

## Studying the Effect of IT on Sustainable Development of Tourism Destinations toward Developing Smart Tourism Destinations (Based on the Meta Synthetize Approach)

Sanaz Shafiee,<sup>1</sup> Ali Rajabzadeh Ghatari,<sup>2</sup> Alireza Hasanzadeh,<sup>3</sup> Saeed Jahanyan<sup>4</sup>

1- Ph.D. Student, Department of Information Technology Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

sanaz.shafiee@modares.ac.ir

2- Associate Prof, Department of Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

alirajabzadeh@modares.ac.ir

3- Associate Prof, Department of Information Technology Management, Tarbiat Modares University, Tehran, Iran

ar\_hassanzadeh@modares.ac.ir

4- Assistant Prof, Department of Management, University of Isfahan, Isfahan, Iran

s.jahanyan@ase.ui.ac.ir

### Abstract

In recent years, the emergence and development of information technology has revolutionized the tourism industry. This new development necessitates the formation of new models for travel behavior, product design, research and assessment which all forms are considered as a new paradigm of tourism management. Despite of information technology potential in transformation of tourism industry, few researches have been conducted concerning its share and role in development of sustainable tourism. This research presents information and communication technology as an innovative method for developing sustainable tourism. The present research is aimed to systematically investigate the findings of literature in the field of the effect of modern information technologies on tourism through adapting the meta-synthesis method. Then, based on the identified codes, concepts, features and necessity of developing sustainable tourism have been explained and discussed. Moreover, this research tries to shed light on the importance of development and implementation of smart tourism destinations. Various scientific bases since the year 2000 were investigated in this research and also, suitable articles were identified using CASP criteria, then the extracted concepts were classified and analyzed using Nvivo10 software. This research can be a suitable tool for identification and familiarization with the concepts of smart tourism destinations.

**Keywords:** Sustainable Tourism, Information and Communication Technology, Smart Tourism, Meta synthetize, Nvivo.

### بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری به منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند (با استفاده از رویکرد فراترکیب)

ساناز شفیعی<sup>۱</sup> علی رجب‌زاده قطری<sup>۲</sup> علیرضا حسن‌زاده<sup>۳</sup> سعید جهانیان<sup>۴</sup>

۱- دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

Sanaz.shafiee@modares.ac.ir

۲- دانشیار گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

alirajabzadeh@modares.ac.ir

۳- دانشیار گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه تربیت مدرس، تهران، ایران

ar\_hassanzadeh@modares.ac.ir

۴- استادیار گروه مدیریت، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران

s.jahanyan@ase.ui.ac.ir

### چکیده

در سال‌های اخیر ظهور و توسعه فناوری اطلاعات به تحول صنعت گردشگری منجر شده است. این توسعه مستلزم شکل‌گیری مدل‌های جدید رفتار سفر، طراحی محصول و پژوهش و ارزیابی است که به نوبه خود، یک الگوی جدید از مدیریت گردشگری را شکل می‌دهد. گردشگری یک صنعت اطلاعات‌محور است و فناوری اطلاعات مانند یک محرک اصلی در صنعت گردشگری عمل می‌کند. با وجود قدرت فناوری اطلاعات در دگرگونی صنعت گردشگری تحقیقات اندکی درباره سهم آن در توسعه پایدار گردشگری انجام شده است؛ بنابراین برای درک عمیقی از این پدیده و مفهوم مقاصد گردشگری هوشمند، از رویکرد تفسیرگرایانه و روش فراترکیب برای جمع‌آوری و یکپارچگی نظرات پیشین، استفاده شده است. مقاله حاضر تلاش کرده است تا با استفاده از روش فراترکیب، یافته‌های مطالعات انجام‌شده را در حوزه تأثیر فناوری اطلاعات بر گردشگری به صورت نظام‌مند بررسی کند و سپس براساس کدهای شناسایی‌شده، مفاهیم، خصوصیات، ابعاد و ضرورت توسعه گردشگری پایدار را معرفی کند و همچنین اهمیت توسعه و پیاده‌سازی مقاصد گردشگری هوشمند را به خاطر آورد. در این تحقیق پایگاه‌های علمی مختلفی از سال ۲۰۰۰ بررسی و مقالات منتخب با استفاده از معیار CASP شناسایی شدند. مفاهیم استخراج‌شده با استفاده از نرم‌افزار NVivo 10 طبقه‌بندی و تحلیل شدند. این مطالعه همچنین می‌تواند ابزار مناسبی برای شناسایی و طبقه‌بندی مفاهیم حوزه مقاصد گردشگری هوشمند باشد.

**کلید واژه‌ها:** گردشگری پایدار، فناوری اطلاعات و ارتباطات، مقاصد گردشگری هوشمند، فراترکیب.

## ۱- مقدمه و بیان مسئله

گردشگری در طول چند دهه گذشته رشد و توسعه زیادی را تجربه کرده و به یکی از بزرگ‌ترین و سریع‌ترین بخش‌های اقتصادی در جهان تبدیل شده است. صنعت گردشگری از پویاترین بخش‌های اقتصاد ملی بسیاری از کشورهاست تا جایی که می‌توان آن را یکی از منابع مهم توسعه اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی به حساب آورد (دل‌بوسکو و همکاران<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). گردشگری، مانند هر فعالیت اقتصادی دیگری، اثرات مضر زیست‌محیطی و اجتماعی-اقتصادی ایجاد کرده است که محصول اصلی آن، یعنی محیط زیست را از بین می‌برد. صنعت گردشگری با استفاده از مفهوم توسعه پایدار در برنامه‌ریزی و رویکرد خود، یعنی گردشگری پایدار، به این مسائل پاسخ داده است. گردشگری پایدار، روندی برای دستیابی به توسعه اقتصادی علاوه بر حفاظت، نگهداری و ارتقای محیط زیست در نظر گرفته می‌شود. امروزه الگوی پایداری به طور عام و در صنعت گردشگری به طور خاص به دغدغه جهانی تبدیل شده و در تحقیقات توسعه گردشگری، مفهوم پایداری، کانون اصلی مباحث علمی و دانشگاهی جهان شده است (بل و مورس<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳).

حوزه دیگری که در کنار مسئله پایداری در رشد اقتصاد گردشگری نقش دارد، فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی هستند. در عصر حاضر، فناوری اطلاعات تأثیر مهمی در صنعت گردشگری دارد و اساساً اثربخشی و بهره‌گیری سازمان‌های گردشگری، روش انجام کسب و کار آنها و راه تعامل مشتری با بهره‌وران را دگرگون کرده است. فناوری اطلاعات، محرک اصلی در صنعت گردشگری است (بوهایلیس و لاو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸). از آنجایی که هم‌اکنون توسعه صنعت گردشگری در گرو استفاده از فناوری اطلاعات است، برای تحقق چشم انداز صنعت گردشگری و رشد در این حوزه،

استفاده و وابستگی به ICT اجتناب ناپذیر است و باید از توانمندی‌ها و منابعی که در این حوزه وجود دارد، نهایت استفاده بشود. حوزه‌های زیادی در گردشگری وجود دارند که ICT را می‌توان در آنها به کار برد؛ توسعه گردشگری پایدار یکی از این فرصت‌ها است. فناوری اطلاعات، روش جدید و نوآورانه‌ای در نظر گرفته می‌شود که می‌تواند توسعه گردشگری پایدار را برای مقاصد تسهیل کند. فناوری‌های اطلاعاتی، ابزارهای راهبردی لازم را برای تسهیل توسعه پایدار گردشگری در مقاصد، مهیا می‌کنند (بوهایلیس، ۲۰۰۳؛ لیبرد<sup>۴</sup>، ۲۰۰۵؛ علی و فرو<sup>۵</sup>، ۲۰۱۴).

از سوی دیگر با توجه به رشد فزاینده گردشگری در کشورهای مختلف به خصوص در دهه اخیر به موضوع پیاده‌سازی مقاصد گردشگری با رویکرد توسعه پایدار توجه شده است؛ با وجود این بررسی‌ها نشان می‌دهد پژوهش‌های اندکی درباره بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری انجام شده است (علی و فرو، ۲۰۱۴). بیشتر پژوهش‌های گذشته به صورت پراکنده و محدود تأثیر فناوری اطلاعات را بر توسعه پایدار گردشگری مطالعه کرده‌اند و نبود یک دیدگاه کلی در آنها محسوس است.

با توجه به اینکه حمایت از توسعه پایدار گردشگری با انتخاب راه‌حل‌های نوآورانه و خلاق در تمام زمینه‌ها امکان پذیر می‌شود (کوکه<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۱۱)، این موضوع فرصتی به محققان برای بررسی مفاهیم مرتبط با هوشمندسازی مقاصد گردشگری داده است (گرتزل<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۵). در چنین شرایطی گردشگری هوشمند به تدریج به صورت روند نوظهوری در حال رشد و توسعه است (ژانگ<sup>۸</sup>، ۲۰۱۵). گردشگری هوشمند تأثیر مهمی در فعال کردن گردشگری فرهنگی، اقتصاد و توسعه اجتماعی و پایداری دارد.

<sup>4</sup> Liburd

<sup>5</sup> Ali and Frew

<sup>6</sup> Cooke

<sup>7</sup> Gretzel

<sup>8</sup> Zhuang

<sup>1</sup> Del Bosque

<sup>2</sup> Bell & Morse

<sup>3</sup> Buhalis and Law

علمی یک رشته تحقیقاتی است و کمک می‌کند تا رشته‌های تحقیقاتی در حال توسعه و توسعه یافته، تثبیت و ساختار یابند (لی<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۵).

در این تحقیق از روش فراترکیب به منظور مقایسه، تفسیر و ترکیب تعاریف مختلف استفاده می‌شود. روش فراترکیب در ماهیت یک روش کیفی است و به صورت یک شیوه مرور نظام‌مند برای جمع‌آوری و انسجام نتایج تحقیقات گوناگون انتخاب شده است. در واقع فراترکیب به جای ارائه خلاصه جامعی از یافته‌ها یک ترکیب تفسیری از یافته‌ها تولید می‌کند. روش فراترکیب یکی از روش‌های کیفی تحقیق است که در آن محقق با تفسیر نتایج مطالعات پیشین، چهارچوب جدیدی را بسط می‌دهد؛ بدین ترتیب ضمن جمع‌آوری آرای پیشین، تصویر جدیدی از موضوع شکل خواهد گرفت. فراترکیب با فراهم کردن یک نگرش نظام‌مند برای پژوهشگران از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف، موضوعات جدید را کشف می‌کند؛ بنابراین نوآوری این رویکرد، ارتقای دانش، آشنایی با مفاهیم و موضوعات و ایجاد دید جامع نسبت به این حوزه پژوهشی است. در این مقاله پس از مروری بر اصول پژوهش، روش پژوهش که شامل روش فراترکیب و کاربرد آن در استخراج نظام‌مند مقالات مرجع و تجزیه و تحلیل اطلاعات آنها است، بررسی شده است. در انتها یافته‌های حاصل از تجزیه و تحلیل مقالات و مفاهیم موجود ارائه شده‌اند. معرفی این مفاهیم کمک شایانی به شناسایی موضوعات پیرامون تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه گردشگری پایدار، مقاصد گردشگری هوشمند، توسعه تحقیقات و بهبود شکاف تحقیقاتی موجود در این حوزه می‌کند.

