هوشمندسازی با آثاری منفی چون نفوذ نابرابری به مقاصد گردشگری توأم باشد.

شماری از مشارکت‌کنندگان نیز به عوامل مؤثر در پایداری این شکل از گردشگری اشاره کرده‌اند. مؤلفه‌هایی چون تضمین شفافیت^۱، تضمین مشارکت جامعه محلی، تضمین منافع جامعه محلی و... که در زمره مقوله فوق می‌گنجد، می‌توانند در پایداری این طرح یاری‌رسان باشند. مفاهیم گنجانیده شده در این مقوله با یافته‌های پژوهش یو و همکاران (۲۰۲۶)، فروندا و همکاران (۲۰۲۳) و رایبز و همکاران (۲۰۱۸) همسو و همراستا است. نکته شایان توجه در این خصوص این است که الزامات تحقق گردشگری هوشمند در هم تنیده‌اند و پیاده‌سازی به موقع آن‌ها کلید تداوم و پایداری طرح هوشمندسازی گردشگری است.

پیاده‌سازی الزامات هر بخش به صورت مجزا و بدون توجه به سایر الزامات، در نهایت نتیجه‌ای جز عدم پایداری طرح‌های هوشمندسازی و هدر رفت هزینه را نخواهد داشت. بدین ترتیب پیشنهاد می‌شود نهادها و سازمان‌های مرتبط همسو با هم در فراهم کردن الزامات تحقق این قسم از گردشگری بکوشند. رویکرد «کل‌نگر» توأم با عملکرد هماهنگ بخش‌های مرتبط در زمینه پیاده‌سازی الزامات گردشگری هوشمند از قبیل توسعه عوامل فنی و زیرساختی، توانمندسازی، هوشمندسازی جامع خدمات گردشگری و حاکمیت هوشمند مجرای متقنی جهت تحقق گردشگری هوشمند در ایران است.

منابع

- ابراهیم پور، حبیب؛ رحمتی، منصور و نعمتی، ولی. (۲۰۲۲). «امکان‌سنجی توسعه گردشگری هوشمند با تأکید بر توسعه پایدار (مطالعه موردی: شهر اردبیل)». *مطالعات علوم محیط زیست*. ۷ (۱). ۶۴۲۲-۶۴۲۱.
- آقاجانی ریزی، احسان. (۱۴۰۱). *گردشگری هوشمند و راهبرد تحقق آن در ایران*. تهران: میراث فرهیختگان.
- بیدخوری، علیرضا؛ برهانی‌نیا، محسن و خوشاب، علی. (۲۰۲۲). «شناسایی مؤلفه‌های مؤثر بر گردشگری هوشمند در شهر مشهد». *علوم جغرافیایی*. ۵۹-۸۴ (۳۸). ۱۸.
- پروانه، بهروز؛ عامری سیاهویی، حمیدرضا و تقوی‌گودرزی، سعید (۱۳۸۸). «گردشگری الکترونیک راهکاری نوین در توسعه کانون‌های شهری استان هرمزگان: مطالعه موردی شهر فین». *جغرافیایی چشم‌انداز زاگرس*. ۱ (۲). ۸۹-۱۰۸.

