



تحلیل کارکردهای اساسی فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند در مقاصد شهری^۱

ابوالفضل حقوردی زاده دهلیق^۲، قاسم زارعی^۳، باقر عسگرنژاد نوری^۴، حسین رحیمی کلور^۵

DOI:10.22034/jtd.2024.432412.2874

چکیده

شهرهای هوشمند و مقاصد گردشگری هوشمند طی سال‌های اخیر، به علت ارائه راهکارهای اثربخش در جهت رفع مسائل پیش‌روی جوامع و ارتقای مزیت رقابتی پایدار از منظر بازاریابی مقاصد گردشگری، مورد توجه گسترده قرار گرفته‌اند. با این حال، پیامدهای توسعه آن برای ساکنان از جنبه‌های فرهنگی و اجتماعی مطالعه نشده است. هدف از این مطالعه تحلیل کارکردهای اساسی فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند در شهر تبریز است. هدف پژوهش از نوع کاربردی و ماهیت آن از نوع توصیفی پیمایشی است. در این پژوهش، رویکردی کیفی با روش تحلیل محتوا و با بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای و مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته به کار گرفته شده است. اعضای خبرگان با روش گلوله‌برفی انتخاب شده‌اند و اشباع نظری پس از مصاحبه با سیزده نفر از خبرگان به دست آمده است، اما به منظور اطمینان بیشتر سه مصاحبه دیگر انجام شده است. پس از انجام سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، یافته‌های پژوهش نوزده شاخص را شناسایی کرده که در قالب هفت مقوله فرعی شامل پذیرش نوآوری، ارتقای ارزش عمومی، پایداری، ارتقای مشارکت شهروندان، هم‌آفرینی گردشگری، بهزیستی روانی ساکنان و جنبه‌های اخلاقی و فناوری‌های نوین به‌عنوان کارکردهای اساسی توسعه گردشگری هوشمند شهری است. درک پیامدهای توسعه گردشگری هوشمند در مقصد شهری به سیاست‌گذاران و مدیران مقاصد گردشگری شهری کمک شایانی خواهد کرد تا نحوه اثرگذاری توسعه فناوری‌های نوین هوشمند بر مردم و مدیریت آن را به‌درستی درک کنند.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۰۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۱۵

واژه‌های کلیدی:

گردشگری هوشمند، کارکردهای فرهنگی و اجتماعی، مقاصد شهری، شهر تبریز

مقدمه و بیان مسئله

طی سال‌های اخیر، توسعه فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در جهان و گسترش آن به صنعت گردشگری، تحت عنوان هوشمندی و گردشگری هوشمند، مدیریت مقاصد و ذی‌نفعان را تشویق کرده است تا از این فناوری‌ها برای بهینه‌سازی رقابت خود و بهبود تجربه بازدیدکنندگان استفاده کنند (Chen et al., 2022; Shin).

۱. مقاله برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول با راهنمایی نویسنده دوم و مشاور نویسنده سوم و چهارم است.
 ۲. دانشجوی دکتری مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران، abolfazlhaqverdizadeh383@gmail.com
 ۳. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران، zare@uma.ac.ir (نویسنده مسئول)
 ۴. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه ارومیه، ارومیه، ایران، b.asgamezhad@urmia.ac.ir
 ۵. دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران، H_clever@uma.ac.ir

پژوهشگران مقاصد گردشگری هوشمند را مواردی خاص از شهرهای هوشمند در نظر می‌گیرند که از زیرساخت‌های فناوری‌های شهر هوشمند به‌منظور ارتقای کارآمدی و پایداری استفاده می‌کنند، که علاوه بر افزایش کیفیت تجربه گردشگران، کیفیت زندگی ساکنان را نیز ارتقا می‌دهند (Buhalis et al., 2023). هدف اصلی گردشگری هوشمند این است که، با استفاده



از فناوری‌های جدید و مدیریت پایدار، مقصد را به سامانه‌ای کارآمد در کنار گردشگران خود تبدیل کند (Shin et al., 2023). از نگاه پایداری نیز اصول توسعه پایدار می‌تواند توسعه مقاصد گردشگری هوشمند را به سمت نتایج پایدارتر هدایت کند (Hewett et al., 2022). گردشگری هوشمند، با اولویت دادن به حفاظت از محیط‌زیست، پایداری اقتصادی، برابری اجتماعی، مشارکت جامعه، برابری بین‌نسلی و بهره‌گیری از رویکردی یکپارچه و اصل احتیاط، می‌تواند سیستم مدیریت مقاصد را به گونه‌ای توسعه دهد که به نفع همه ذی‌نفعان از جمله جوامع محلی، بازدیدکنندگان و محیط‌زیست باشد (Gretzel & Chulmo, 2021).

از نگاهی دیگر و از منظر برنامه‌ریزی، در عصر کنونی، گردشگری هوشمند واقعیت مهم اجتماعی و فرهنگی شده که به شکل گسترده زمینه‌ساز تعاملات و تحولات اجتماعی و فرهنگی می‌شود (Keshvardoust & Amar Hajishirkia, 2022). با اتخاذ یک رویکرد ماهوی، گردشگری پیش از آنکه به عنوان پدیده‌ای اقتصادی مطرح باشد، امری فرهنگی است که در بستر محیط جغرافیایی شکل می‌گیرد (Miyaoaka et al., 2023). در همین راستا، مطالعات متعددی استدلال کرده‌اند که درک تأثیرات و پیامدهای فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند بر ساکنان و ذی‌نفعان محلی برای موفقیت کلی توسعه و پایداری گردشگری حیاتی است (Zhang et al., 2022).

پژوهش‌های اولیه درباره پیامدهای گردشگری فقط پیامدهای اقتصادی قابل‌اندازه‌گیری را در نظر می‌گرفت، نه تأثیرات زیست‌محیطی و اجتماعی فرهنگی آن را (Eyisi et al., 2021). بعدها نوعی درک کل‌نگر از فرایندهای درگیر در توسعه گردشگری از جمله حمایت و رفاه مردم محلی، نتایج زیست‌محیطی، پیامدهای اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی از سوی پژوهشگران ارائه شد (Bouzuenda et al., 2023). در ادامه، پژوهشگران به علل مختلف از انجام پژوهش‌های بیشتر برای ارائه بحث‌های عمیق در باره تأثیرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری و ادراک ساکنان دفاع کردند. نخست، توسعه گردشگری امری زمینه‌ای است؛ بدین معنی که پیامدهای گردشگری برای روابط اجتماعی و فرهنگی بین مردم و مکان‌ها متفاوت است. دوم، درک تأثیرات گردشگری جزو فرایند برنامه‌ریزی است و به مشارکت جامعه در تصمیم‌گیری و اشتراک منافع نیاز دارد. سوم، نگاه داشتن آثار اجتماعی و فرهنگی گردشگری در سطح قابل‌تحمل یکی از عوامل

تعیین‌کننده پایداری است (Eyisi et al., 2021). با وجود چنین تأکیدی بر پیامدهای فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری، کماکان پژوهشگران تأکید می‌کنند که پژوهش‌های محدودی در زمینه پیامدهای فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند در مقاصد شهری انجام شده است (Zhang et al., 2022)؛ بنابراین، آن‌ها خواستار پژوهش‌های بیشتر درباره تأثیرات استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در مقاصد گردشگری هوشمند و در ساکنان جامعه میزبان هستند (Chen et al., 2022). این‌گونه استدلال می‌شود که، با وجود درک اهمیت اثر توسعه گردشگری بر مردم میزبان، کماکان در زمینه پیامدهای فرهنگی و اجتماعی گردشگری هوشمند در مقاصد شهری با شکاف پژوهشی مواجهیم (Bouzuenda et al., 2023; Bhatta, 2023). از طرف دیگر، ایسی و همکاران (2021) استدلال کردند که بسیاری از اقتصادهای پیشرفته، که توسعه‌دهندگان اولیه گردشگری بودند، از در نظر گرفتن پیامدهای توسعه گردشگری برای مردم محلی، فرهنگ و جوامع آن‌ها و برنامه‌ریزی برای آن غفلت کردند. این روند به تأثیرات منفی گردشگری در بسیاری از آن مقاصد منجر شد. در نتیجه، شناسایی و درک پیامدهای توسعه گردشگری هوشمند برای مردم میزبان ضرورت دارد و این پژوهش در پی آن است.

بررسی ادبیات پژوهش در داخل کشور نشان می‌دهد که بیشتر مطالعات قبلی بر ارزیابی پیامدهای اقتصادی گردشگری (Ebrahimi & Fatemi, 2022)، پیامدهای گردشگری در مناطق روستایی (Saghafiasl & Afrakhteh, 2022)، پیامدهای اجتماعی و فرهنگی توسعه گردشگری در محور فومن ماسوله (Zayyari et al., 2018) و پیامدهای اجتماعی توسعه صنعت گردشگری در محور خرم‌آباد-پلدختر (Beyranvandzadeh & Sharafi, 2019) متمرکز بوده‌اند و پیامدهای توسعه گردشگری هوشمند شهری از منظر فرهنگی و اجتماعی بررسی نشده است.