جست‌وجو در پایگاه‌های اطلاعاتی، نشان می‌دهد تاکنون پژوهشی به منظور شناسایی، طبقه‌بندی و تحلیل مقالات در این حوزه با روش فراترکیب انجام نشده است که از این نظر این پژوهش به نوبه خود نوآوری

هرچند، واضح است که توسعه‌ها به دلایل بسیار هنوز در مراحل ابتدایی خود به سر می‌برند، انتظار می‌رود که گردشگری هوشمند به شدت در بین شهرهای جهان و مقاصد گردشگری رشد داشته باشد با وجود پتانسیل بالای مقاصد گردشگری هوشمند در ارائه بهتر خدمات به گردشگران، استفاده از این فناوری هنوز از منظر محققان به طور مناسبی مورد توجه قرار نگرفته است (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۶). همچنین پژوهش‌های محدودی وجود دارند که تأثیر پیاده‌سازی مقاصد گردشگری هوشمند را در توسعه پایدار مقاصد گردشگری مطالعه کرده باشند (وانگ<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳؛ گرتزل و همکاران<sup>۲</sup>، ۲۰۱۵؛ گو<sup>۳</sup>، ۲۰۱۴). تحقیقات موجود برای توسعه مناسب گردشگری هوشمند کافی نیستند و چهارچوب نظری پایه برای مقاصد گردشگری هوشمند به طور نظام‌مند ارائه نشده است (تو و لیو<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴). در ایران پیاده‌سازی مقاصد گردشگری هوشمند در ابتدای راه توسعه خود قرار دارد و با وجود ضرورت توسعه گردشگری در ایران به فناوری مذکور کمتر توجه شده است.

از آنجاکه این حوزه پژوهشی نسبتاً جدید است، تاکنون تلفیق کاملی از مقالات موجود در این حوزه انجام نشده است؛ بنابراین برای هدایت تحقیقات آینده و درک صحیح مفاهیم، اهداف، ویژگی‌ها و شناسه‌های تأثیرگذار بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری، مرور نظام‌مند اصول این حوزه ضروری به نظر می‌رسد. از این رو این تحقیق قصد دارد تا با مرور منظم پژوهش‌ها، خلاصه مطالعات انجام شده در این حوزه را با شیوه نظام‌مند و علمی در اختیار پژوهشگران و سیاست‌گذاران این بخش قرار دهد. بررسی اصول این حوزه به طور خاص به دلیل رشد سریع مقالات علمی منتشر شده، اهمیت دارد و جزء ضروری برای توسعه

<sup>1</sup>Wang

<sup>2</sup>Gretzel

<sup>3</sup> Guo

<sup>4</sup>Tu & Liu

<sup>5</sup>Lee

علم روز پیشرفت کرده است و از ابزارهای نوین برای ارتقای خود استفاده می‌کند. امروزه نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات و صنعت گردشگری بر رشد اقتصادی کشورها بر کسی پوشیده نیست. با بهره‌گیری از فضای اینترنت و به وجود آمدن گردشگری الکترونیکی، فناوری اطلاعات و ارتباطات، یکی از عناصر اساسی گردشگری به شمار می‌رود و کارایی این صنعت را افزایش داده است. با رقابتی و پیچیده‌تر شدن روزافزون مقاصد گردشگری، فناوری اطلاعات و ارتباطات برای هماهنگی فعالیت‌ها و خدمات، قبل و بعد از بازدید ضروری است. مرتبط کردن سازمان‌های گردشگری، آنها را به ارائه خدماتی در زمان واقعی قادر می‌سازد و همچنین از داده‌ها به صورت مرکزی برای مدیریت فنی و راه‌بردی در سطح خرد و کلان استفاده می‌شود (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۵). از سال ۲۰۰۵ با توسعه استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی برخی محققان نقش این فناوری را در گردشگری بررسی کردند. از سال ۲۰۰۸ به بعد نیز با توجه به رشد و توسعه استفاده از فناوری‌های اطلاعاتی، افزایش تعداد کاربران اینترنت و توسعه شبکه‌های جهانی ارتباطات اینترنتی، این صنعت به یکی از روش‌های اصلی توسعه گردشگری تبدیل شد و سیر تحقیقات به سمت تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری و پایداری معطوف شد. به دنبال آن توسعه پایدار گردشگری و گردشگری پایدار کلیدی‌ترین کلمات در پژوهش‌های حوزه گردشگری شدند و ارزیابی پایداری گردشگری در تحقیقات مختلف در کانون توجه قرار گرفت (لو و نیال<sup>۱</sup>، ۲۰۰۹). فوجس و هوپکن<sup>۲</sup> در پژوهش خود در سال ۲۰۰۵ مشاهده کردند که استفاده از اطلاعات برای تصمیم‌گیری بسیار ضعیف بوده است و توان درونی فناوری اطلاعات و ارتباطات در صنعت گردشگری در حمایت از

دارد. همچنین این پژوهش در انتها مقاصد گردشگری هوشمند را رویکرد نوین و ابزار کاربردی برای توسعه پایدار مقاصد گردشگری معرفی می‌کند و اهمیت توسعه و پیاده‌سازی مقاصد گردشگری هوشمند را با رویکرد توسعه پایدار نشان می‌دهد. با توجه به نبود پژوهش‌های جامع در زمینه مقاصد گردشگری هوشمند در کشور، یافته‌های این پژوهش می‌تواند گام نخستین مؤثری برای پژوهش‌های آینده در این زمینه باشد. همچنین یافته‌های این پژوهش برای سیاست‌گذاران بخش دولتی در برنامه‌ریزی فراهم کردن بستر مناسب به منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند مفید خواهد بود.

## ۲- سؤالات پژوهش

- ۱- تعریف و ضرورت گردشگری پایدار چیست؟
- ۲- بهره‌گیری از فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه پایدار مقاصد گردشگری چه تأثیری دارد؟ ضرورت توسعه و پیاده‌سازی گردشگری پایدار با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین اطلاعاتی چیست؟
- ۳- پیاده‌سازی مقاصد گردشگری هوشمند بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری چه تأثیری دارد؟

## ۳- ضرورت پژوهش

در جهانی که با چالش‌ها اقتصادی، اجتماعی و محیطی متعددی روبه‌روست، صنایع مختلف باید خدمات و فرایندهای خود را با فناوری اطلاعات و ارتباطات هم‌راستا کنند. گردشگری صنعتی اطلاعات محور است؛ به همین دلیل توسعه سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات به صورت مؤثر و چشمگیری صنعت گردشگری را متحول کرده است (بوهالیس، ۲۰۰۳). از این رو به نظر می‌رسد رویکرد سنتی به گردشگری امروزه نمی‌تواند کارگشا باشد و با زیرساخت‌های فعلی نمی‌توان به رونق گردشگری در همه حوزه‌های آن امیدوار بود؛ زیرا گردشگری نیز صنعتی است که همچون سایر صنایع با

<sup>1</sup>Lu and Nepal

<sup>2</sup>Fuchs & Hopken

پژوهش‌های ترکیبی که خلاصه مطالعات انجام شده در یک موضوع خاص را به شیوه نظام‌مند و علمی، فراروی پژوهشگران قرار می‌دهند، گسترش روزافزون یافته است. یکی از روش‌هایی که برای بررسی، ترکیب و آسیب‌شناسی مطالعات پیشین در چند سال گذشته معرفی شده است، فرامطالعه است (محرر و جعفرنژاد، ۱۳۹۲). فرامطالعه تجزیه و تحلیل کارهای مطالعاتی در یک حوزه خاص است. در سال‌های گذشته بیشتر از فراتحلیل نام برده شده است، ولی باید گفت که فرامطالعه با واژه‌هایی همچون «فرا تحلیل»، «فرا ترکیب»، «فرا تئوری» و «فراروش» متفاوت است؛ فرامطالعه همه این مفاهیم را دربرمی‌گیرد. فراتحلیل که عمدتاً طی چند سال گذشته بارها از آن استفاده شده است، نوعی فرامطالعه کمی است که فقط روی نتایج مطالعات گذشته انجام می‌شود. فرامطالعه اگر به صورت کیفی و روی مفاهیم کاربردی در مطالعات گذشته انجام گیرد، به نام «فرا ترکیب» شناخته می‌شود؛ اگر فقط در حوزه روش‌شناسی کارهای گذشته باشد، به «فراروش» معروف است و چنانچه این فرامطالعه فقط در حوزه الگوها و چارچوب‌های پژوهش‌های گذشته باشد، «فرا تئوری» نامیده می‌شود (زیمِر<sup>۲</sup>، ۲۰۰۶؛ محرر و جعفرنژاد، ۱۳۹۲).