- تافلر، آلون (۱۳۷۶). *شورش‌های موج سوم*. ترجمه: علی. عباد پور. تهران: سروش.
- خسروی، سلیمه السادات و نادری، نادر. (۲۰۲۳). «مدل بازاریابی داده محور در گردشگری هوشمند، رویکرد فراترکیب». *مطالعات مدیریت گردشگری*. ۱۸ (۶۱). ۱۶۹-۲۰۶.
- دشت لعلی، زهرا؛ علیقلی، منصوره و نوربخش، سید کامران. (۱۳۹۹). «شناسایی و اولویت‌بندی عوامل موثر بر گردشگری هوشمند در کشور ایران: مورد مطالعه: شهر اصفهان». *مدیریت کسب و کار*. ۱۲ (۴۸). ۱۹۶-۲۱۲.
- ذوالفقاری، مجتبی و حشمت نژاد، احمد. (۱۴۰۰). «فن آوری‌های نوین و هوشمند در صنعت گردشگری، چالش‌ها و فرصت‌ها». *کنفرانس بین‌المللی مدیریت، گردشگری و تکنولوژی*. ۱ (۳). ۷-۱.
- زنگونی، فرنوش؛ خرازی محمودوندی آذر، زهرا و صالحی صدقیانی، جمشید. (۱۳۹۹). «شناسایی مؤلفه‌های هوشمندسازی گردشگری در ایران». *مطالعات مدیریت کسب و کار هوشمند*. ۳۲ (۸). ۲۳۹-۲۷۲.
- زنگونی، فرنوش، خرازی محمودوندی آذر، زهرا، و صالحی صدقیانی، جمشید. (۱۴۰۱). «هوشمندسازی صنعت گردشگری ایران: تأکیدی بر توانمندسازی اجتماعی و فرهنگی». *مطالعات اجتماعی گردشگری*. ۱۰ (۱۹). ۳۳۵-۳۶۸.
- صالحی کجور، عظیم، رضوی، سیدمحمدحسین، امیرنژاد، سعید، محمدی، نصراله، و تقی پوریان، محمدجواد. (۱۴۰۰). «طراحی الگوی گردشگری هوشمند در صنعت ورزش با رویکرد داده بنیاد». *گردشگری و توسعه*. ۱۰ (۳). ۱۶۷-۱۸۰.
- غفوریان، مهسا. (۱۴۰۲). «راهبردهای تحقق گردشگری هوشمند در شهر مشهد با رویکرد سناریو نویسی». *فصلنامه آینده پژوهی شهری*. ۱ (۳). ۱-۲۹.
- فلاح تفتی، حامد؛ حیدری کوشکنو، مجید و الماسی سروستانی، راضیه. (۱۳۹۷). «شناخت مؤلفه‌های شهروند هوشمند در محیط شهری با رویکرد یادگیری فناورانه: مورد مطالعه: شهر یزد». *اقتصاد و مدیریت شهری*. ۷ (۲۵). ۵۹-۷۶.
- قاسمی نژاد، حسین. (۱۳۸۸). *سیستم‌های حمل و نقل هوشمند*. کنفرانس ملی تصادفات و سوانح جاده‌ای و ریلی.
- قراخانی بهار، امید؛ عبادتی، امید مهدی و سادات رسول، سید مهدی. (۱۳۹۸). *تجزیه و تحلیل مراکز اقامتی گردشگری در ایران با استفاده از کلان داده*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت دانشگاه خوارزمی.
- قربانی، امیر؛ دانایی، ابوالفضل؛ زرگر، سیدمحمد و همیان، هادی. (۱۳۹۸). «پست مدرنیسم و طراحی مدل سازمان هوشمند مدیریت گردشگری مورد مطالعه: دفاتر ارائه خدمات گردشگری و هتل‌های سه ستاره شهر بیرجند». *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*. ۲۸ (۲۸). ۵۰-۶۹.
- کاوه، خدیجه؛ نکویی زاده، مریم و علی‌محمدلو، مسلم. (۱۴۰۰). «شناسایی کاربردهای اینترنت اشیاء برای هوشمندسازی مقاصد و جاذبه‌های گردشگری: یک مرور سیستماتیک». *رشد فناوری*. ۱۸ (۶۹). ۲۱-۳۳.
- کروبی، مهدی؛ ضیایی، محمود؛ محمودزاده، سیدمجتبی و پویان‌زاده، نسترن. (۱۴۰۱). «الگوی مدیریت ازدحام گردشگران در مقصدهای ساحلی مازندران مبتنی بر گردشگری هوشمند». *جغرافیا و توسعه ناحیه‌ای*. ۴ (۴۱). ۲۰۷-۲۴۳.