ارزیابی مطالعات انجام‌شده در خارج از کشور نیز نتایج مشابهی را در ادبیات نظری نشان می‌دهد. از مطالعات مطرح خارجی می‌توان به مطالعه بررسی تأثیر توسعه گردشگری در فرهنگ محلی پاکستان (Bhatta, 2023)، مشارکت فرهنگی و نگرش ساکنان شهر نووی سادا (پایتخت فرهنگی اروپا در سال ۲۰۲۲) به توسعه گردشگری (Blešić et al., 2022)، ادراک مردم محلی از توسعه گردشگری و تأثیرات فرهنگی و



طرف مردم، نبود استقبال عمومی، تضاد بین مردم میزبان با گردشگران، رشد شهری بی‌رویه، ترافیک، ابعاد جمعیتی، دگرگونی در بافت کالبدی و فضایی شهر، شتاب گرفتن توسعه صنعتی شهر، جداسازی و افزایش تنش‌های اجتماعی از جمله طراحی شهری نامناسب، محرومیت‌های اجتماعی و اختلالات اجتماعی مرتبط با آن، درگیری شهری و خشونت، قطبی شدن اجتماعی و افزایش فقر شهری. به‌طور خاص، اگر پیامدها و نگرش ساکنان را درک کنیم، سیاست‌گذاران و توسعه‌دهندگان مقصد می‌توانند ادراک ساکنان از گردشگری هوشمند در شهر را تخمین بزنند و در جهت یک هدف مشترک تلاش کنند؛ بنابراین، نتیجه‌گیری عقلانی این است که بررسی پیامدهای توسعه گردشگری هوشمند به‌خصوص از منظر فرهنگی و اجتماعی در شهر تبریز ضروری است. در این راستا، در پژوهش پیش‌رو تلاش شده است با رویکردی اکتشافی ابعاد این مهم کنکاش شود. هدف از این پژوهش شناسایی و تبیین کارکردهای فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند در شهر تبریز است که می‌تواند از منظر علمی و پژوهشی به چالش‌های اجتماعی و فرهنگی برنامه‌های توسعه شهری و مسئولان امر یاری رساند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش گردشگری هوشمند و مقاصد گردشگری

هوشمند

به‌طور کلی توافق بر این است که مقاصد هوشمند ریشه‌های خود را در مبانی مفهومی شهر هوشمند می‌یابند (Chen et al., 2022). بیش از نیم‌قرن پیش، بنیان‌گذار نظریه مکان مرکزی، جغرافی‌دان آلمانی والتر کریستالر (۱۹۶۴)، استدلال کرد که هدف گردشگران استراحت در مکان‌های کشف‌نشده و ناشناخته‌ای است که با طبیعت بکر و آرامش مطلق شناخته می‌شوند. با این حال، امروزه با رهایی انبوه گردشگران ما شاهد گذار به گردشگری انبوه هستیم که در آن شهرهای بزرگ جذاب (مانند کلان‌شهرهای دبی، نیویورک، لندن، پاریس و توکیو) نقش مسلط را ایفا می‌کنند (Romão et al., 2018). در اروپا، بسیاری از ابتکارات گردشگری هوشمند ناشی از پروژه‌های شهر هوشمند است و در نتیجه، مدیریت مقاصد هوشمند به‌طور فزاینده‌ای در چشم‌انداز گردشگری اروپا ظاهر می‌شود (Blešić et al., 2022).

گرتزل و کولمو (2021) در نظر می‌گیرند که مقاصد هوشمند اصول شهر هوشمند را نه تنها برای

اجتماعی آن (Eyisi et al., 2021)، مدل توسعه مقصد گردشگری هوشمند: ترویج ارزش‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و سیاسی (Cavalheiro et al., 2019) و شهرهای هوشمند مکانی مشترک برای گردشگران و ساکنان (Romão et al., 2018) اشاره کرد. بررسی ادبیات پژوهش در داخل کشور و مطالعات خارج از کشور نشان‌دهنده آن است که بیشتر مباحث مطرح‌شده درباره پیامدهای این حوزه مرتبط با مفاهیم کلی گردشگری بوده و گردشگری هوشمند شهری و پیامدهای آن از منظر فرهنگی و اجتماعی شناسایی نشده است. این پژوهش راهنمایی ارزشمند برای مطالعات آتی گردشگری در این زمینه خواهد بود.

اهمیت گردشگری هوشمند در ایران نیز در سطوح کلان مورد تأکید قرار گرفته است. در این راستا، دولت و شهرداری‌ها پروژه‌های گوناگونی در جهت توسعه شهرهای ایران و حرکت به سمت هوشمندسازی آن‌ها در دست دارند که انتخاب پنج شهر تبریز، تهران، اصفهان، مشهد و ارومیه، به‌عنوان پیشگامان هوشمندسازی شهری در ایران، از مهم‌ترین آن‌هاست. از میان این شهرها، تبریز که بزرگ‌ترین شهر منطقه شمال غرب کشور است عموماً به‌عنوان کانون توسعه این منطقه نیز عمل می‌کند. ظرفیت بالای گردشگری تبریز، از جمله تاریخ کهن آن، قرار گرفتن در مسیر جاده ابریشم و اتصال به اروپا، جاذبه‌های فراوان تاریخی ثبت‌شده در فهرست میراث جهانی و ملی، جاذبه‌های طبیعی متعدد و فرهنگ غنی مردم محلی، این شهر را مقصد گردشگری پرونقی ساخته است. در کنار آن، طرح‌های هوشمندسازی متعددی از جمله اجرای طرح شهروند الکترونیک، اتصال اقامتگاه‌ها و سامانه‌های حمل‌ونقل و مراکز گردشگری و خدمات شهری به فناوری‌های آنلاین، حمایت از استارت‌آپ‌های حوزه گردشگری و مواردی از این دست توسط سازمان‌های ذی‌ربط تدوین و اجرایی شده است که با پیشبرد طرح‌های آتی چهره شهر را به‌عنوان مقصد گردشگری هوشمند ملی برجسته‌تر خواهد ساخت.

با این حال، به نظر می‌رسد مردم شهر تبریز، به‌عنوان یکی از دو قطب اصلی صنعت گردشگری (گردشگر-ساکنان محلی)، چندان مورد توجه این طرح‌ها قرار نگرفته‌اند و درخصوص پیامدهای این طرح‌های هوشمندسازی و تأثیری که در آن‌ها دارد غفلت شده است. چنین غفلتی مسائل فرهنگی و اجتماعی بی‌شماری را به همراه خواهد داشت، از جمله مقاومت در برابر پذیرش نوآوری و طرح‌های هوشمندسازی از



گردشگران بلکه برای ساکنان نیز اعمال می‌کنند و تعبیه یک زیرساخت فناوری را در فضای فیزیکی مقاصد برجسته می‌سازند. در همین راستا، آژانس نوآوری اسپانیا استدلال می‌کند که مقاصد هوشمند از فناوری‌های پیشرفته برای بهبود عملکرد خود در پایداری، نوآوری و دسترسی استفاده می‌کنند (Boes et al., 2015). مبتنی بر مفاهیم پایداری، اشتراک دانش و نوآوری فناورانه، مدیریت مقاصد هوشمند تقاضا و عرضه را قادر می‌سازد تا برای گردشگر ارزش و همچنین برای خود مقصد و ساکنان آن ثروت و سود و منافع ایجاد کنند (Buhalis et al., 2023). ارتباط پویا مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات بین همه ذی‌نفعان و تصمیم‌گیری هوشمند ناشی از استفاده پیشرفته از داده‌های بزرگ اصول کلیدی مقاصد هوشمند به شمار می‌روند (Boes et al., 2015). از آنجا که فناوری اطلاعات و ارتباطات برای استفاده از داده‌های بزرگ هم از گردشگران و هم از ساکنان استفاده می‌کند، در یک محیط مدیریت مقاصد هوشمند، سازمان‌های مدیریت مقصد، مؤسسات محلی و شرکت‌های گردشگری می‌توانند براساس داده‌های لحظه‌ای تولیدشده در داخل مقصد، تصمیم‌گیری و اقداماتی انجام دهند که تأثیرات توسعه گردشگری هوشمند در جامعه محلی مدیریت شود (Bhatta, 2023).

برداشت جامعه‌میزبان از توسعه گردشگری هوشمند شهری

یکی از ابعاد مهم پارادایم گردشگری هوشمند این واقعیت را برجسته می‌کند که مدیریت شهری نیاز به آگاهی بیشتر از ساکنان و خواسته‌های آنان دارند (El Archi et al., 2023). ادبیات موجود عمدتاً نشان داده است که واکنش ساکنان جامعه و سایر ذی‌نفعان به توسعه گردشگری تا حد زیادی تحت تأثیر درک هزینه در مقابل منافع موجود است. مطالعات موجود نشان می‌دهد که ساکنان گردشگری را تقویت‌کننده‌ای اقتصادی می‌دانند که مزایای چشمگیری دارد، مانند افزایش فرصت‌های شغلی و افزایش فرصت‌های خرید گردشگری، فرصت‌های تفریحی و درآمد برای مردم و دولت محلی و همچنین خدمت به جذب سرمایه‌گذاری، ترویج کارآفرینی، پیشبرد فرهنگ محلی، و حفظ و نگهداری منابع ملی (Shin et al., 2023). از سوی دیگر، ادبیات نظری بر نگرانی‌هایی تأکید می‌کند، از جمله مواردی که مربوط به مسائل فرهنگی و اجتماعی مانند جرم و جنایت، اعتیاد به

مواد مخدر، خراب‌کاری، مصرف الکل و نگرانی‌های زیست‌محیطی است که نه درآمد محلی و نه استاندارد زندگی محلی، دستمزد پایین و استخدام کوتاه‌مدت را بهبود نمی‌دهد (Eyisi et al., 2021). هنگامی که مزایای تبلیغ‌شده توسعه گردشگری برای ساکنان مقاصدی که گردشگری در آن صورت می‌گیرد مشهود نباشد، آن‌ها به‌طور فزاینده‌ای نگران آن می‌شوند؛ بنابراین، اگر پیامدهای فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری برای ساکنان بررسی نشود، نتیجه ممکن است از دست دادن حمایت برای توسعه گردشگری، بی‌میلی به کار در صنعت گردشگری و خصومت با گردشگران باشد (Eyisi et al., 2021).