با توجه به اینکه رویکرد فراترکیب می‌تواند یک ترکیب تفسیری از یافته ایجاد کند، با فراهم کردن یک نگرش نظام‌مند برای پژوهشگران از طریق ترکیب پژوهش‌های کیفی مختلف، موضوعات و استعاره‌های جدید و اساسی را کشف می‌کند. با توجه به نبودن موضوع پژوهش پیش رو، به نظر می‌رسد روش فراترکیب روش مناسبی برای جمع‌آوری اطلاعات در این حوزه پژوهشی است. به عبارتی، فراترکیب، ترکیب تفسیری از داده‌های اصلی مطالعه منتخب است. روش فراترکیب، یک شیوه مرور نظام‌مند برای جمع و یکپارچگی نتایج تحقیقات گوناگون مرتبط

تصمیم‌گیری مدیریتی تا حد زیادی ناشناخته و بهره‌برداری نشده است. درحالی که امروزه گردشگری پایدار، مبنای اصلی در توسعه گردشگری شناخته می‌شود، اما اثرات منفی گردشگری در مقیاس‌های بزرگ‌تر همچنان ادامه می‌یابد و نیاز به راه‌حل‌های واقعی و عملی احساس می‌شود. با وجود اطلاعات فراوان در زمینه گردشگری پایدار، درک درستی از این پایداری وجود ندارد و در حوزه عملی فعالیت‌های کمی مشاهده می‌شود. همچنین دانش و اطلاعات مربوط به این موضوع به صورت مؤثر و کارآمد گسترش نیافته است و این مستلزم توجه بیشتر برنامه‌ریزان و مدیران گردشگری است (روهانن<sup>۱</sup>، ۲۰۰۸). با توجه به روند رشد فناوری‌های اطلاعاتی، هم‌اکنون کشورها نمی‌توانند بدون توجه به تأثیر فناوری‌های نوین نسبت به توسعه گردشگری اقدام کنند و درعین حال پایداری آن را تضمین نمایند. از دیدگاه صنعت، توجه به توسعه هوشمند به‌خصوص در مقاصد گردشگری شایان توجه است و بر آینده مقاصد تأثیرگذار است. با وجود این مقاصد گردشگری و بهره‌وران آن در حال حاضر با مشکلاتی روبه‌رو هستند. از سوی دیگر با توجه به جدید بودن حوزه گردشگری هوشمند داخل کشور، مطالعات اندکی در این حوزه انجام شده است؛ بنابراین ارائه مفاهیم مرتبط با این حوزه اهمیت خاصی دارد. مقاصد گردشگری هوشمند با بهره‌گیری از رویکردهای نوآورانه و فناوری‌های نوین و افزایش پایه‌های فناوری گردشگری به افزایش اشتغال و رشد اقتصادی پایدار منجر می‌شود (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۶).

#### ۴- روش‌شناسی پژوهش

در سال‌های اخیر با رشد مطالعات در حوزه‌های مختلف علوم و روبه‌رو شدن جامعه علمی با انفجار اطلاعات، اندیشمندان در عمل به این نتیجه رسیده‌اند که اطلاع و تسلط بر تمام ابعاد یک رشته و به‌روزر بودن در این زمینه تا حدود زیادی امکان‌پذیر نیست؛ بنابراین انجام

<sup>2</sup>Zimmer

<sup>1</sup>Ruhanen

همچنین در این پژوهش برای تحلیل کیفی متون استخراج شده از مقالات از نرم افزار NVivo10 استفاده شده است. این نرم افزار برای تجزیه و تحلیل کیفی متون پژوهش به کار می رود و توانایی کدگذاری متون مختلف و تحلیل و ارتباط بین آنها را برای محقق فراهم می کند.

#### ۴-۱- مرحله اول: تنظیم سؤال پژوهش

مرحله نخست روش انجام فراترکیب، تنظیم سؤال پژوهش است. با توجه به هدف این پژوهش باید برای درستی روند روش فراترکیب و تکمیل پژوهش به سؤالات what, who, when و how پاسخ مناسب داده شود.

**What** (چه چیزی): شناسایی تعریف و مفاهیم گردشگری پایدار، مقاصد گردشگری هوشمند و تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری.

**Who** (چه کسی): جامعه مطالعه: در فراترکیب، متن پژوهش های گذشته به صورت مروری و پژوهشی، داده ها محسوب می شوند؛ بنابراین جامعه آماری این پژوهش همه پژوهش های انجام شده در حوزه تأثیر فناوری اطلاعات بر گردشگری پایدار است که در نشریات علمی معتبر، کنفرانس ها و پایگاه اینترنتی معتبر چاپ شده اند.

**When** (چه زمانی): محدودیت و چهارچوب زمانی مطالعه: در این پژوهش سعی می شود اصول موضوع بسیار دقیق مطالعه شود. با وجود این از آنجا که این حوزه جدید و نو است، تحقیقات در این حوزه از سال ۲۰۰۰ به بعد هستند.

**How** (چگونه): روش انجام مطالعات: در فراترکیب متن پژوهش های قبلی، داده های ثانویه محسوب می شوند. در این پژوهش، اسناد و مدارک مطالعه در بردارنده همه پژوهش های انجام شده در حوزه تأثیر فناوری اطلاعات بر گردشگری پایدار است. از آنجا که مقالات این حوزه به دلیل نبودن موضوع، زیاد نیستند، مقالاتی انتخاب شده اند که بیشترین نزدیکی را با قلمروی حوزه پژوهش داشته باشند.

با موضوع تحقیق است. انواع مطالعات کیفی و کمی (نتایج و مطالعات کیفی مربوط به آن) در فراترکیب به کار برده می شود. این مطالعات می توانند فقط به مقالات چاپ شده در مجلات معتبر<sup>۱</sup> منحصر باشند و یا انواع دیگر مطالعات نظیر کتاب، فصولی از یک کتاب، گزارشات (منتشر شده یا منتشر نشده) و پایان نامه ها را شامل شوند. برای انتخاب مطالعات (منتشر شده یا منتشر نشده) نباید محدودیتی در نظر گرفت تا بتوان از تمام قابلیت های مقالات موجود بهره برد و از تمام داده های ارزشمند استفاده کرد. طبق یکی از نظریه های موجود، تعداد مطالعات ورودی به حوزه فراترکیب تا رسیدن به اشباع اطلاعاتی افزایش داده می شود. به عبارتی ترکیب تا جایی ادامه می یابد که محقق اطمینان یابد درک کاملی از پدیده مطالعه اش حاصل شده است (جنسون و تورن<sup>۲</sup>، ۲۰۰۴). برای فراترکیب ساندولسکی و باروسو روش ۷ گامی را معرفی می کنند (ساندولسکی و باروسو<sup>۳</sup>، ۲۰۰۶). در این پژوهش از این روش هفت مرحله ای استفاده شده است.

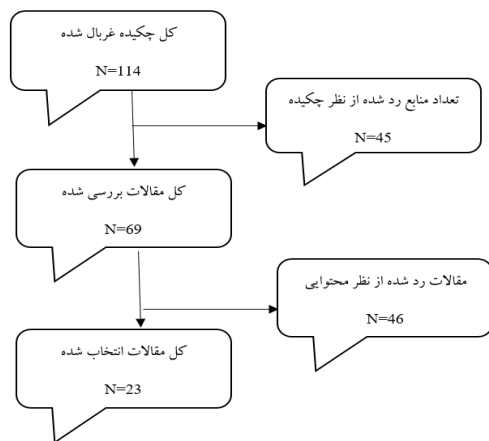


شکل ۱: مراحل فراترکیب (ساندولسکی و باروسو، ۲۰۰۶)

<sup>۱</sup>Peer review

<sup>۲</sup>Thorn & Jensen,

<sup>۳</sup>Sandelowski and Barroso



شکل ۲: نتایج جست‌وجو و انتخاب مقالات

## ۲-۴- مرحله سوم: جست‌وجو و انتخاب

### مقالات مناسب

در فراترکیب نویسنده باید بتواند جزئیات جست‌وجو بین مقالات را به‌طور صریح و شفاف شرح دهد و میزان جامع بودن آن را توضیح دهد. متون و مقالات بررسی شده در این پژوهش همه مطالعاتی است که با هدف تحقیق مرتبط باشند. به این منظور، مقالات با استفاده از واژه‌های کلیدی منتخب شناسایی شد. در جدول ۱ نتایج جست‌وجو در پایگاه داده‌های مختلف آمده است. یکی از مراحل مهم فراترکیب مشخص کردن معیارهایی برای پذیرش مقالات برای به‌کارگیری در گام‌های بعدی فراترکیب و نیز تدوین معیارهایی برای نپذیرفتن مقالات طی این فرایند است. ارزیابی انتقادی<sup>۲</sup> جزء مهمی از بررسی نظام‌مند مطالعات کیفی برای جلوگیری از ورود یافته‌های ضعیف در مطالعات است (آتکین<sup>۳</sup>، ۲۰۰۸). کاربرد معیارهای کیفی در تحقیقات کیفی به‌طور گسترده بحث شده است؛ اما در حال حاضر هیچ توافقی در اینکه چه معیارهایی وجود دارد و شیوه اعمال و استفاده آنها وجود ندارد (کامپیل<sup>۴</sup>، ۲۰۰۳). در این پژوهش برای تعیین دقت و اعتبار مقالات منتخب از ابزار CASP (برنامه مهارت ارزیابی حیاتی<sup>۵</sup>) استفاده شده است. این

## ۲-۳- مرحله دوم: بررسی ادبیات موضوع

### به شکل نظام‌مند

متون و مقالات در این روش همه تحقیقاتی را شامل می‌شود که باسئالات پژوهش مرتبطند. در این مرحله مقالات با استفاده از واژه‌های کلیدی منتخب شناسایی شد. منابع اطلاعاتی استفاده‌شده در این پژوهش، مقالات انگلیسی موجود در پایگاه‌های علمی منتخب هستند. در این پژوهش پایگاه‌های داده از سال ۲۰۰۰ به بعد بررسی شده است. مقالات انتخابی در طی چندین مرحله، ارزیابی و تعدادی از آنها به دلیل تطابق نداشتن با معیارها حذف شدند. ابتدا با بررسی عنوان مقالات با توجه به همخوانی با موضوع، سؤال، هدف و رویکرد پژوهش، تعدادی از مقالات برای بررسی ابتدایی انتخاب شد. در مرحله بعد با بررسی بخش چکیده، روش و نتیجه‌گیری مقالات ۲۹ مقاله گزینش شد. در نهایت پس از مطالعه کامل محتوای مقالات، ۲۳ عنوان مقاله مناسب پژوهش حاضر برای استخراج اطلاعات برگزیده شد. در پژوهش کیفی، حجم نمونه بر اساس اطلاعات داده‌شده به محقق ارزیابی می‌شود. در این نوع مطالعات، رسیدن به اندازه نمونه ۱۲ مقاله یا کمتر عادی است. اگر نمونه به دست آمده دقیق و به صورت نظام‌مند با رعایت اصول کیفی، انتخاب و بررسی شود، بدون شک تمام اطلاعاتی را که محقق در جست‌وجوی آن است، پوشش می‌دهد (گوبا و لینکن<sup>۱</sup>، ۱۹۸۵).