- مولایی، فهیمه؛ کرکه‌آبادی کامیابی؛ سعید. (۲۰۲۱). «امکان‌سنجی ایجاد دهکده گردشگری هوشمند در مناطق مرزی مطالعه موردی: شهر مرزی آستارا». *پژوهشنامه مطالعات مرزی*. ۹(۳۴)، ۸۷-۷۱.
- مهدی‌زاده، سعید. (۱۳۹۸). سیستم‌های هوشمند سفر و گردشگری و تاثیرات و کارکردهای آن در کارافرینی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، به راهنمایی دکتر محمد باشکوه اجیرلو، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی.
- نادعلی، سوسن، و سفیدچیان، سلمان. (۱۳۹۷). «توان سنجی گردشگری هوشمند با تأکید بر ضرورت‌ها و الزامات زیر ساختی مطالعه موردی کلان شهر مشهد». *جغرافیایی فضای گردشگری*، ۷(۲۸)، ۱۲۵-۱۳۹.
- Buonincontri, P., & Micera, R. (2016). The experience co-creation in smart tourism destinations: a multiple case analysis of European destinations. *Information Technology & Tourism*, 16, 285-315.
- Apriyandi, D. (2024). A Smart Tourism Platform Reference Architecture for Developing Countries (Master's thesis, University of Twente).
- Baggio, R., Micera, R., & Del Chiappa, G. (2020). Smart tourism destinations: a critical reflection. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(3), 407-423.
- Benner, M. (2017). From clusters to smart specialization: Tourism in institution-sensitive regional development policies. *Economies*, 5(3), 26.
- Buhalis, Dimitrios. & Amaranggana, Aditya. (2014) Smart Tourism Destinations Enhancing Tourism Experience Through Personalisation of Services, Conference Tussyadiah, Inversini Information and communication technologies in tourism, Springer International Publishing, Switzerland, pp.377-389.
- Cavalheiro, M. B., Joia, L. A., & Cavalheiro, G. M. D. C. (2020). Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values. *Tourism Planning & Development*, 17(3), 237-259.
- Chuang, C. M. (2023). The conceptualization of smart tourism service platforms on tourist value co-creation behaviours: an integrative perspective of smart tourism services. *Humanities and Social Sciences Communications*, 10(1), 1-16.
- Errichiello, L., & Micera, R. (2021). A process-based perspective of smart tourism destination governance. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2909-2909.
- Errichiello, L., & Micera, R. (2021). A process-based perspective of smart tourism destination governance. *European Journal of Tourism Research*, 29, 2909-2909.
- Femenia-Serra, F., & Ivars-Baidal, J. A. (2021). Do smart tourism destinations really work? The case of Benidorm. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 365-384.

- Foronda-Robles, C., Galindo-Pérez-de-Azpillaga, L., & Fernández-Tabales, A. (2023). Progress and stakes in sustainable tourism: indicators for smart coastal destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1518-1537.
- Foronda-Robles, C., Galindo-Pérez-de-Azpillaga, L., & Fernández-Tabales, A. (2023). Progress and stakes in sustainable tourism: indicators for smart coastal destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1518-1537.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Gretzel, U., Reino, S., Kopera, S., & Koo, C. (2015). Smart tourism challenges. *Journal of Tourism*, 16(1), 41-47.
- Hidayah, N., Suherlan, H., & Putra, F. K. K. (2022). Stakeholders' Synergies in Developing Smart Tourism Destination. A Phenomenographic Study. *Journal of Environmental Management & Tourism*, 13(2), 313-323.
- Huang, C. Derrick. (2016) Smart Tourism Technologies in Travel Planning: The Role of Exploration and Exploitation, Information & Management, Florida Atlantic University, USA.
- Khan, M. S., Woo, M., Nam, K., & Chathoth, P. K. (2017). Smart city and smart tourism: A case of Dubai. *Sustainability*, 9(12), 2279.
- Kim, D. (2016). A Policy Network in Smart Tourism Policymaking: A Korea Case, Masterthesis of Science in Tourism and Hospitality, University of Guelph
- Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). Smart tourism city: Developments and transformations. *Sustainability*, 12(10), 3958.
- Leung, R. (2022). *Development of information and communication technology: from e-tourism to smart tourism. Handbook of e-Tourism*, 23-55.
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism management*, 58, 293-300.
- Luo, L., & Zhou, J. (2021). *BlockTour: A blockchain-based smart tourism platform. Computer Communications*, 175, 186-192.
- McCarthy, J. C. , & Wright, P. C. (2004). *Technology as experience*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Nasution, D. S., & Rahmawati, N. (2021). Smart Tourism Development Post Earthquake and Covid 19 Pandemic in West Nusa Tenggara. *International Journal of Tourism and Hospitality in Asia Pasific (IJTHAP)*, 4(3), 32-47.
- Ndou, V., Hysa, E., & Maruccia, Y. (2023). A Methodological Framework for Developing a Smart-Tourism Destination in the Southeastern Adriatic–Ionian Area. *Sustainability*, 15(3), 2057.