کارکردها و پیامدهای فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند

اندیشمندان حوزه گردشگری بیان می‌کنند که صنعت گردشگری، علاوه بر داشتن مزایای اقتصادی، در جامعه و محیط فرهنگی شهر مقصد نیز تأثیر می‌گذارد (Abbie-Gayle, 2023). شهرهای مقصد گردشگری محبوب با آسیب‌های اجتماعی و شکایت ساکنان ناشی از ازدحام بیش از حد گردشگران مواجه‌اند. علاوه بر این، ثابت شده است که همبستگی بین توسعه پایدار شهری و شادی ساکنان عامل مهمی برای پایداری شهری است (Shin et al., 2023). براین اساس، ذی‌نفعان صنعت گردشگری هم‌گرایی شهر هوشمند و گردشگری هوشمند را وسیله‌ای مهم برای ارتقای کیفیت زندگی ساکنان می‌دانند (Buhalis et al., 2023). شهرهای هوشمند گردشگری مایل به سرمایه‌گذاری منابع عظیم برای پیاده‌سازی و حفظ سیستم‌های گردشگری هوشمند هستند که برای حل مشکلات گردشگری بیش از حد، محافظت از شهروندان و ارائه محیط زندگی بهتر کار می‌کنند (Yin et al., 2015).

مطالعات کاربردی‌تر در خصوص تأثیرات فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری در جامعه‌میزبان نشان می‌دهد که گردشگری در عناصر سبک زندگی اجتماعی فرهنگی مردم محلی مانند جشنواره‌ها، آثار هنری، مکان‌های مقدس و زیارتگاه‌ها، بناهای تاریخی و نظام‌های اعتقادی تأثیر می‌گذارد. کشوردوست و آمارحاجی شیرکیا (2022) افزایش آگاهی عمومی، ارتقای استانداردهای زندگی مردم و بهبود فرهنگ‌پذیری را از نتایج مثبت فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری قلمداد کرده‌اند. ایسی و همکاران (2021) نیز، با



فرهنگ آن‌ها کمک کند. کاوالیرو^۲ و همکاران (2019)، در پژوهشی با موضوع مدل توسعه مقصد گردشگری هوشمند: ترویج ارزش‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی فرهنگی و سیاسی، به ابعاد مختلف چهار بعد توسعه گردشگری هوشمند در حوزه قلمرو عمومی جامعه اشاره کرده‌اند.

وضعیت مشابهی در ادبیات داخلی نیز مشاهده می‌شود. برای نمونه، پژوهش ثقفی اصل و افزاخته (2022)، با عنوان «بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه روستایی رودبار قصران»، پیامدهای توسعه گردشگری را شامل توسعه پایدار گردشگری، ارتقای کیفیت زندگی، رونق بازاریابی، افزایش آگاهی و دانش گردشگری در روستاها قلمداد کرده‌اند. لنجانی و همکاران (2021)، در بررسی راهبرد توسعه گردشگری ایران در عصر جهانی‌شدن و پیامدهای آن، استدلال کرده‌اند که امنیت و تش‌های سیاسی حاکم بر جامعه میزبان، جاذبه‌های تاریخی فرهنگی و تضادهای فرهنگی میان جامعه میزبان و مبدأ از عوامل تعیین‌کننده در عرصه گردشگری در عصر جهانی‌شدن به شمار می‌روند. پژوهش دیگری که بیرانوندزاده و شرفی (2019) انجام دادند حاکی از آن است که افزایش حس تعلق مکانی، افزایش مدت اقامت گردشگران، تمایل به سکونت و ماندگاری، افزایش همبستگی اجتماعی و تغییرات فرهنگی در زندگی، به ترتیب از مهم‌ترین پیامدهای اجتماعی اثرگذار در توسعه گردشگری منطقه مورد مطالعه آنان است. زیاری و همکاران (2018) نشان دادند که فرهنگ‌پذیری، تجمل‌گرایی و فرهنگ کالایی در بین ساکنان رواج یافته و با اینکه گردشگری در منطقه موجب مشکلاتی برای جامعه میزبان شده است، سطح زندگی اجتماعی و آگاهی ساکنان بر اثر تبادلات فرهنگی با گردشگران بهبود یافته و ساکنان دیدگاه خوبی به توسعه گردشگری دارند و از آن حمایت می‌کنند.

روش‌شناسی

هدف از این پژوهش شناسایی و تحلیل کارکردهای اساسی توسعه گردشگری هوشمند شهری در تبریز است. برای دستیابی به این مهم و براساس ماهیت داده‌ها و مبنای پژوهش، رویکرد تحلیل محتوای کیفی از نوع استقرایی به کار گرفته شد. از آنجاکه این پژوهش در پی کشف مسائل واقعی جامعه است، از نوع پژوهش‌های کاربردی به شمار می‌رود. داده‌های لازم

بررسی نحوه اثرگذاری فرهنگی و اجتماعی گردشگری در کشورهای غنا، بوتسوانا، برزیل و زیمبابوه، استدلال کردند که، با وجود پیامدهای مثبت فرهنگی و اجتماعی، گردشگری بی‌برنامه به‌علت کالایی‌سازی فرهنگ، تغییر در جشنواره‌ها و آیین‌های مذهبی و ازدحام بیش از حد سبب بی‌تفاوتی مردم محلی می‌شود. گردشگری همچنین قیمت کالاها را افزایش داده و دسترسی مردم محلی به منابع را محدود کرده است. افزایش مصرف مواد مخدر و الکل و فشار بر زیرساخت‌ها وجود دارد. چنین تأثیرات اجتماعی و فرهنگی در ادراک مردم محلی از گردشگران و حمایت از صنعت گردشگری تأثیر می‌گذارد. حال نکته اساسی آن است که هوشمندسازی و گردشگری هوشمند با ویژگی‌های منحصربه‌فرد خود چگونه تأثیرات فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری را در مقصد شهری مدیریت می‌کند. بدین منظور و با توجه به محدودیت پژوهش در زمینه پیامدهای فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند شهری، پژوهش‌های اکتشافی بیشتر ضروری است. این مطالعه در همین راستا به شناسایی کارکردهای اساسی فرهنگی و اجتماعی گردشگری هوشمند شهری می‌پردازد.

پیشینه پژوهش

با وجود تأکید بر تأثیر توسعه گردشگری هوشمند در ساکنان محلی در ادبیات پژوهش، کماکان پژوهش‌های انگشت‌شماری کارکردها و پیامدهای فرهنگی اجتماعی آن را بررسی کرده‌اند. برای نمونه، باتا (2023) درباره تأثیر توسعه گردشگری در فرهنگ محلی پاکستان پژوهشی انجام داد و به این نتیجه رسید که گردشگری تأثیرات مثبت و منفی در معماری، میراث فرهنگی و ویژگی‌های اجتماعی و فرهنگی ساکنان محلی داشته است. بلشیچ^۱ و همکاران (2022) مشارکت فرهنگی و نگرش ساکنان درباره توسعه گردشگری در شهر نووی ساد را بررسی کردند. یافته‌ها روابط معنی‌داری را بین مشارکت فرهنگی ساکنان، دل‌بستگی به مکان، تأثیرات مثبت و منفی درک‌شده گردشگری (اقتصادی، اجتماعی فرهنگی، محیطی) و حمایت از توسعه گردشگری نشان می‌دهد. پژوهش ایسی و همکاران (2021) درباره ادراک مردم محلی از توسعه گردشگری و تأثیرات فرهنگی اجتماعی آن نشان می‌دهد که گردشگری برنامه‌ریزی‌نشده مردم محلی را آزرده‌خاطر می‌کند، درحالی‌که گردشگری برنامه‌ریزی‌شده ممکن است مزایای اقتصادی داشته باشد و به احیای