نام پایگاه	تعداد مقالات	مقالات نهایی
Science direct	۱۰	۲
springer	۱۹	۸
emerald	۴	۱
Scopus	۵	۲
IEEE explore	۹	۱
Taylor & Francis	۳	۱
Google scholar	۱۹	۸
جمع	۲۳	

<sup>۲</sup>Critical appraisal

<sup>۳</sup> Atkins

<sup>۴</sup> Campbell

<sup>۵</sup> Critical Appraisal Skills Programme

<sup>۱</sup>Guba and Lincoln

خلاصه نشان داده شده است). سپس کدهای کلیدی مرتبط شناسایی و دسته بندی شدند. در پژوهش حاضر، اطلاعات مقالات به صورت منبع هر مقاله، نام و نام خانوادگی نویسنده، سال انتشار، نوع مقاله، محل چاپ و اطلاعات مهم مربوط به سؤال پژوهش مقاله ثبت می شود. برای تحلیل اطلاعات کیفی مقالات و کدگذاری اطلاعات در شکل دادن مفاهیم از نرم افزار NVivo10 استفاده شده است. NVivo ابزار قدرتمندی است که برای سهولت تجزیه و تحلیل داده های کیفی پژوهش حاضر به کار رفته است. NVivo به محققان توانایی طبقه بندی و خلاصه سازی نتایج کدگذاری شده را به بهترین شکل می دهد (سوترایادو (Sotiriadou) و همکاران، ۲۰۱۴).

### ۳-۵- مرحله پنجم: تجزیه و تحلیل و

#### ترکیب یافته های کیفی

بر اساس کدهای اصلی و فرعی شناسایی شده و تحلیل کدها به سؤالات پژوهش پاسخ داده شد که در بخش یافته های پژوهش، پاسخ سؤالات آمده است.

ابزار به محقق در برآورد دقت، اعتبار و اهمیت مطالعات کیفی پژوهش کمک می کند. بدین منظور یک پرسش نامه از معیارهای ارزیابی CASP، ایجاد و به هر سؤال بر اساس محتویات هر مقاله امتیازی داده شد. ارزیابی نهایی مقالات بر اساس ۱۰ معیار این پرسش نامه صورت گرفته است (در مرحله ۶ فراترکیب، شیوه امتیازدهی مقالات بر اساس این معیار بررسی شده است).

### ۳-۴- مرحله چهارم: استخراج اطلاعات

#### متون

در این پژوهش برای تحلیل اطلاعات موجود از روش مرور نظام مند مقالات استفاده شده است. بر اساس ۲۳ مقاله نهایی، انتخاب فرایند استخراج اطلاعات از این مقاله ها انجام شد. در پژوهش حاضر، ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعه مقالات به صورت کد در نظر گرفته شد و سپس این کدها با توجه به مفهوم و محتوایشان در یک مفهوم مشابه دسته بندی شدند تا به این ترتیب مفاهیم و موضوعات پژوهش با ترکیب کدهای مشابه شکل داده شوند (مفاهیم استخراج شده از پژوهش در جدول ۲ به طور

جدول ۲: طبقه بندی یافته ها

موضوع	زمینه	کد	منابع
گردشگری پایدار	بعد محیطی	مدیریت منابع طبیعی	(علی و فرو، ۲۰۱۴)؛ (علی و همکاران، ۲۰۰۹)؛ (والسیس و همکاران، ۲۰۱۲)؛ (هاجالجیر، ۲۰۱۰)؛ (لی و همکاران، ۲۰۰۸)؛ (بودینیو، ۲۰۱۲)؛ (توری و جانگ، ۲۰۱۰)؛ (ماهالیک و همکاران، ۲۰۱۲)؛ (داد، ۲۰۱۲)؛ (شمس، ۲۰۱۴)؛ (وال و همکاران، ۲۰۰۶) (تما و همکاران، ۲۰۱۶)
		توجه به محیط زیست	
		تنوع زیستی	
		جذابیت شرایط طبیعی	
		استفاده از منابع تجدیدپذیر	
		مدیریت منابع گردشگری	
		کارآفرینی	
	بعد اقتصادی	بهره وری	
		سرمایه گذاری روی تسهیلات فناوری اطلاعات	
		مصرف انرژی	
		تولید ناخالص داخلی	
		نرخ اشتغال در بخش گردشگری	
	بعد اجتماعی-	مشارکت در تصمیم گیری	



	فرهنگی	توسعه زیرساخت		
		فرهنگ گردشگرپذیری		
		انعطاف پذیری		
		دسترسی به امکانات و خدمات عمومی		
		دسترس پذیری		
		جذابیت مقاصد		
		سطح کیفیت خدمات		
	سیاست‌ها و قوانین و مقررات	تطبیق با معیارهای محیطی		
		بررسی مقررات قانونی موجود در زمینه توسعه گردشگری		
		شناسایی گروه‌های بهره‌ور		
		شناسایی مسائل قانونی اصلی		
		شناسایی شکاف‌ها و محدودیت‌ها		
	تأثیر فناوری اطلاعات	کاهش هزینه ارتباطات		(شفیعی، ۲۰۱۳)؛ (واسیس و همکاران، ۲۰۱۲)؛ (شمس، ۲۰۱۴)؛ (گوسلینگ، ۲۰۱۶)؛ (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۵)؛ (زانگ و همکاران، ۲۰۱۴)؛ (بوهالیس و آرمانگاران، ۲۰۱۳)؛ (علی و همکاران، ۲۰۰۹)؛ (بوهالیس و همکاران، ۲۰۰۵)
		تغییر شبکه‌های توزیع گردشگری سنتی		
		افزایش تقاضا		
		بهره‌وری و بهینه‌سازی منابع		
		تغییر نگرش گردشگران		
		مدیریت پایدار منابع		
		بهبود تجربیات گردشگران		
مدیریت بهتر خدمات				
پیش‌بینی نیاز گردشگران				
ذخیره و خرید آنلاین خدمات				
مقاصد گردشگری هوشمند	اهداف/قابلیت‌ها	نظارت، تسهیل خدمات	(فسنمایر و همکاران، ۲۰۱۶)؛ (زانگ، ۲۰۱۵)؛ (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۵)؛ (پترنیک، ۲۰۱۳)؛ (بوهالیس و آرمانگاران، ۲۰۱۳)؛ (علی و فرو، ۲۰۰۹)؛ (علی و فرو، ۲۰۱۴)؛ (سنگ، ۲۰۱۴)؛ (زانگ و همکاران، ۲۰۱۴)	
		ایجاد نوآوری		
		بهبود رقابت پذیری شرکت‌ها		
		پیش‌بینی نیازهای کاربر		
		به اشتراک گذاشتن تجارب		
		بهبود تجارب گردشگران		
		افزایش رقابت پذیری		
		بهبود کیفیت زندگی ساکنان		
		بهبود کیفیت زندگی گردشگران		
		تضمین توسعه پایدار مناطق گردشگری		
		ادغام با محیط زیست		
		سهولت تعامل گردشگران		
	تقویت پویایی و افزایش انعکاس شرایط واقعی			
تحلیل و استفاده از کلان‌داده‌ها				
موانع‌ها	محاسبات ابری			
	اینترنت اشیا			
	خدمات اینترنتی کاربر نهایی			

## ۳-۶- مرحله ششم: کنترل بر کیفیت

در این پژوهش تلاش شده است که همه مقالات منتخب از مجلات و پایگاه‌های معتبر انتخاب شوند؛ بنابراین مقالاتی که از درجه اعتبار کافی برخوردار نبودند، از فرایند فراترکیب حذف شدند. همچنین از ابزار CASP برای بررسی روایی فراترکیب استفاده شد. این ابزار ۱۰ سؤال دارد که اهداف مطالعه، منطق روش، طرح مطالعه، روش نمونه‌برداری، جمع‌آوری داده‌ها، انعکاس‌پذیری، ملاحظات اخلاقی، دقت تجزیه و تحلیل داده‌ها، بیان واضح و روشن یافته‌ها و ارزش پژوهش را شامل می‌شود. امتیاز داده‌شده به هر مقاله از ۰ تا ۵ است. در این پژوهش کمترین امتیاز لازم برای هر مقاله ۳۰ در نظر گرفته شد. برای این منظور تمام پژوهش‌های منتخب به کمک ۱۰ معیار CASP ارزشیابی و مشاهده شد که ۲۳ کار پژوهشی ارزش بالاتر از ۳۱ داشتند. همچنین شیوه کدگذاری و طبقه‌بندی اطلاعات نیز چندبار بررسی شد. همه این فعالیت‌ها برای تضمین کیفیت یافته‌های پژوهش انجام شده است. بر اساس امتیازهای دریافت‌شده ۲۳ مقاله برگزیده شدند. کمترین میانگین امتیاز داده‌شده به مقالات ۳۱ و بیشترین آن ۴۸ بوده است که ۱۷ مقاله در دسته امتیازی عالی (۴۰-۵۰) و ۶ مقاله در دسته خیلی خوب (۳۱-۴۰) هستند؛ از این رو می‌توان گفت مقالات منتخب برای تجزیه و تحلیل اطلاعات در این پژوهش در سطح شایان قبولی قرار دارند (شیوه امتیازبندی مقالات بر اساس ۱۰ معیار برنامه مهارت ارزیابی حیاتی در پیوست مقاله آمده است). همچنین روش کدگذاری و طبقه‌بندی اطلاعات نیز بارها بررسی شد. همه این فعالیت‌ها برای تضمین کیفیت یافته‌های پژوهش انجام شده است. یکی از ابزارهای اصلی برای دستیابی به بیشترین میزان روایی نظری و عملی، استفاده از نظر خبرگان در تأیید و اعتباربخشی به دستاوردهای

پژوهش است که از طریق آن افراد خبره و خبره‌فرایندها و نتایج یک مطالعه را به طور مستمر بررسی و نقد می‌کنند. با توجه به این موضوع، محقق در این پژوهش برای نظارت بر مفاهیم استخراجی خود و ارزیابی پایایی از مقایسه نظرات خود با یک خبره دیگر نیز بهره برده است. در این مرحله از فرد خبره خواسته شد دیدگاه‌های خود را در رابطه با روش انتخابی فراترکیب برای انجام پژوهش، مناسب و کافی بودن مقالات منتخب، روش انتخاب مقالات، پوشش داده‌شدن حوزه مورد نظر در مقالات و مفاهیم و کدهای استخراج‌شده از مقالات بیان کند تا از این طریق ارزیابی کیفی مقالات (نمره‌دهی) را به کمک ابزار CASP نیز انجام دهد. زمانی که دو رتبه‌دهنده، پاسخ را رتبه‌بندی می‌کنند، برای ارزیابی میزان توافق بین آن دو از شاخص کاپای کوهن استفاده می‌شود. شاخص کاپا فقط برای متغیرهایی استفاده می‌شود که سطح سنجش آنها یکی باشد و همچنین تعداد طبقات آنها با یکدیگر برابر باشد. مقدار شاخص کاپا بین صفر تا یک نوسان دارد. هرچه مقدار این سنججه به عدد یک نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده توافق بیشتر بین رتبه‌دهندگان است و زمانی که مقدار کاپا به عدد صفر نزدیک‌تر باشد، توافق کمتر بین آنها را نشان می‌دهد (ویرا و گارت<sup>۱</sup>، ۲۰۰۵). رابطه کاپا به صورت ذیل است:

$$kappa = \frac{po - pe}{1 - pe}$$

در این رابطه Po توافقات مشاهده‌شده و Pe توافقات مورد انتظار است. در واقع کاپا روشی برای تأیید پایایی مؤلفه‌های استخراج‌شده دو کدگذار است. برای بررسی نتایج استخراجی از طریق ضریب توافق بین دو کدگذار با شاخص کاپا<sup>۲</sup> از نرم‌افزار SPSS

<sup>1</sup> Viera & Garrett

حفاظت از محیط زیست، یک مسئله است که امروزه پیش روی بسیاری از متخصصان گردشگری قرار دارد. صنایع گردشگری، در حال توسعه گردشگری پایدار به عنوان روندی برای کسب اهداف توسعه اقتصادی علاوه بر حفاظت، حراست و بهبود محیط زیست هستند (اسواربروک<sup>۲</sup>، ۱۹۹۹). متعادل سازی رشد اقتصادی و حفاظت از محیط زیست، مشکلی است که متخصصان گردشگری همچنان با آن روبه‌رو هستند.