- Novera, C. N., Ahmed, Z., Kushol, R., Wanke, P., & Azad, M. A. K. (2022). Internet of Things (IoT) in smart tourism: a literature review. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 26(3), 325-344.
- OECD (2020) *OECD Tourism Trends and Policies*, available at: https://www.oecd-ilibrary.org/urban-rural-and-regional-development/oecd-tourism-trends-and-policies-2020_6b47b985-en.
- Otowicz, M. H., Macedo, M., & Biz, A. A. (2022). Dimensions of smart tourism and its levels: An integrative literature review. *Journal of Smart Tourism*, 2(1), 5-19.
- Pai, C. K., Liu, Y., Kang, S., & Dai, A. (2020). The role of perceived smart tourism technology experience for tourist satisfaction, happiness and revisit intention. *Sustainability*, 12(16), 6592.
- Pearce, P. L., & Oktadiana, H. (Eds.). (2019). *Delivering Tourism Intelligence: From Analysis to Action* (Bridging Tourism Theory and Practice, Vol. 11). Emerald Publishing.
- Ribes, J. F. P., & Baidal, J. I. (2018). Smart sustainability: A new perspective in the sustainable tourism debate. *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research*, (42), 151-170.
- Rocha, J. (2020). *Smart tourism and smart destinations for a sustainable future*. In *Decent work and economic growth* (pp. 871-880). Cham: Springer International Publishing.
- Santos-Júnior, A., Almeida-García, F., Morgado, P., & Mendes-Filho, L. (2020). Residents' quality of life in smart tourism destinations: A theoretical approach. *Sustainability*, 12(20), 8445.
- Sigala, M., & Chalkiti, K. (2014). Investigating the exploitation of web 2.0 for knowledge management in the Greek tourism industry: an utilization– importance analysis. *Journal of Computers in Human Behavior*, 30(4), Pp:800-812.
- Torabi, Z. A., Shalbafian, A. A., Allam, Z., Ghaderi, Z., Murgante, B., & Khavarian-Garmsir, A. R. (2022). Enhancing memorable experiences, tourist satisfaction, and revisit intention through smart tourism technologies. *Sustainability*, 14(5), 2721.
- Williams, A. M., Rodriguez, I., & Makkonen, T. (2020). Innovation and smart destinations: Critical insights. *Annals of Tourism Research*, 83, 102930. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102930>
- Yoo, C., Kwon, S., Na, H., & Chang, B. (2017). Factors affecting the adoption of gamified smart tourism applications: An integrative approach. *Sustainability*, 9(12), 2162.
- Zahiri Mohd N. (2013) "Getting to the next level of smart government", *MAMPU (The Malaysian Administrative Modernization and Management Planning Unit)*.
- Zeng, Y. (2022, October). Design and Implementation of Smart Tourism System Based on Internet of Things Information Technology. In *Innovative Computing: Proceedings of the 5th*

International Conference on Innovative Computing (IC 2022) (pp. 230-237). Singapore: Springer Nature Singapore .

Zhang, Y., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2022). Investigating the impact of smart tourism technologies on tourists' experiences. *Sustainability*, 14(5), 3048.