2. Cavalheiro

1. Blešić



برای پژوهش با روش پیمایشی و تکنیک مصاحبه‌های عمیق گردآوری داده‌های شده است. پرسش‌نامه‌های نیمه‌ساختاریافته برای سازمان‌دهی جلسات مصاحبه آماده شد که در مصاحبه اول و دوم اصلاحاتی از قبیل جابه‌جایی سوالات و تکمیل آن‌ها روی آن صورت گرفت تا ساختار نهایی به دست آید. ساختار پرسش‌نامه و جلسات مصاحبه به‌نحوی تنظیم شده بود که ابتدا پرسش‌های کلی مرتبط با گردشگری هوشمند مطرح شود. این کار به مصاحبه‌کنندگان کمک می‌کرد تا ذهن مصاحبه‌شوندگان را از مباحث کلی گردشگری و به‌خصوص گردشگری فرهنگی به سمت ویژگی‌های اختصاصی هوشمندسازی و گردشگری هوشمند سوق دهد. در ادامه، پرسش‌های دقیق‌تر و با جزئیات بیشتری درخصوص پیامدها، تأثیرات و کارکردهای فرهنگی اجتماعی گردشگری هوشمند شهری و تفاوت‌های آن با پیامدهای کلی توسعه صنعت گردشگری از منظر فرهنگی اجتماعی مطرح شد. خبرگان براساس روش گلوله‌برفی انتخاب شده بودند؛ در این روش، از مصاحبه‌شونده در پایان مصاحبه درخواست می‌شد تا فرد دیگری که توانایی و شایستگی پاسخ‌گویی به پرسش‌های پژوهش را داشته باشد معرفی کنند. معیار انتخاب خبرگان دانش و تخصص و سابقه کاری حداقل پنج‌ساله در زمینه عملی دانشگاهی یا اجرایی مدیریتی صنعت گردشگری به‌خصوص حوزه گردشگری هوشمند بود. در بخش دانشگاهی، تلاش شد با اعضای هیئت علمی یا دانش‌آموختگان دوره دکتری که سابقه مطالعاتی و پژوهشی در زمینه گردشگری هوشمند را دارند مصاحبه شود. در مجموع، پس از سیزده مصاحبه، اشباع نظری به دست آمد، اما برای اطمینان بیشتر سه مصاحبه دیگر انجام شد و درنهایت، پس از شانزده مصاحبه، فرایند گردآوری داده‌ها تکمیل شد. طی این فرایند، خبرگان

کلیدی صنعت گردشگری هوشمند در تبریز از جمله دانشکده‌های گردشگری و گروه‌های بین‌رشته‌ای مرتبط با گردشگری و پژوهشگران حوزه گردشگری هوشمند، مدیر سابق روابط عمومی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان آذربایجان شرقی، معاونت گردشگری شهرداری تبریز، انجمن راهنمایان بین‌المللی تور و انجمن آژانس‌های گردشگری حضور داشتند. مشخصات مصاحبه‌شوندگان در قالب جدول آورده شده است. مصاحبه‌ها در پاییز ۱۴۰۱ صورت پذیرفت. پیش از انجام مصاحبه هماهنگی‌های لازم از نظر مکانی و زمانی انجام می‌شد. عده‌ای از خبرگان به دلایل متفاوتی از جمله فاصله مکانی و برنامه‌های فشرده کاری ترجیح دادند به‌صورت اینترنتی در فرایند مصاحبه حضور یابند. تلاش شد تا جلسات مصاحبه به‌صورت فایل صوتی ضبط شود. به این منظور، پیش از شروع مصاحبه‌ها از تمامی مصاحبه‌شوندگان اجازه گرفته شد. ضمن آنکه پژوهشگران، با یادداشت‌برداری و تدوین نکات کلیدی، مفاهیم مدنظر مصاحبه‌شوندگان را ثبت کردند. هر مصاحبه عمیق حدود ۲۰ تا ۶۵ دقیقه به طول انجامید. بلافاصله بعد از تمام شدن هر مصاحبه به فایل صوتی آن گوش داده شد و در قالب فایل ورد به متن تبدیل شد. در ادامه متن مصاحبه‌ها با روش تحلیل محتوا و با استفاده از نرم‌افزار مکس کیودی‌ای، طی سه مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، کدگذاری شد. با ارزیابی دقیق متن مصاحبه‌ها، ابتدا مفاهیم اولیه شناسایی و در ادامه به هر یک کدی اختصاص داده شد. با هم‌فکری پژوهشگران، برخی از کدهایی که مفهوم نزدیک به هم داشتند تلفیق شدند. همچنین، تلاش شد شاخص‌های اساسی پیامدهای فرهنگی اجتماعی توسعه گردشگری از منظر هوشمندی بیشتر مورد توجه قرار گیرد تا شاخص‌های سنتی تأثیرات فرهنگی اجتماعی توسعه گردشگری.

جدول ۱: مشخصات جمعیت‌شناختی مصاحبه‌شوندگان

آیتم	گزینه‌ها	هیئت علمی	اجرایی / صنعت	پژوهشگر
جنسیت	زن	۲	۲	۲
	مرد	۶	۴	-
سن	۳۰ تا ۳۵ سال	-	۱	۱
	۳۶ تا ۴۰ سال	۲	۲	۱
	۴۱ تا ۴۵ سال	۳	۲	-
	۴۶ سال و بیشتر	۳	۱	-

آیتم	گزینه‌ها	هیئت علمی	اجرایی / صنعت	پژوهشگر
تحصیلات	کارشناسی	-	۲	-
	کارشناسی ارشد	-	۳	-
	دکتری	۸	۱	۲
سابقه کاری / علمی پژوهشی	۵ سال	-	-	۲
	۵ تا ۱۰ سال	۲	۲	-
	بیشتر از ۱۰ سال	۶	۴	-

توسط پژوهشگران، قابلیت اطمینان پژوهش که معادل پایایی در پژوهش‌های کمی است به دست آمد. استفاده از این روش در پژوهش‌های پیشین تأیید شده است (Farhadi Unaki et al., 2022; Zarei & Haghverdizadeh, 2022).

یافته‌های پژوهش

پس از اتمام مصاحبه‌ها، مفاهیم اولیه براساس بررسی دقیق متن تدوین شده مصاحبه‌ها شناسایی شد که طی آن به هر مفهوم یک کد اولیه اختصاص یافت. این کدهای اولیه شاخص‌ها و در ادامه مقوله‌های فرعی و در نهایت مقوله اصلی را تشکیل می‌داد. جدول ۲ نمونه‌ای از فرایند کدگذاری را نشان می‌دهد.

به منظور ارزیابی اعتبار یافته‌های پژوهش از روش آزمون اعتبار استفاده شد که طی آن پژوهشگر نتایج میدانی به دست آمده از فرایند مصاحبه و کدگذاری را به خبرگان برمی‌گرداند تا درباره کفایت آن داوری کنند (Zarei & Haghverdizadeh, 2022). در این پژوهش، مفاهیم استخراج شده و کدگذاری‌های انجام شده به شرکت کنندگان در مصاحبه بازگردانده شد تا با مطالعه آن‌ها این نکته را ارزیابی کنند که تا چه اندازه توصیف انجام شده با جهان واقعی مقصد گردشگری هوشمند شهری سازگار است. تمامی پاسخ‌گوین و مصاحبه‌شوندگان مقوله‌ها را از نظر معنایی تأیید و ارتباط آن‌ها با مقوله محوری را سازگار اعلام کردند. همچنین، از روش ثبت و نگه‌داری دقیق کلیه مدارک، فایل‌های مصاحبه، چگونگی روند انجام پژوهش و کدگذاری‌ها

جدول ۲: فرایند کدگذاری مقوله‌های کارکردهای فرهنگی اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند در شهر تبریز

مقوله اصلی	مقوله فرعی	شاخص	کد اولیه	متن
کارکردهای فرهنگی اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند شهری	پایداری	پایداری فرهنگی	نگرانی درباره امنیت فرهنگی جامعه	از نظر اون‌ها ورود گردشگران خارجی فضایی رو مهیا می‌کنه که امنیت فرهنگی جامعه به خطر می‌افته و ممکنه تبادل فرهنگی به تغییر فرهنگی منجر بشه که این باعث خواهد شد کنترل جامعه‌ای که مدنظرش هست دشوارتر بشه؛ درحالی‌که ما بحث گردشگری فرهنگی رو داریم که طی آن گردشگران، در کمال احترام به فرهنگ و هنجارهای جامعه محلی، از اون مقصد بازدید می‌کنند. توسعه این بخش از گردشگری قطعاً نه تنها زبانی متوجه فرهنگ جامعه ما نخواهد کرد، بلکه می‌تونه به پایداری بیشتر مسائل فرهنگی مون کمک کنه
			تلاش برای حفظ فرهنگ و هنجارهای غنی محلی	
			مباحث گردشگری فرهنگی	

نتایج یافته‌های به دست آمده از مصاحبه با خبرگان در ادامه آورده شده است. در مجموع، ۹۲ کد اولیه شناسایی شد که با توجه به نزدیکی معنایی ۱۹ شاخص به دست آمد که در قالب ۷ مقوله فرعی





قلمرو ارزش عمومی با پنج شاخص بیشترین شاخص را در بین مقوله‌های فرعی به دست آورد. همچنین، مقوله فرعی «هوشمندی و ارتقای بهزیستی روانی ساکنان» و شاخص‌های زیرمجموعه آن در کل بیشترین فراوانی را از بابت تکرار مفاهیم اولیه و شاخص‌های مرتبط با آن‌ها توسط مصاحبه‌شوندگان کسب کردند؛ به طوری که شاخص «ارتقای تجربه راحتی ساکنان با بهره‌گیری بیشتر از فناوری‌های هوشمند» با پانزده تکرار و شاخص «ارتقای تجربه سودمندی ساکنان بر اثر تعامل بیشتر با فناوری‌های هوشمند» با سیزده تکرار و «شاخص استقبال بیشتر مردم از فناوری‌های نوین» با دوازده تکرار بیشترین شاخص‌های مورد تأکید خبرگان بودند.