مفهوم پایداری در توسعه گردشگری از تفکر جهانی مربوط به تأثیر آینده فعالیت‌های اقتصادی با توجه بیش از پیش به محیط زیست و مسائل بوم‌شناختی ناشی شده است. گردشگری پایدار مفهوم اساسی برای صنعت گردشگری است و توافق نظر بسیاری وجود دارد که گردشگری باید پایدار باشد (توری و جانگ، ۲۰۱۰). گردشگری پایدار، پایه‌ها و اساس جامع تر خود را بر طبق رابطه نزدیک با مفهوم توسعه پایدار دارد. گزارش برانتلند<sup>۳</sup> کاربردی ترین تعریف از توسعه پایدار را با عنوان «رفع نیازهای کنونی بدون به خطر انداختن توانایی نسل‌های آینده برای رفع نیازهای خود» ارائه کرد (کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه، ۱۹۸۷). توسعه گردشگری پایدار، رویکرد مثبت، جامع و یکپارچه‌ای برای توسعه صنعت گردشگری است که دربردارنده مدیریت منابع و همکاری با بهره‌وران برای کارایی بلندمدت و کیفیت منابع اجتماعی، اقتصادی و زیست-محیطی است (علی و فرو، ۲۰۰۹).

مقاصد گردشگری، مناطقی هستند که اثرات عمده گردشگری در آنها رخ می‌دهند و این اثر به طور قدرتمندی در آنجا محسوس است. نگرانی عمومی و روبه‌رشدی از شیوه توسعه به صورت پایدار در مقاصد گردشگری وجود دارد. مجموعه‌ای از نظریه‌ها، فنون و

استفاده شد. با در نظر گرفتن تعداد زمینه‌های ایجاد شده مشابه و مختلف، مقدار شاخص کاپا برابر ۰,۷۱۱ به دست می‌آید که با توجه به قرار گرفتن ضریب در دسته ۰,۶۱ - ۰,۸۰ می‌توان گفت ضریب توافق در سطح خوبی هستند و مقالات استخراج شده با روش فراترکیب از پایایی خوبی برخوردارند.

### جدول ۳: آزمون توافق کدگذاری میان پژوهشگر و خبره

	Value	Asymp. Std. Error <sup>a</sup>	Approx. T <sup>b</sup>	Approx. Sig.
Measure Kappa of Agreement	.711	.122	4.663	.000
N of Valid Cases	33			

### ۳-۷-۲- مرحله هفتم: ارائه یافته‌ها

### ۳-۷-۱- تعریف گردشگری پایدار و

### ضرورت توسعه آن

گردشگری مانند بسیاری از فعالیت‌های اقتصادی، اثرات اقتصادی منفی زیست محیطی و اجتماعی ایجاد کرده است که به شکل شکفت آوری به تخریب درونی و واقعی جاذبه‌های اصلی آن منجر شده است. باین حال، شواهد نشان می‌دهد که صنعت گردشگری باید جست‌وجوی تعادل مناسب بین میزان رشد اقتصادی و حفاظت از محیط زیست را شروع کند. سهم گردشگری اکنون با گردشگری پایدار که به صورت حرکتی برای دستیابی به توسعه اقتصادی در عین حفاظت، نگه‌داری و ارتقای محیط زیست تبلیغ می‌شود، بیشتر مورد بررسی قرار می‌گیرد. (علی و فرو، ۲۰۱۴). گردشگری مانند بسیاری از فعالیت‌های تجاری، اثرات فرهنگی-اجتماعی، محیط زیستی مفید و مضر داشته است که برخی از آنها ممکن است غیر قابل بازگشت باشند. ایجاد تعادل بین رشد اقتصادی و

<sup>2</sup> Swarbrooke  
<sup>3</sup> Brundtland

<sup>2</sup> Kappa value  
<sup>1</sup> Ali and Frew

فلسفه‌ها برای کاوش و توضیح گردشگری پایدار توسعه یافته است. گردشگری پایدار نمی‌تواند بدون تداوم منابع طبیعی، فرهنگ و آداب و رسوم جوامع میزبان وجود داشته باشد.

آشکار است که رویکرد سنتی صنعت گردشگری به تجدید نظر ساختاری نیاز دارد. با توجه به پیشرفت‌های انجام شده در جوامع کنونی رویکرد توسعه پایدار گردشگری ضروری است. بیشتر تحقیقات درباره توسعه گردشگری پایدار کانون توجه خود را روی نظریه پردازی و پی‌ریزی سیاسی متمرکز کرده‌اند؛ درحالی که مسئله واقعی در پیدا کردن ابزارهای عملی برای گردشگران حرفه‌ای است تا نظریه را به اقدام تبدیل کند. ظاهراً یک شکاف گسترده بین اصول گردشگری پایدار و آنچه واقعاً به دست می‌آید، وجود دارد (علی و فرو، ۲۰۰۹).

یافته‌ها نشان می‌دهد فناوری اطلاعات می‌تواند باعث تسهیل توسعه پایدار مقاصد گردشگری شود. باوجود قدرت ICTS تحقیقات دانشگاهی اندکی درباره سهم راهبردی ICTS برای توسعه گردشگری پایدار انجام شده است (علی و فرو، ۲۰۰۸؛ بوهایس و لائو، ۲۰۰۸؛ توری و جانگ، ۲۰۱۰). برای بررسی فرصت‌هایی که ICT برای توسعه مقاصد پایدار گردشگری فراهم می‌آورد به تحقیقات بیشتری نیاز است.

### ۳-۲-۲- تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات

#### بر گردشگری پایدار

ظهور فناوری‌های اطلاعاتی جدید مسیر کل صنعت گردشگری را تغییر داده است (بوهایس، ۲۰۰۸؛ اکنر، ۲۰۰۵). فناوری اطلاعات و ارتباطات به یک عنصر ضروری در صنعت گردشگری نوین تبدیل شده است و از لحاظ ساختاری، اثربخشی و کارایی سازمان‌های

گردشگری و راه‌تعاملات تجاری و مربوط به مصرف‌کننده آنها را با سهامداران متحول کرده است (علی و فرو، ۲۰۰۹). تحلیل کارکرد ICT در صنایع مختلف مانند گردشگری خیلی مهم است. استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و به‌خصوص در چندسال اخیر فناوری‌های هوشمند و اینترنت، روشی را که در گردشگری، اطلاعات گردآوری، ذخیره، توزیع پردازش و مدیریت استفاده می‌شود، تغییر داده است. برای مقاصد گردشگری، اینترنت به صورت یک روند برای شبکه‌های توزیعی جدید خدمت می‌کند و ارتباطات و تعامل با سهامداران را افزایش می‌دهد (علی، ۲۰۱۰؛ بوهایس، ۲۰۰۸؛ گرتزل، ۲۰۱۵).

فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی با سرعت زیادی در حال توسعه و گسترش هستند و تأثیر زیادی روی صنعت گردشگری داشته‌اند. اکنون گردشگران از اینترنت برای کسب اطلاعات درباره موضوعاتی مانند پیش‌بینی‌های آب و هوایی، اماکن و ساعات بازدید (گرتزل، ۲۰۱۵)، ذخیره کردن یا خریدن محصولات و خدمات مرتبط با سفر و برقرار کردن ارتباط استفاده می‌کنند (گوسلینگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶).

ظهور و قابلیت دسترسی فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات و همچنین افزایش استفاده از تلفن همراه و به دنبال آن رسانه‌های اجتماعی، یکی از مهم‌ترین تغییرات در نظام گردشگری جهانی را در طول دهه‌های گذشته نشان می‌دهد (بوهایس، ۲۰۰۸؛ اکنر، ۲۰۰۵؛ بوهایس و آرمانگارانا<sup>۳</sup>، ۲۰۱۳؛ ژانگ و وانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۱۴؛ گرتزل، ۲۰۱۵؛ گوسلینگ، ۲۰۱۶). فناوری اطلاعات برای عملیات رقابتی سازمان‌های گردشگری و همچنین مدیریت توزیع و بازاریابی سازمان‌ها روی یک مقیاس جهانی، ضروری است (بوهایس و لائو، ۲۰۰۸). به

<sup>2</sup>Gössling

<sup>3</sup>Buhalis and Amaranggana

<sup>4</sup>Xiang & Wang

<sup>1</sup>O'Connor

توسعه گردشگری هستند (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۵). زیرساخت‌های فناوری جدید به ایجاد روش‌های نو در ارتباطات برای سفرهای داخلی و خارجی منجر می‌شود و بنابراین بر روشی که ما به کمک آن فرایند سفر درک می‌شود، تأثیر می‌گذارد (وانگ و ژیانگ، ۲۰۱۶). این توسعه‌ها مستلزم شکل‌گیری الگوهای جدید رفتار سفر، طراحی محصول، پژوهش و ارزیابی است که به نوبه خود یک الگوی جدید از مدیریت گردشگری را شکل می‌دهد. دانشمندان اتفاق نظر دارند که ما در حال ورود به حوزه گردشگری هوشمند هستیم (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۵). ردیابی ریشه کلمه «هوشمند» در ارتباط با شهرها می‌تواند کمک کند درک درستی از اینکه چگونه دوره هوشمندی و به دنبال آن مقاصد هوشمند ایجاد می‌شود، صورت گیرد.

### ۳-۷-۳- مقاصد گردشگری هوشمند

مفهوم شهر هوشمند در پاسخ به پیچیدگی و مشکلات مدیریتی به وجود آمده است که دولت‌ها برای مقابله با رشد سریع جمعیت شهری با آن مواجهند (چائو و همکاران،<sup>۳</sup> ۲۰۱۶). تمرکز اصلی شهر هوشمند بر نقش زیرساخت ICT در آن است (لومباردی<sup>۴</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). استفاده از رویکرد هوشمند نه تنها روش‌های مدیریت شهرهای هوشمند، مقاصد گردشگری و تعریف آن را در تأثیر قرار می‌دهد. در شهر هوشمند مجموعه‌ای از فناوری‌های رایانه‌ای هوشمند، برای اجزا و خدمات زیرساختی ضروری به کار گرفته می‌شود (چورابی<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۱۲). این الگوهای جدید مدیریت شهری با هدف توسعه پایدار فعالیت می‌کنند (سولانو و همکاران<sup>۶</sup>، ۲۰۱۷)؛ از این رو هدف شهرهای هوشمند، توسعه ICT مبتنی بر خدمات

علاوه بديهی است که فناوری اطلاعات، نیرویی برای فراهم کردن ابزارهای راهبردی در تسهیل توسعه گردشگری پایدار در مقاصد دارد (اکتر، ۲۰۰۵؛ علی و فرو، ۲۰۱۰). ICT را می‌توان یک رویکرد نوآورانه و جدید دانست که توسعه گردشگری پایدار را برای مقاصد گردشگری کاربردی‌تر می‌سازد؛ البته ICT تغییرات شایان توجهی در صنعت گردشگری ایجاد می‌کند. فناوری و نوآوری اهمیت عظیمی در ترویج اقتصاد سبز و با کربن پایین دارد و هم فناوری و هم نوآوری نیروهای اصلی برای تضمین پایداری هستند. ICT نقش مهمی در گردشگری پایدار از طریق مدیریت و نظارت کارایی اطلاعات زیست‌محیطی در مقاصد دارد (علی و فرو، ۲۰۱۴). همچنین اثرات منفی گردشگری بر محیط زیست را کاهش می‌دهد و ایجاد ارتباطات زمان-واقعی را با سهامداران و مشتریان تسهیل می‌کند. همچنین ICT ابزارهای ارزیابی زمان-واقعی را فراهم می‌کند تا رضایت گردشگران افزایش داده شود (اسلوکام و لی<sup>۱</sup>، ۲۰۱۴). سیاست‌گذاران گردشگری امروزه باید مفاهیم ضمنی توسعه ICT و اهمیت نقش آن در توسعه و حفظ صنعت گردشگری پایدار را درک کنند. ظهور ICTS قدرتی برای رساندن اثرات منفی گردشگری به کمترین میزان در سطح مقصد دارد (بوهالیس، ۲۰۰۸؛ توری و جانگ، ۲۰۱۰).

با رشد استفاده از فناوری اطلاعات، ابزارها برای درک و طراحی واقعیت جدید دنیای امروز نیز تکامل پیدا می‌کند. فناوری اطلاعات مستقیم به ایجاد الگوهای جدیدی در رفتار تصمیم‌گیری مسافران می‌انجامد (وانگ و ژیانگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶). به علاوه رشد نوآوری‌های فناوری ادامه می‌یابد و مستلزم نگرش‌های جدید برای

<sup>3</sup> Cacho

<sup>4</sup> Lombardi

<sup>5</sup> Chourabi

<sup>6</sup> Solano

<sup>1</sup> Slocum and Lee

<sup>2</sup> Wang & xiang

مرحله فعلی توسعه گردشگری پیشنهاد شده است. به طریق مختلف، گردشگری هوشمند را می توان پیشرفت منطقی از گردشگری سنتی دانست. این مرحله از توسعه با گسترش استفاده از رسانه های اجتماعی، تغییر تمرکز در مسیر ارتقای تجربه گردشگری با تکیه بر ارتباط اشیای فیزیکی/دیجیتالی، جریان بالای اطلاعات گردشگری و تحرک زیاد مسافران ادامه پیدا می کند.

راه ساده تری برای اشاره به این ابزار فناوری اطلاعات و ارتباطات گردشگری با عنوان «ابزارهای گردشگری هوشمند»، مقاصد هوشمند در گردشگری است که به سرعت به ابزار عمده و اساسی در صنعت گردشگری به ویژه در گردشگری شهری تبدیل شده اند. ابزارهای گردشگری هوشمند عمدتاً در مقاصدی که از فناوری های پیشرفته تری برخوردارند (شهرهای هوشمند)، وجود دارد. از دیدگاه گردشگران، مقاصد گردشگری هوشمند که از ابزارهای یکپارچه گردشگری هوشمند استفاده می کنند می توانند در بالابردن ارزش افزوده تجارب گردشگران سهیم باشند و بدین ترتیب به بهبود بهره وری و حمایت از فرایند خودکار در سازمان های مرتبط کمک کنند (بوهالیس و آرمانگاران، ۲۰۱۳). پایه های فناوری گردشگری هوشمند چندبعدی است که از زیرساخت های فراگیر، سیستم های اطلاعاتی سیار و مبتنی بر محیط و همچنین اتصال پویا و پیچیده تشکیل شده است و نه تنها از ارتباطات در محیط فیزیکی، در اجتماع و جوامع بزرگ نیز به طور مستقیم یا غیرمستقیم در ارتباط با گردشگر پشتیبانی می کند (ژانگ و فسنمایر<sup>۸</sup>، ۲۰۱۷).

مقاصد گردشگری هوشمند می توانند با استفاده از بازار گردشگری کاملاً یکپارچه، جاذبه های گردشگری، ادارات دولتی و اطلاعات مربوط و

نوآورانه با یکپارچه سازی برنامه های کاربر محور، فناوری های اینترنتی در آینده و تشویق محققان برای تمرکز بر توسعه خدمات و برنامه های نوآورانه است (رونی و ایگر، ۲۰۱۳). شهر هوشمند از ۶ بعد تشکیل شده است: ۱- کنترل هوشمند؛ ۲- محیط زیست هوشمند؛ ۳- تحرک (حرکت) هوشمند؛ ۴- اقتصاد هوشمند؛ ۵- مردم هوشمند و ۶- زندگی هوشمند (کارگلیو<sup>۱</sup>، ۲۰۱۱؛ بوهالیس و بو<sup>۲</sup>، ۲۰۱۶؛ ویسینی و بلینی<sup>۳</sup>، ۲۰۱۲). به طور کلی، دستیابی به ساختار شهر هوشمند، اساس و تکیه گاهی برای ایجاد نظام گردشگری هوشمند هم در سطح مفهومی و هم در سطح عملی است (ژانگ<sup>۴</sup>، ۲۰۱۵). از بسیاری جهات، گردشگری هوشمند را می توان پیشرفت منطقی از گردشگری سنتی و گردشگری جدید الکترونیکی دانست که در آن زمینه ای برای نوآوری ها و جهت گیری فناوریانه صنعت و مصرف کنندگان با پذیرش گسترده فناوری اطلاعات (IT) فراهم شده است (ژانگ و فسنمایر<sup>۵</sup>، ۲۰۱۷). از دیدگاه اطلاعاتی، گردشگری هوشمند روندی برای یکپارچه سازی منابع اطلاعاتی گردشگری، بازاریابی شبکه ای و فناوری های نوین است (ژو و ژانگ<sup>۶</sup>، ۲۰۱۴). مسیر گردشگری هوشمند شامل این مراحل می شود: ۱- زیرساخت ICT؛ ۲- نظام زیرساخت های هوشمند شهری و ۳- اشیای فیزیکی ساخته شده با توانایی سنجش، پردازش و شبکه (پترینیک<sup>۷</sup>، ۲۰۱۳). با توجه به ماهیت متمرکز بر اطلاعات گردشگری و وابستگی حاصل به فناوری اطلاعات، مفهوم گردشگری هوشمند برای توصیف

<sup>1</sup> Caragliu

<sup>2</sup> Boes, Buhalis

<sup>3</sup> Vicini, Bellini

<sup>4</sup> Zhuang

<sup>5</sup> Xiang and Fesenmaier

<sup>6</sup> Zhu, Zhang

<sup>7</sup> Petrinic

<sup>8</sup> Xiang and Fesenmaier

و مفاهیم مقاصد گردشگری هوشمند را به دنیای گردشگری وارد کرده است. پشتیبانی از فناوری اطلاعات و ارتباطات و نت، کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد و همچنین تعامل بین افراد، سازمان‌ها و گردشگران را آسان می‌کند. فناوری اطلاعات و ارتباطات در سیر تکاملی مقصد باعث افزایش تقاضا، بهبود پایداری، بهره‌وری و بهینه‌سازی منابع، رقابت و همچنین عادات مصرفی جدید در میان گردشگران می‌شود.

با توجه به مرور نظام‌مند پژوهش‌های انجام‌شده، نظریه پیاده‌سازی مقاصد گردشگری هوشمند به‌عنوان یک نوع گردشگری شکل گرفته از کاربرد ICT در صنعت گردشگری برای توسعه آینده مقاصد گردشگری پیشنهاد می‌شود. درحالی‌که این واقعیت باید در نظر قرار گیرد که مقاصد گردشگری هوشمند اثرات منفی گردشگری را به کمترین میزان برسانند و در همان زمان، خدمات گردشگری جدید و بهبودیافته برای مصرف‌کنندگان ارائه کنند. گردشگری هوشمند با زیرساخت‌های شبکه پشتیبانی می‌شود و دسترسی در زمان واقعی به اطلاعات دقیق و دانش درباره مقاصد را ارائه می‌دهد؛ در نتیجه باعث بالارفتن کیفیت و استفاده بیشتر از تجربه‌های گردشگری می‌شود؛ درحالی‌که هم‌زمان پایداری زیست‌محیطی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی منابع نیز حفظ می‌شود. به‌طور خلاصه، مقاصد گردشگری هوشمند از زیرساخت‌های اطلاعات شبکه برای بهبود پایداری گردشگری استفاده می‌کند (پترینیک<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳). بر اساس کدهای استخراج‌شده از مقالات هدف، مقاصد گردشگری هوشمند این است که زیرساخت‌ها و توانایی‌های اطلاعات و ارتباطات را برای بهبود مدیریت/ نظارت، تسهیل خدمات، ایجاد نوآوری، افزایش تجربه گردشگر و در نهایت، بهبود

خدمات سازمان‌ها به منظور ارتقای توسعه گردشگری به مزایا و پیشرفت‌های خوبی دست یابند (رونی و ایگر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۳)؛ بنابراین یک مقصد گردشگری هوشمند که از ابزارهای گردشگری هوشمند برخوردار است، قادر به ارائه خدمات بهتر خواهد بود و می‌تواند فرصت‌های بیشتری را در راستای افزایش تجربه گردشگران پیشنهاد دهد.