دسته‌بندی شد. این مقوله‌های فرعی در قالب مقوله اصلی کارکردهای فرهنگی اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند شهری طبقه‌بندی شدند. مقوله اصلی، مقوله‌های فرعی و شاخص‌های مرتبط با هر مقوله فرعی در جدول ۳ خلاصه شده است. همان‌طور که در این جدول مشاهده می‌شود، کارکردهای اساسی فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند شهری در تبریز در هفت حوزه شامل پذیرش نوآوری (دو شاخص)، ارتقای قلمرو ارزش عمومی (پنج شاخص)، پایداری (دو شاخص)، ارتقای سهم شهروندان در توسعه گردشگری هوشمند (یک شاخص)، هم‌آفرینی گردشگری (دو شاخص)، هوشمندی و ارتقای بهزیستی روانی ساکنان (سه شاخص) و جنبه‌های اخلاقی و فناوری‌های نوین (چهار شاخص) شناسایی شد. ارتقای

جدول ۳: کارکردهای فرهنگی اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند در شهر تبریز

شاخص‌ها	مقوله‌های فرعی	مقوله اصلی
استقبال بیشتر مردم از فناوری‌های نوین	پذیرش نوآوری	کارکردهای فرهنگی اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند شهری
ارتقای شیوه‌های کسب اطلاعات و اطلاع‌رسانی		
ارتقای سرمایه‌های اجتماعی	ارتقای قلمرو ارزش عمومی	
افزایش انسجام اجتماعی		
روابط اجتماعی		
معنای اجتماعی		
هویت فرهنگی	پایداری	
توسعه پایدار فرهنگی		
توسعه پایدار اجتماعی	ارتقای سهم شهروندان در توسعه گردشگری هوشمند	
حرکت به سمت برنامه‌ریزی مشارکتی گردشگری		
افزایش تعامل بین گردشگران و زنجیره توزیع و ذی‌نفعان	هم‌آفرینی گردشگری	
خلق مجدد و مشترک عناصر گردشگری توسط گردشگران و جامعه میزبان		
ارتقای تجربه سودمندی ساکنان بر اثر تعامل بیشتر با فناوری‌های هوشمند	هوشمندی و ارتقای بهزیستی روانی ساکنان	
ارتقای تجربه امنیت ساکنان با استفاده از فناوری‌های نوین		
ارتقای تجربه راحتی ساکنان با بهره‌گیری بیشتر از فناوری‌های هوشمند		
افزایش کنترل به‌منظور رعایت قوانین شهری	جنبه‌های اخلاقی و فناوری‌های نوین	
گسترش بی‌اخلاقی مجازی در شبکه‌های اجتماعی به علت کاهش تماس چشمی و شرم رودررویی		
حریم خصوصی و استفاده از داده‌های کاربران		
تأثیر روی الگوهای تعامل اجتماعی		



پایداری: در مقوله پایداری دو مفهوم پایداری فرهنگی و اجتماعی مدنظر است. اهمیت پایداری فرهنگی اجتماعی به حدی زیاد بود که خبرگان تأکید بیشتری بر آن داشتند. یکی از شرکت‌کننده‌ها این‌گونه بیان کرد:

«الان چندین دهه هست که این موضوع به صورت مشخص توسط اکثریت محققان و سیاست‌گذاران اجتماعی پذیرفته شده که دگرگونی اجتماعی و حرکت به سوی توسعه شهرها و مقاصد گردشگری نمی‌تونه و نبایستی به بهای از بین رفتن و قربانی شدن فرهنگ‌ها به دست بیاد. در مقابل حتماً می‌بایستی این فرایند توسعه با ارزش گذاشتن و احترام به فرهنگ ملت‌ها به نتیجه برسه.»

یکی از آن‌ها با اشاره به برخی مشکلات معتقد بود: «از نظر اون‌ها، ورود گردشگران خارجی فضایی رو مهیا می‌کنه که امنیت فرهنگی جامعه به خطر می‌افته و ممکنه تبادل فرهنگی به تغییر فرهنگی منجر بشه که این باعث خواهد شد کنترل جامعه‌ای که مدنظرش هست دشوارتر شه، درحالی‌که ما بحث گردشگری فرهنگی رو داریم که طی اون گردشگران، در کمال احترام به فرهنگ و هنارهای جامعه محلی، از اون مقصد بازدید میکنند. توسعه این بخش از گردشگری قطعاً نه تنها زبانی متوجه فرهنگ جامعه ما نخواهد کرد، بلکه می‌تونه به پایداری بیشتر مسائل فرهنگی مون کمک کنه.»

ارتقای سهم شهروندان در توسعه گردشگری هوشمند: مفهوم مرتبط با این مقوله افزایش مشارکت شهروندان در توسعه گردشگری هوشمند شهری به خصوص حرکت به سمت برنامه‌ریزی مشارکتی گردشگری است. ساکنان به‌علت تجربه و دانش خود در افزایش فرایندهای برنامه‌ریزی در زمینه‌هایی مانند برنامه‌ریزی شهری، خدمات حمل‌ونقل و طراحی ساختمان شناخته شده‌اند. یکی از خبرگان درباره راه‌حل‌ها یا سازوکارهای نوآورانه احتمالی برای درگیر کردن مؤثر همه ذی‌نفعان به خصوص مردم شهرها این‌گونه توضیح می‌دهد:

«الان در بیشتر شهرهای مدرن و پیشرفته دنیا مدیریت شهری تلاش می‌کنه مشارکت ساکنان خودش رو در پروژه‌های برنامه‌ریزی گردشگری افزایش بده، دلیل این کارشون هم مشخصه. این یه اصل مدیریته که وقتی مردم در فرایند برنامه‌ریزی مشارکت می‌دی باعث تغییر نگرش مثبت اون‌ها به موضوع می‌شه و همچنین وقتی انتظارات اون‌ها رو در همین برنامه‌های

پذیرش نوآوری: در ارتباط با مقوله فرعی پذیرش نوآوری دو مفهوم اولیه شامل استقبال بیشتر مردم از فناوری‌های نوین و ارتقای شیوه‌های کسب اطلاعات و اطلاع‌رسانی شناسایی شد. این مقوله مرتبط با تئوری انتشار نوآوری است که بیان می‌کند نوآوری از طریق کانال‌های مشخص در بین نظام اجتماعی به مرور زمان ترویج می‌یابد. در این نظریه، پذیرش نوآوری روندی تعریف می‌شود که در آن فرد در نخستین مرحله‌ای که از نوآوری مطلع می‌شود تصمیم می‌گیرد نوآوری را بپذیرد یا آن را طرد کند. پنج مرحله‌ای که در اینجا مطرح می‌شود عبارت‌اند از: آگاهی یا اطلاع از آن نوآوری (اطلاع)، علاقه و ارتباط با نوآوری (اقناع یا ترغیب)، ارزشیابی یا تصمیم برای پذیرش یا رد نوآوری (پذیرش یا رد)، آزمون تثبیت با تأیید نوآوری از سوی فرد و پذیرش. بیشتر مصاحبه‌شوندگان تأیید کردند که توسعه فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی به‌منظور پیشرفت گردشگری هوشمند شهری می‌تواند به بهبود سطح پذیرش نوآوری در میان ساکنان محلی تریز بینجامد. در این مورد یکی از مصاحبه‌شوندگان این چنین توضیح داد:

«وقتی سازمان‌های مرتبط با توسعه گردشگری بیان و پروژه‌های مختلف هوشمندسازی رو در مراکز گردشگری و خود شهر اجرا کنن، به‌خاطر استفاده‌ای که توسط گردشگران صورت خواهد گرفت، ساکنان محلی هم تشویق می‌شن تا بیشتر از این فناوری‌های نوین استفاده کنن. این کار باعث می‌شه رفته‌رفته مردم ما به این فناوری‌های هوشمند خو بگیرن و عادی بشه براشون.»

ارتقای قلمرو ارزش عمومی: براساس نتایج یافته‌ها، در حوزه ارزش عمومی بر پنج مفهوم اولیه از جمله ارتقای سرمایه‌های اجتماعی، افزایش انسجام اجتماعی، روابط اجتماعی، معنای اجتماعی و هویت فرهنگی تأکید شد. یکی از خبرگان درخصوص تأثیر توسعه گردشگری هوشمند در ساکنان محلی این‌گونه توضیح داد:

«هدف کشورها از این طرح‌های هوشمندسازی ایجاد یک مقصد گردشگری هوشمند با هدف تقویت ظرفیت یک مقصد برای یادگیری و نوآوری، که این کار با سرمایه‌گذاری در سرمایه انسانی قابل انجامه. علاوه‌بر این، وقتی گردشگری به روشی پایدار توسعه پیدا بکنه، می‌تونه غرور فرهنگی، احساس مالکیت و کنترل، کاهش آسیب‌پذیری رو از طریق تنوع و توسعه مهارت‌ها و ظرفیت کارآفرینی به ارمغان بیاره.»



هوشمندسازی مکان‌های گردشگری در نظر بگیرن، مردم خیلی راحت‌تر با تغییرات کنار می‌آیند.»