## ۸- بحث

بر اساس زمینه‌های شناسایی شده حاصل از فراترکیب، ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی برای توسعه گردشگری پایدار تعیین شدند، شاخص‌های هر کدام از این ابعاد، معرفی و مفاهیم مرتبط با سیاست‌ها و قانون‌ها و مقررات استخراج شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد توسعه مقاصد گردشگری هوشمند بر پایداری در ابعاد مختلف اقتصادی، اجتماعی و محیطی مؤثر است (پترینیک، ۲۰۱۳). مقاصد گردشگری هوشمند نقش مهمی در فعال کردن گردشگری فرهنگی، اقتصادی و توسعه اجتماعی و پایداری دارند. یکی از اهداف مقاصد هوشمند باید ارتقای پایداری از طریق کاربرد فناوری‌های جدید باشد. در بعد زیست‌محیطی، آینده ممکن برای مقاصد هوشمند، مقاصدی است که به‌طور کامل پایدار هستند.

در ادامه استخراج موضوعات و زمینه‌ها نواحی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه گردشگری پایدار نیز شناسایی شد. کاهش هزینه ارتباطات، تغییر شبکه‌های توزیع، پیش‌بینی نیاز کاربران، بهره‌وری و بهینه‌سازی منابع، مدیریت پایدار و غیره برخی از کدهای شناسایی شده در این بخش هستند. منابع عصر جدید ارتباطات و فناوری اطلاعات تعداد زیادی از ابزارهای جدید را برای صنعت گردشگری نیز فراهم آورده است

<sup>2</sup> Petrinic

<sup>1</sup> Ronay and Egger

رقابتی بودن شرکت‌ها و مقاصد گردشگری توسعه دهد. از نظام‌های هوشمند می‌توان برای پشتیبانی از گردشگران به منظور پیش‌بینی نیازهای کاربران بر اساس عوامل مختلف و ارائه و بهبود تجربیات گردشگران در محل با ارائه اطلاعات غنی، خدمات تعاملی و کمک کردن به گردشگران در به اشتراک‌گذاری تجربیاتشان استفاده کرد (ژانگ و فسمایر<sup>۱</sup>، ۲۰۱۷).

ایجاد یک برنامه زیرساختی گردشگری هوشمند می‌تواند یک مزیت رقابتی را برای مقاصد به دست آورد. امروزه مزیت رقابتی مقاصد نه تنها از منابع طبیعی از تأثیر مدیریتی آنها و توانایی در تخصیص بهینه منابع نیز نشأت می‌گیرد که به توسعه گردشگری پایدار منجر می‌شود (وانگ<sup>۲</sup>، ۲۰۱۳).

مقاصد گردشگری هوشمند پایدار با بهره‌گیری از رویکردهای نوآورانه و فناوری‌های نوین و افزایش پایه‌های فناوری گردشگری به افزایش اشتغال و رشد اقتصادی پایدار می‌انجامد. گردشگری هوشمند یک نیروی محرک تازه برای نوآوری، خلاقیت و رقابت در مقاصد گردشگری است. مقاصد گردشگری هوشمند در درازمدت، توسعه صنعت گردشگری و آینده‌ای بهتر برای کشورها و توسعه پایدار را موجب می‌شوند. یکی از عواملی که باعث اهمیت بالای حرکت به سمت هوشمندسازی گردشگری می‌شود، نقش آن در پایداری است. زمانی که در طراحی و توسعه گردشگری هوشمند و به‌کارگیری فناوری‌های مختلف در مسیر هوشمندسازی گردشگری از رویکرد توسعه پایدار استفاده شود، می‌توان به‌خوبی از ظرفیت گردشگری هوشمند در تسهیل توسعه پایدار، رشد اقتصادی، پیشرفت اجتماعی و بهبود بهره‌وری بهره‌مند شد؛ بنابراین محققان و سیاست‌گذاران حوزه

گردشگری باید سیر تحقیقات خود را در آینده به سمت توسعه و پیاده‌سازی مقاصد گردشگری هوشمند و استفاده از این فناوری به صورت رویکردی نوین برای توسعه صنعت گردشگری و جذب گردشگران در کشورشان هدایت کنند.

## ۹- نتیجه‌گیری

هدف این مقاله بررسی نظام‌مند پژوهش‌ها در حوزه تأثیر فناوری اطلاعات و هوشمندسازی مقاصد گردشگری بر توسعه پایدار گردشگری بوده است؛ از این رو فراترکیب مطالعات پیشین مفاهیم این حوزه در آن صورت گرفت. با استفاده از روش فراترکیب و بهره‌گیری از نرم‌افزار Nvivo10 برای کدگذاری مقالات، این تحقیق با شناسایی ۲۳ مقاله با کیفیت در بازه زمانی سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۶ انجام گرفت. پس از استخراج مفاهیم و موضوعات برای توسعه گردشگری پایدار ابعاد اقتصادی، اجتماعی و محیطی شناسایی شدند و شاخص‌های هر بعد و الزامات قانونی و تأثیرات فناوری اطلاعات به تفکیک استخراج گردید. همچنین اهداف و توانایی‌های مقاصد گردشگری هوشمند و مولفه‌های مورد نیاز برای پیاده‌سازی این مقاصد شناسایی شدند. نتایج حاصل از این پژوهش برای سیاست‌گذاران بخش دولتی در شناسایی شاخص‌ها و همچنین برنامه‌ریزی برای فراهم کردن بستر مناسب به منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند و ارائه خدمات عمومی مفید خواهد بود. به علاوه با توجه به نبود پژوهش‌های جامع در زمینه مقاصد گردشگری هوشمند در کشور، یافته‌های این پژوهش گام آغازین مؤثری برای پژوهش‌های آینده در این زمینه قلمداد می‌شود. هر پژوهشی در زمینه مقاصد گردشگری هوشمند پایدار مانند این پژوهش، تلاشی برای ایجاد سهمی در ادبیات پژوهش در این حوزه است. با توجه

<sup>1</sup> Xiang and Fesenmaier

<sup>2</sup> Wang



- 5(1): 2-16.
9. Andreopoulou, Z. (2012). Green Informatics: ICT for green and Sustainability. *AGRÁRINFORMATIKA JOURNAL OF AGRICULTURAL INFORMATICS*, 3(2): 1-8.
  10. Atkins, S., et al. (2008). Conducting a meta-ethnography of qualitative literature: lessons learnt. *BMC medical research methodology*, 8(1): 21.
  11. Bell, S., & Morse, S. (2013). *Measuring sustainability: Learning from doing*, Routledge.
  12. Caragliu, A., et al. (2011). "Smart cities in Europe." *Journal of urban technology* 18(2): 65-82.
  13. Brundtland, G. H. (1987). Report of the World Commission on environment and development: "our common future.". *United Nations*.
  14. Boes, K., et al. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2).
  15. Budeanu, A. (2012). *Mediating Empowerment: The Role of Technology in Sustainable Tourism Governance*.
  16. Buhalis, D. and A. Amaranggana (2013). *Smart tourism destinations. Information and communication technologies in tourism, 2014*, Springer: 553-564.
  17. Buhalis, D. and R. Law (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of Tourism research. *Tourism management*, 29(4): 609-623.
  18. Buhalis, D. and P. O'Connor (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism recreation research*, 30(3): 7-16.
  19. Campbell, T. (2013). *Beyond smart cities: how cities network. learn and*
- به اینکه گردشگری بخش مهم و در بسیاری از مواقع حتی بخش اصلی اقتصاد ملی است، به نظر می‌رسد توسعه مقاصد گردشگری هوشمند با رویکرد پایدار مسیر امیدوار کننده‌ای برای توسعه گردشگری ارائه کند و قدرت تأثیر گذاری بر مقاصد گردشگری را در سطوح مختلف داشته باشد.
- منابع**
۱. محقر، علی (۲۰۱۳)، ارائه الگوی جامع هماهنگی اطلاعاتی شبکه تأمین خودروسازی با استفاده از روش فراترکیب، فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت فناوری اطلاعات، ۵ (۴): ۱۶۱-۱۹۴.
  2. Ali, A. and A. J. Frew (2008). Innovation, ICT and Sustainable Tourism Development.
  3. Ali, A. and A. J. Frew (2010). ICT-An innovative approach to sustainable tourism development. *JOHAR*, 5(2): 28.
  4. Ali, A. and A. J. Frew (2010). ICT and its role in sustainable tourism development. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 2010: 479-491.
  5. Ali, A. and A. J. Frew (2014). *ICT for sustainable tourism: a challenging relationship?* Springer.
  6. Ali, A. and A. J. Frew (2014). Technology innovation and applications in sustainable destination development. *Information Technology & Tourism*, 14(4): 265-290.
  7. Ali, A. and J. Frew (2009). ICT and sustainable tourism development: An analysis of the literature. *Queen Margaret University, UK, SITI Research Centre*.
  8. Ali, A. and A. J. Frew (2014). ICT and sustainable tourism development: an innovative perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*,

- mart-City-Framework. pdf [Accessed 5 September 2013].
29. Fesenmaier, D. R. and Z. Xiang (2016). *Designing tourist places*. Vienna: Springer.
  30. Fuchs, M., & Höpken, W. (2005). Towards Destination: a DEA-based decision support framework. *Information and Communication Technologies in Tourism 2005*, 57-66.
  31. Gössling, S. (2016). Tourism, information technologies and sustainability: an exploratory review. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-18.
  32. Gretzel, U., et al. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3): 179-188.
  33. Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1994). Competing paradigms in qualitative research. *Handbook of qualitative research*, 2(163-194), 105.
  34. Hjalager, A.M. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism management*, 23(5): 465-474.
  35. Hjalager, A.M. (2010). A review of innovation research in tourism. *Tourism management*, 31(1): 1-12.
  36. Hosein Shams, M. R. Y., Hamid Golchin (2014). ICT , Sustainable Tourism And Resident Quality Of Life. *International Journal Of Business, Economics And Law Ijbel*, 5: 59-71.
  37. Lee, K.H., & Scott, N. (2015). Food tourism reviewed using the paradigm funnel approach. *Journal of culinary science & technology*, 13(2), 95-115.
  38. Liburd, J. J. (2005). Sustainable tourism and innovation in mobile tourism services. *Tourism Review International*, 9(1), 107-118.
  39. Lombardi, P., et al. (2012). Modelling the smart city performance. *Innovation: The European Journal of innovate: Routledge*.
  20. Caragliu, A., et al. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of urban technology*, 18(2): 65-82.
  21. Cacho, A., et al. (2016). *Social smart destination: a platform to analyze user generated content in smart tourism destinations New Advances in Information Systems and Technologies*. (pp. 817-826): Springer.
  22. Cooke, P., & De Propriis, L. (2011). A policy agenda for EU smart growth: the role of creative and cultural industries. *Policy Studies*, 32(4), 365-375.
  23. Chourabi, H., et al. (2012). Understanding smart cities: An integrative framework. *Paper presented at the System Science (HICSS), 2012 45th Hawaii International Conference on*.
  24. Cooper, C. (2008). *Tourism: Principles and practice*, Pearson education.
  25. del Bosque, I. R. and H. San Martín (2008). Tourist satisfaction a cognitive-affective model. *Annals of tourism research*, 35(2): 551-573.
  26. Dodds, R. (2012). Sustainable tourism: A hope or a necessity? The case of Tofino, British Columbia, Canada. *Journal of Sustainable Development*, 5(5): 54.
  27. Dorado, D. R. (2016). Smart Destinations and Sustainability. Retrieved 29/11/2016, 2016, from <https://www.linkedin.com/pulse/smart-destinations-sustainability-daniel-recio-dorado?articleId=6194934636779446272#comments6194934636779446272&trk=prof-post>.
  28. Falconer, G. and S. Mitchell (2012). Smart city framework: a systematic process for enabling smart+ connected communities." Cisco internet business solutions group. Available online at: <http://www.cisco.com/web/about/ac79/docs/ps/motm/S>

- International Conference on, IEEE.
48. Slocum, S. L. and S. Lee (2014). "Green ICT practices in event management: case study approach to examine motivation, management and fiscal return on investment." *Information Technology and Tourism* 14(4): 347-362.
  49. Solano, S. E., Casado, P. P., & Ureba, S. F. (2017). Smart Cities and Sustainable Development. A Case Study Sustainable Smart Cities (pp. 65-77): *Springer*.
  50. Sotiriadou, P., et al. (2014). "Choosing a qualitative data analysis tool: A comparison of NVivo and Leximancer." *Annals of Leisure Research* 17(2): 218-234.
  51. Sotiriadou, P., Brouwers, J., & Le, T. A. (2014). Choosing a qualitative data analysis tool: A comparison of NVivo and Leximancer. *Annals of Leisure Research*, 17(2), 218-234.
  52. Swarbrooke, J. (1999). "The host community." Sustainable tourism
  53. Guo, Y., Liu, H., & Chai, Y. (2014). The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), 54-69.
  54. Theuma, N., et al. (2016). Sustainable Tourism. Mdina: A Situation Analysis of a Cultural Destination. *Tourism and Culture in the Age of Innovation*, Springer: 91-107.
  55. Thorne, S., et al. (2004). Qualitative metasynthesis: reflections on methodological orientation and ideological agenda. *Qualitative health research*, 14(10): 1342-1365.
  56. Touray, K. and T. Jung (2010). Exploratory study on contributions of ICTs to sustainable tourism development in Manchester. *Information and communication technologies in tourism*, 2010: 493-500.
  57. Lu, J. and S. K. Nepal (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of sustainable Tourism*, 17(1): 5-16.
  40. Lu, J. and S. K. Nepal (2009). Sustainable tourism research: An analysis of papers published in the Journal of Sustainable Tourism. *Journal of sustainable Tourism*, 17(1): 5-16.
  41. Moscardo, G. (2008). Sustainable tourism innovation: Challenging basic assumptions. *Tourism and Hospitality Research*, 8(1): 4-13.
  42. Petrinić, I. (2013). The Role of the ITs in the Development of Tourism Sustainability: A SmartTourism Platform. *Sustainable Tourism: An Interdisciplinary Approach*, Juraj Dobrila, University of Pula, Faculty of Economics and Tourism Dr. Mijo Mirković.
  43. Ronay, E. and R. Egger (2013). NFC smart city: Cities of the future—a scenario technique application. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, Springer: 565-577.
  44. Ruhanen, L. (2008). Progressing the sustainability debate: A knowledge management approach to sustainable tourism planning. *Current issues in tourism* 11 (5): 429-455.
  45. Sandelowski, M. and J. Barroso (2006). *Handbook for synthesizing qualitative research*, Springer Publishing Company.
  46. Seng, B. (2014). ICT for sustainable development of the tourism industry in Cambodia. *International Conference on Human Centered Computing*, Springer.
  47. Shafiee, M. M., et al. (2013). ICT capacities in creating sustainable urban tourism and its effects on resident quality of life. e-Commerce in Developing Countries: With Focus on e-Security (ECDC), 2013 7th

- function changing of government and enterprises in Chinese smart tourism. *Information and Communication Technologies in Tourism*.
67. Zhuang, C. (2015). Study on innovative design of Chinese smart tourism products based on Cangzhou urban planning project.
68. Zimmer, L. (2006). Qualitative metasynthesis: a question of dialoguing with texts. *Journal of advanced nursing*, 53(3): 311-318
- 505.
57. Tu, Q., & Liu, A. (2014). Framework of smart tourism research and related progress in China. *Paper presented at the International Conference on Management and Engineering (CME 2014)*.
58. Valčić, M., & Domšić, L. (2012). Information technology for management and promotion of sustainable cultural tourism. *Informatica*, 36 (2).
59. Vicini, S., et al. (2012). How to co-create Internet of things-enabled services for smarter cities. *SMART 2012: The first international conference on smart systems, devices and technologies*, May 27–June 1.
60. Viera, A. J., & Garrett, J. M. (2005). Understanding interobserver agreement: the kappa statistic. *Fam Med*, 37(5), 360-363.
61. Wall, G. and A. Mathieson (2006). *Tourism: change, impacts, and opportunities*, Pearson Education.
62. Wang, D., et al. (2013). China's "smart tourism destination initiative: A taste of the service-dominant logic. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2): 59-61.
63. Wang, X., Li, X. R., Zhen, F., & Zhang, J. (2016). How smart is your tourist attraction? Measuring tourist preferences of smart tourism attractions via a FCEM-AHP and IPA approach. *Tourism Management*, 54, 309-320.
64. Xiang, Z. and D. R. Fesenmaier (2017). Big Data Analytics, Tourism Design and Smart Tourism. *Analytics in Smart Tourism Design*, Springer: 299-307.
65. Xiang, Z., et al. (2014). Adapting to the internet: trends in travelers' use of the web for trip planning. *Journal of travel research*, 0047287514522883.
66. Zhu, W., et al. (2014). Challenges,

### پیوست ۱- ارزیابی مقالات بر اساس معیارهای CASP

جمع امتیازات	ملاحظات اخلاقی	ارزش تحقیق	بیان روشن و واضح یافته‌ها	دقت تجزیه و تحلیل	انعکاس پذیری		جمع آوری داده‌ها	روش نمونه برداری	طرح پژوهش	منطق روش	اهداف تحقیق	معیارهای CASP نویسندگان	
۳۸	۵	۴	۴	۴	۴		۴	۴	۴	۴	۴	(Petrinić 2013)	۱
۴۵	۵	۵	۴	۴	۵		۴	۴	۵	۴	۵	(Ali and Frew 2014)	۲
۴۵	۵	۴	۴	۴	۴		۵	۵	۵	۴	۵	(۲۰۱۰ Jung and Touray)	۳
۳۷	۵	۴	۴	۴	۴		۴	۴	۴	۴	۴	(۲۰۱۲ Andreopoulou)	۴
۴۴	۵	۴	۴	۴	۵		۴	۴	۴	۵	۵	(Ali and Frew 2010)	۵
۳۵	۴	۴	۴	۴	۴		۴	۴	۴	۴	۴	(Hosein Shams 2014)	۶
۴۳	۵	۵	۴	۴	۴		۴	۴	۵	۴	۵	(Ali and Frew 2010)	۷
۴۶	۵	۵	۵	۵	۵		۴	۴	۴	۴	۵	(۲۰۱۴ Frew J and Ali)	۸
۳۱	۴	۳	۳	۴	۴		۴	۴	۳	۴	۴	(۲۰۱۲ Budeanu)	۹
۳۷	۵	۴	۴	۴	۴		۴	۴	۳	۴	۴	číšDom and čičVal) (۲۰۱۲)	۱۰
۴۳	۵	۵	۴	۴	۵		۴	۴	۴	۴	۴	(۲۰۰۹ Frew and Ali)	۱۱
۴۴	۵	۵	۵	۴	۴		۴	۴	۴	۴	۵	(۲۰۱۴ Frew and Ali)	۱۲
۳۹	۵	۴	۴	۴	۴		۴	۴	۴	۴	۴	(۲۰۱۴ Seng)	۱۳
۴۲	۵	۵	۴	۴	۴		۴	۴	۴	۴	۴	.al et Shafiee ,Shafiee) (۲۰۱۳)	۱۴
۴۳	۵	۵	۴	۴	۴		۴	۴	۴	۴	۵	Dologlou and Katsoni) (۲۰۱۶)	۱۵
۴۷	۵	۵	۵	۴	۵		۴	۴	۵	۵	۵	(۲۰۱۴ Lee and Slocum)	۱۶
۴۸	۵	۵	۵	۴	۵		۴	۵	۵	۵	۵	.al et Cassar ,Theuma) (۲۰۱۶)	۱۷
۴۶	۵	۵	۴	۴	۵		۴	۴	۵	۵	۵	(۲۰۱۶ sslingöG)	۱۸
۴۵	۵	۵	۵	۴	۵		۴	۴	۴	۴	۵	(۲۰۰۸ Law and Buhalis)	۱۹
۴۶	۵	۵	۴	۴	۵		۴	۴	۵	۵	۵	and Buhalis) (۲۰۱۳ Amaranggana)	۲۰
۴۷	۵	۵	۴	۵	۵		۴	۴	۵	۵	۵	.al et Sigala ,Gretzel) (۲۰۱۵)	۲۱
۴۶	۵	۵	۴	۴	۵		۴	۴	۵	۵	۵	Fesenmaier and Xiang) (۲۰۱۷)	۲۲
۴۵	۵	۵	۴	۴	۵		۴	۴	۴	۵	۵	(۲۰۱۵ Zhuang)	۲۳