هم‌آفرینی گردشگری: درخصوص مقوله هم‌آفرینی گردشگری، دو مفهوم مرتبط افزایش تعامل بین گردشگران و زنجیره توزیع و ذی‌نفعان و خلق مجدد و مشترک عناصر گردشگری توسط گردشگران و جامعه میزبان قابل بحث است. یکی از خبرگان این‌گونه ابعاد موضوع را تشریح کرد:

«می‌خوام از جنبه پست مدرنیسم هم به قضیه نگاه کنیم. ما، در دنیای تجارت و کسب‌وکار، امروز به بحشی داریم با عنوان خلق مشترک یا هم‌آفرینی که طی اون به دلیل تنوع خواسته‌های مشتریان و رقابت شدیدی که بین تأمین‌کنندگان برای جذب مشتریان بیشتر و خلق مزیت رقابتی پایدار وجود داره، تلاش می‌شه به صورت کاملاً پویا خواسته‌های مشتریان در فرایند طراحی و تولید محصولات در نظر گرفته بشه. به عبارتی، مشتری عین‌یه کارمند شرکت در بیشتر بخش‌های طراحی، تولید و توزیع نقش داره، مشتری به ما می‌گه این محصول به چه شکلی، با چه ظرفیتی و کیفیتی تولید بشه و به چه نحوی می‌خواد به دستش برسه. ما در گردشگری هم می‌تونیم هم‌آفرینی رو داشته باشیم. ما می‌تونیم، با استفاده از فناوری‌های هوشمند، گردشگران رو بیشتر در فرایندهای سفر و تور قرار بدیم که نتیجه اون می‌شه به مقصد گردشگری هوشمند با فضای خلق مشترک بین گردشگران و ساکنان و سود جمعی بالاتر برای هر دو طرف.»

انجام بدن، احساس خودکارآمدی اون‌ها بیشتر می‌شه که نتیجه اون هم سازگاری بهتر با محیط اجتماعی و وظایف خودشون رو هم به‌طور مؤثرتر انجام می‌دن.»

مصاحبه‌شونده دیگری درباره تجربه امنیت ساکنان مباحث مفیدی را مطرح کرد:

«وقتی که مردم از سیستم‌های هوشمند و فناوری‌های نوین استفاده می‌کنن، اطلاعات شخصی و مسیر فعالیت اون‌ها به‌ناچار توسط دستگاه‌های هوشمند مربوطه ثبت می‌شه و همین اطلاعات به منبعی برای سازمان‌های مرتبط با شهر هوشمند برای ارائه خدمات هوشمند و شخصی‌سازی شده به ساکنان تبدیل می‌شه. اینجا دو تا بحث متفاوت پیش می‌آد، اول امنیت اطلاعات و حریم خصوصی مردم که همیشه مورد توجه بوده و مردم به حس ناامنی درونی در مورد لورفتن اطلاعاتشون و امکان سوءاستفاده از اون‌ها رو دارن، دوم که به‌نوعی راهکار مورد اول هم هست اینه که اگر تعهدات خاصی به ساکنان در پلتفرم‌های نظارت اطلاعات یک شهر هوشمند داده بشه و به ساکنان به‌وضوح گفته بشه که اطلاعات شخصی‌شون محافظت می‌شه و قرار نیست مورد سوءاستفاده قرار بگیره، اون وقته که افزایش تجربه ایمنی نگرانی‌های مربوط به حفظ حریم خصوصی مردم رو کاهش می‌ده. نتیجه این هم که مشخصه، یک تجربه ایمنی مثبت می‌تونه باعث بشه مردم با آرامش و فراغ خاطر از این فناوری‌ها استقبال بکنن که اون هم به بهتر شدن کیفیت زندگی‌شون کمک می‌کنه.»

بررسی یافته‌های پژوهش در حوزه مقوله هوشمندی و ارتقای بهزیستی روانی ساکنان سه مفهوم مهم را برجسته کرد: ارتقای تجربه سودمندی ساکنان بر اثر تعامل بیشتر با فناوری‌های هوشمند، ارتقای تجربه امنیت ساکنان با استفاده از فناوری‌های نوین و ارتقای تجربه راحتی ساکنان با بهره‌گیری بیشتری از فناوری‌های هوشمند. نظر یکی از مصاحبه‌شوندگان درخصوص ارتقای تجربه سودمندی ساکنان این‌گونه بود:

«وقتی می‌گیم توسعه هوشمندسازی باعث افزایش تجربه سودمندی مردم می‌شه به این معنی که اطلاعات و خدماتی که ساکنان شهری از طریق فناوری‌های هوشمند به‌شون دسترسی دارن می‌تونه کیفیت زندگی و عملکرد شغلی اون‌ها رو بهبود ببخسه. واضح‌تر بخوام بگم، وقتی مردم با استفاده از این فناوری‌های هوشمند آسان‌تر می‌تونن کارهاشون

آخرین مقوله فرعی به جنبه‌های اخلاقی و فناوری‌های نوین اشاره دارد که شامل چهار مفهوم اولیه می‌شود: افزایش کنترل به‌منظور رعایت قوانین شهری، گسترش بی‌اخلاقی مجازی در شبکه‌های اجتماعی به علت کاهش تماس چشمی و شرم رودررویی، حریم خصوصی و استفاده از داده‌های کاربران و تأثیر روی الگوهای تعامل اجتماعی. تعیین مصادیق اخلاقی یا غیراخلاقی بودن مفاهیم مرتبط با اخلاق چالش‌های زیادی را ایجاد کرد. درحالی‌که یکی از پاسخ‌دهندگان استفاده از فناوری‌های هوشمند را عامل مثبتی در کنترل اجتماعی به‌خصوص رعایت قوانین شهری و جلوگیری از تخلف می‌دانست، مصاحبه‌شونده دیگری آن را عاملی برای سلطه کامل حکمرانان بر مردم با سوءاستفاده از داده‌های به‌دست‌آمده از فناوری‌های هوشمند تصور می‌کرد.



بحث و نتیجه گیری

این پژوهش، با تأکید بر اهمیت توسعه گردشگری هوشمند در جوامع شهری، پیامدهای اساسی فرهنگی و اجتماعی توسعه آن را مورد بررسی قرار داد. از آنجاکه مردم جامعه میزبان به عنوان یکی از دو قطب گردشگری در رابطه گردشگر - جامعه محلی حائز اهمیت است، لزوم بررسی و شناسایی تأثیری که توسعه گردشگری هوشمند شهری در آن‌ها می‌گذارد بسیار ارزشمند و ضروری بود. در این پژوهش، با کسب نظر خبرگان حوزه گردشگری هوشمند، تلاش شد کارکردهای اساسی توسعه گردشگری هوشمند برای مردم جامعه میزبان از بعد فرهنگی و اجتماعی در شهر تبریز بررسی شود. نتایج این بررسی تأیید کرد که توسعه فناوری‌های هوشمند به احتمال قوی با پذیرش نوآوری‌های جدید از طرف مردم میزبان حمایت شود؛ بدین شکل که مطابق با نظریه نشر نوآوری، تمایل سازمان‌ها و شرکت‌های گردشگری برای گسترش فناوری‌های هوشمند مرتبط با گردشگری به افزایش آگاهی مردم از آنان منجر می‌شود، و در صورت عملکرد صحیح، با ایجاد حس ترغیب در آن‌ها، موجب اشتیاق بیشتر مردم برای همراهی، استفاده و بهره‌مندی از فناوری‌های جدید خواهد شد. این امر می‌تواند موفقیت بیشتر طرح‌های هوشمندسازی را تضمین کند. همچنین، نتایج یافته‌های این پژوهش ارتقای قلمرو ارزش عمومی و شاخص‌های آن از جمله انسجام اجتماعی، روابط و معنای اجتماعی و غرور و هویت فرهنگی را به عنوان برآیندهای فرهنگی اجتماعی گردشگری هوشمند تأیید کرد. همان‌طور که سازمان جهانی گردشگری (2002) در گزارش خود تشریح کرده است، ساخت مقصد گردشگری هوشمند با سرمایه‌گذاری انسانی با هدف تقویت ظرفیت مقصد برای یادگیری و نوآوری انجام می‌شود. علاوه بر این، زمانی که گردشگری به روشی پایدار توسعه یابد می‌تواند غرور فرهنگی، احساس مالکیت و کنترل و کاهش آسیب‌پذیری را از طریق تنوع و توسعه مهارت‌ها و ظرفیت کارآفرینی به ارمغان بیاورد. کاوالیرو و همکاران (2019) نیز تأیید کردند که گردشگری هوشمند می‌تواند از طریق کمک به سرمایه اجتماعی، انسجام اجتماعی، روابط اجتماعی، معنای اجتماعی و هویت فرهنگی، رفاه فردی و اجتماعی به ارتقای ارزش‌های فرهنگی اجتماعی قلمرو ارزش عمومی کمک کند. نتایج یافته‌های پژوهش، علاوه بر دو مقوله یادشده، پنج مقوله مهم دیگر را به عنوان ابعاد اصلی این حوزه شناسایی کرد که شامل پایداری، ارتقای سهم شهروندان در توسعه

گردشگری هوشمند، هم‌آفرینی گردشگری، هوشمندی و ارتقای بهزیستی روانی ساکنان و جنبه‌های اخلاقی و فناوری‌های نوین است. وجه تمایز اصلی این پژوهش با پژوهش‌های پیشین از جمله پژوهش ثقفی اصل و افراخته (2022)، لنجانی و همکاران (2021) و بیرانوندزاده و شرفی (2019) در این بود که همگی آن‌ها به ابعاد متفاوت اثرگذاری متغیرهای مختلف صنعت گردشگری پرداخته بودند و گردشگری هوشمند شهری و ضوابط مربوط به آن به‌طور اختصاصی بررسی نشده بود، در حالی که این پژوهش، برای نخستین بار، با تأکید بر مفاهیم شهر هوشمند و گردشگری هوشمند شهری، کارکردهای متفاوتی نسبت به پیامدهای سنتی توسعه گردشگری ارائه داد.

پذیرش نوآوری از سوی ساکنان جامعه میزان نخستین کارکرد مهم توسعه گردشگری هوشمند شهری بود که دو شاخص مهم را شامل می‌شد: استقبال بیشتر مردم از فناوری‌های نوین و ارتقای شیوه‌های کسب اطلاعات و اطلاع‌رسانی. در مطالعات پیشین به این شاخص‌ها اشاره مستقیم نشده است؛ اما در پژوهش لنجانی و همکاران (2021) بر تأثیرات فناوری در عرصه سفر، هزینه‌های اقامتگاهی و حمل‌ونقل تأکید شده که به نوعی با مفهوم هوشمندی و گردشگری هوشمند مرتبط است. با این حال، سطح گسترده بررسی در این پژوهش، از نظر استفاده از فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی در مقاصد گردشگری و کارکردهای فرهنگی اجتماعی آن، جزئیات بسیار بیشتری در اختیار ادبیات پژوهش قرار می‌دهد. ثقفی اصل و افراخته (2022) نیز افزایش آگاهی و دانش را پیامد توسعه گردشگری معرفی کردند که با شاخص ارتقای شیوه‌های کسب اطلاعات به‌دست آمده در این پژوهش هم‌راستا است. در مقوله ارتقای ارزش عمومی، خبرگان به پنج شاخص اصلی ارتقای سرمایه‌های اجتماعی، افزایش انسجام اجتماعی، روابط اجتماعی، معنای اجتماعی و هویت فرهنگی اشاره کردند. باتا (2023)، با تأکید بر مشکلاتی از قبیل رشد بی‌رویه گردشگری، فقدان آموزش و آگاهی ساکنان و دست‌اندرکاران گردشگری در خصوص حفاظت از میراث فرهنگی محلی، ساخت‌وساز ساختمان‌های خصوصی و بی‌توجهی به تداوم معماری بومی و شیوه‌های فرهنگی، تلاش کرد اهمیت مسائل فرهنگی و اجتماعی برای جامعه میزبان را روشن‌تر سازد. در معنایی فراگیرتر، یافته‌های این پژوهشگر شاخص‌های به‌دست آمده در این پژوهش از جمله ارتقای هویت فرهنگی، معنا و سرمایه‌های اجتماعی را تأیید می‌کند. بیرانوندزاده و



شرفی (2019) بر شاخص‌هایی مانند افزایش حس تعلق مکانی و افزایش همبستگی اجتماعی اشاره کردند که با شاخص‌های ارائه‌شده در این پژوهش در مقوله فرعی ارتقای قلمرو ارزش عمومی و مفاهیمی مانند ارتقای انسجام اجتماعی، روابط اجتماعی و هویت فرهنگی در یک راستا است. در زمینه پایداری، هر دو مبحث پایداری فرهنگی و اجتماعی جامعه میزبان از یافته‌های این پژوهش بود. مباحث مطرح‌شده در حوزه گردشگری فرهنگی، که طی آن گردشگران به ارزش‌های جامعه میزبان کاملاً احترام می‌گذارند، در این زمره قرار می‌گیرد. پژوهش لنجانی و همکاران (2021) نشان داد که در عصر جهانی شدن گردشگری شاهد تضادهای فرهنگی میان جامعه میزبان و مبدأ گردشگران، مسائل مرتبط با امنیت و تنش‌های سیاسی حاکم در جامعه میزبان هستیم. می‌توان نقطه مشترکی بین تضادهای فرهنگی اشاره‌شده با مؤلفه‌های پایداری فرهنگی و اجتماعی ارائه‌شده در این پژوهش یافت. تأکید بر مباحث گردشگری فرهنگی و احترام به هنجارها و ارزش‌های جامعه میزبان، که در این پژوهش بررسی شد، می‌تواند بسیاری از مسائل مرتبط با چالش‌های جهانی شدن را مدیریت کند. توسعه پایداری در کنار شاخص‌هایی مانند ارتقای کیفیت زندگی و رونق بازاریابی از نتایج پژوهش ثقفی اصل و افراخته (2022) بود که یافته‌های این پژوهش را تأیید کرد. علاوه بر این، این پژوهش با پژوهش بلشیچ و همکاران (2022) نیز قابل مقایسه است. این پژوهشگران بر دل بستگی به مکان و اهمیت مشارکت فرهنگی ساکنان تأکید داشتند که مورد دوم در این پژوهش در مقوله فرعی «ارتقای سهم شهروندان در توسعه گردشگری هوشمند» تأیید شد. پژوهش ایسی و همکاران (2021) نیز تأکید کرد که نبود برنامه‌ریزی گردشگری به رنجش خاطر مردم میزبان منجر می‌شود. گردشگری هوشمند با مهیا کردن زمینه‌های حرکت به سمت برنامه‌ریزی مشارکتی گردشگری با حضور مردم میزبان می‌تواند راهکاری برای مشکلات گردشگری و برنامه‌ریزی آن باشد. در خصوص مقوله هم‌آفرینی گردشگری نیز دو شاخص مهم به دست آمد که شامل افزایش تعامل بین گردشگران و زنجیره توزیع و ذی‌نفعان و خلق مجدد و مشترک عناصر گردشگری توسط گردشگران و جامعه میزبان می‌شد. جواشی جدید و همکاران (2020) شاخص‌های کسب مزیت رقابتی و ارتقای ارزش برند در حوزه سازمانی و توسعه اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی را در حوزه ملی به‌عنوان پیامدهای

هم‌آفرینی ارزش با مشتری در صنعت گردشگری معرفی کردند. در ادامه، در خصوص مقوله هوشمندی و ارتقای بهزیستی روانی ساکنان، نتایج پژوهش به سه مؤلفه ارتقای تجربه سودمندی ساکنان، ارتقای تجربه امنیت ساکنان و ارتقای تجربه راحتی ساکنان با بهره‌گیری بیشتر از فناوری‌های هوشمند دست یافت. لین و همکاران (2019) در مطالعه‌ای کمی استدلال کردند که تجارب ایمنی، سودمندی و راحتی ساکنان از به‌دست‌آوردن اطلاعات، خدمات و شبکه‌ها در شهرهای هوشمند، همگی تأثیرات مثبتی در بهزیستی روانی آن‌ها دارد و رابطه بین تجربه ایمنی ساکنان و بهزیستی روانی تا حدی با میانجیگری تجربیات مفید و راحتی انجام می‌شود. بنابراین، یافته‌های این پژوهش تأیید می‌شود. در نهایت، کارکرد دیگر توسعه گردشگری هوشمند شهری به مباحث اخلاقی اشاره داشت که چهار شاخص اصلی را شناسایی کرد: افزایش کنترل در جهت رعایت قوانین شهری، گسترش بی‌اخلاقی مجازی در شبکه‌های اجتماعی به علت کاهش تماس چشمی و شرم رودرویی، حریم خصوصی و استفاده از داده‌های کاربران و تأثیر روی الگوهای تعامل اجتماعی. این شاخص‌ها در مطالعات پیشین مربوط به پیامدهای توسعه گردشگری هوشمند اشاره نشده، اما می‌توان به‌صورت موردی در ادبیات پژوهش مطالعات متعددی در تأیید این یافته‌ها پیدا کرد.

یافته‌های این مطالعه پیامدهای مدیریتی ارزشمندی برای ساخت شهر هوشمند و مقصد گردشگری هوشمند دارد. نخست اینکه، همان‌طور که شین و همکاران (2023) تشریح کردند، توسعه مقاصد هوشمند بر فناوری اطلاعات و ارتباطات متکی است و افزایش اطلاعات رفتاری فردی به‌طور فعال یا غیرفعال وارد شبکه شهر هوشمند می‌شود. ذخیره و انتقال چنین اطلاعاتی مستلزم امنیت و محرمانگی بسیاری است. بدین منظور لازم است دولت و سازمان‌ها و ارگان‌های مرتبط برنامه‌های متنوعی را برای تضمین امنیت ارائه اطلاعات و داده‌ها از سمت مردم فراهم سازند. از طرفی دیگر، خدمات هوشمند نیازهای مردم را از طریق ساخت زیرساخت‌های هوشمند برآورده می‌کنند، که تأکید می‌کند زیرساخت‌ها و خدمات هوشمند مردم را هدف قرار داده است. به باور بلشیچ و همکاران (2022)، این امر همچنین به دولت‌ها، شرکت‌ها و نهادهای مربوطه یادآوری می‌کند که در ساخت شهرهای هوشمند بر توسعه اقتصادی و تحریک تقاضای داخلی توسط دولت و بهبود عملکرد شرکت توجه نمایند. علاوه بر



ساکنان ضروری است. این پژوهش‌ها می‌توانند ابعاد پیامدهای اقتصادی، سیاسی، زیست‌محیطی و ژئوپلیتیک را بررسی کنند. همچنین، روش‌های نظام‌مندی نظیر مطالعات فراتحلیل و فراترکیب برای مطالعه عمیق‌تر ادبیات پژوهش می‌تواند اطلاعات دقیق‌تر و جامع‌تری از وضعیت ادبیات پژوهش در این حوزه ارائه دهد.

این مقاله نشان می‌دهد که شهرها، همراه با ساکنان‌ها، می‌توانند راه‌حل‌های سودآوری برای مقابله با مشکلات فعلی بیابند و به سمت دستیابی به نتایج پایدار حرکت کنند. این بدان معنی است که ما فقط در ابتدای درک این تحولات در ادبیات پژوهش هستیم. لازم است پژوهش‌های آینده بر پاسخ‌گویی به موضوعات گفته‌شده تمرکز کنند. همچنین، از آنجاکه در این پژوهش رویکردی کیفی برای شناسایی پیامدهای توسعه گردشگری هوشمند اتخاذ شده، قابلیت تعمیم به جامعه‌ای بزرگ‌تر در سطح بین‌المللی را محدود می‌کند. انجام پژوهش‌هایی دیگر که به شکل تطبیقی تفاوت‌های درک‌شده مردم سایر کشورها را با هم مقایسه کند جالب توجه خواهد بود.

منابع فارسی که معادل لاتین آن‌ها در فهرست منابع آمده است:

ابراهیمی، افسانه و فاطمی، مهدی. (۱۴۰۲). بررسی و ارزیابی پیامدهای اقتصادی گردشگری شهری از دیدگاه شهروندان (مطالعه موردی: شهر بیرجند). آینده‌پژوهی شهری، ۱۳(۱)، ۹۱-۱۰۹. <https://doi.org/10.2925/1983906/1116.uf/10/30495/org>

بیرانوندزاده، مریم و شرفی، سیامک (۱۳۹۸). بررسی ابعاد و پیامدهای اجتماعی موثر بر توسعه صنعت گردشگری در محور گردشگری خرم‌آباد - پلدختر. جغرافیا و روابط انسانی، ۲(۳)، ۴۴۶-۴۵۵. <https://dorl. et/dor/20.1001.1.26453851.1398.2.3.28.0>

ثقفی اصل، صادق و افراخته، حسن (۱۴۰۱). بسترهای حاکم و پیامدهای حاصل از توسعه گردشگری بر مبنای مزیت‌های رقابت‌پذیری در ناحیه روستایی رودبار قصران. روستا و توسعه پایدار فضا، ۴(۳)، ۳۸-۲۰. <https://doi.org/10.22034/qjimdo.2020.210870.1242>

جواشی جدید، سلمان، طاهری‌کیا، فریز، جلالی، سیدمهدی و تبریزیان، بیتا (۱۳۹۹). ارائه الگوی

مسائل مربوط به ساکنان، مقاصد هم‌چالش‌های مدیریتی متعددی در مدیریت مشارکت ساکنان و برنامه‌ریزی گردشگری در شهرهای خود مواجه‌اند. به همان شکل که ایسی و همکاران (2021) استدلال کردند، تردید توسعه‌دهندگان گردشگری در به اشتراک گذاشتن اطلاعات یا گنجاندن ساکنان در فرایندهای برنامه‌ریزی باید مورد توجه قرار گیرد. این چالش‌ها در درجه اول به فرهنگ برنامه‌ریزی مقصد و چگونگی تسهیل ساختارهایی که می‌توانند ساختارهای داده‌باز را مدیریت کنند مربوط می‌شود. مقاصد همچنین باید در نظر داشته باشند، با توجه به امکانات لازم و نتایج موردانتظار، کدام دسته از مشارکت ساکنان را می‌توانند از طریق فناوری به کار گیرند. بدین منظور، پلتفرم‌های اختصاصی و رسانه‌های اجتماعی پیشنهادی قابل قبولی هستند؛ بنابراین، این که مقصدها چه نوع امکاناتی را باید مدیریت کنند، فرایندهای مرتبط چقدر زمان و هزینه دارد و آیا نتایج با اهداف تعیین شده منطبق است یا خیر، اهمیت بسیاری دارد؛ بر این اساس، پروژه‌های آزمایشی راه‌اندازی شده برای به دست آوردن بینش درباره سؤالات مزبور ضروری است. علاوه بر این، آموزش مستمر مؤلفه‌ای کلیدی برای فرایندهای موفق برنامه‌ریزی گردشگری آینده است. در کنار آن، از آنجاکه برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های هوشمندسازی نیازمند منابع مالی کافی است، توجه بیشتر در بودجه‌های شهری یا جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی به‌واسطه اعطای مشوق‌های مالی و مالیاتی و حمایت‌های دولتی ضروری است. همچنین، پذیرش نوآوری، که از نتایج یافته‌های این مطالعه بود، را می‌توان در قالب ایجاد برنامه‌های تلویزیونی، وبگاه‌ها و به‌خصوص استفاده از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع‌رسانی گسترده‌تر و فرهنگ‌سازی بیشتر گردشگری هوشمند به کار گرفت.

درنهایت، تجزیه و تحلیل صورت‌گرفته در این پژوهش طرحی نظری برای هدایت پژوهش‌های آینده ارائه می‌دهد و انباشت دانشی است درباره کارکردها و پیامدهای طرح‌هایی که تلاش برای تبدیل شهر مقصد گردشگری به مقصد گردشگری هوشمند را تسهیل می‌کنند.

یکی از محدودیت‌های این پژوهش کمبود پیشینه مطالعاتی در خصوص پیامدهای فرهنگی و اجتماعی توسعه گردشگری هوشمند بود که امکان صحت‌سنجی و تطبیق یافته‌های آن را دشوار می‌کرد. انجام پژوهش‌های بیشتر درباره تأثیر پروژه‌های برنامه‌ریزی گردشگری در

- Beyranvandzadeh, M., & Sharafi, S. (2019). Investigation of Social Dimensions and Consequences Affecting Tourism Development in Khorramabad-Poldokhtar Tourism. *Geography and Human Relationships*, 2(3), 446-455. <https://dori.et/dor/20.1001.1.26453851.1398.2.3.28.0>. [In Persian]
- Bhatta, K. D. (2023). Tourism Impacts on Local Culture, Heritage and Architecture in the High Himalayan Settlements. *Pakistan Social Sciences Review*, 7(3), 01-14. [https://doi.org/10.35484/pssr.2023\(7-III\)01](https://doi.org/10.35484/pssr.2023(7-III)01)
- Blešić, I., Pivac, T., Kovačić, S., Cimbalević, M., Lukić, T., Bubalo Živković, M., Đerčan, B., et al. (2022). Place Attachment, Cultural Involvement, and Residents' Attitudes towards Tourism Development: The Case of Novi Sad, the European Capital of Culture 2022. *Sustainability*, 14(15), 9103. MDPI AG. <http://dx.doi.org/10.3390/su14159103>
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions. In: Tussyadiah, I., Inversini, A. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism*. 391-403. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_29
- Bouzugenda, I., Alalouch, C., & Fava, N. (2019). Towards Smart Sustainable Cities: A Review of the Role Digital Citizen Participation Could Play in Advancing Social Sustainability. *Sustainable Cities and Society*, 50, 101627. <https://doi.org/10.1016/j.scs.2019.101627>
- Buhalis, D., O'Connor, P. & Leung, R. (2023). Smart hospitality: from smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(1), 369-393. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>
- هم‌آفرینی ارزش با مشتری در صنعت گردشگری. مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی، ۳(۱)، ۱۱۹-۱۴۶. <https://doi.org/10.22034/qjimdo.2020.210870.1242>
- زارعی، قاسم و حقوق‌ردي‌زاده، ابوالفضل (۱۴۰۱). ارائه مدل برندسازی محصولات صنعتی ایران در بازارهای بین‌المللی با رویکرد تئوری داده‌بنیاد. نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۵(۴)، ۱۹۹-۲۲۶. <https://doi.org/10.22034/jiba.2022.50654.1857>
- زیاری، کرامت‌الله، بشارتی، نیما و شعبانی کوچصفهانی، مرتضی (۱۳۹۷). پیامدهای اجتماعی و فرهنگی ناشی از توسعه گردشگری (نمونه موردی محور فومن ماسوله). مطالعات کاربردی در علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی، ۱(۱)، ۳۱-۴۲. <http://www.asscs.ir/post.aspx?id=552>
- فرهادی یونکی، مجید، جهانیان، منوچهر، پورطاهری، مهدی و افتخاری، عبدالرضا رکن‌الدین (۱۴۰۱). ارائه الگوی گردشگری تجربه‌محور در جاذبه‌های فرهنگی خلاق؛ مطالعه موردی: شهر تهران. گردشگری شهری، ۹(۲)، ۱۳-۲۶. <https://doi.org/10.22059/jut.2022.339631.1018>
- کشوردوست، مانا و آمار حاجی شیرکیا، تیمور (۱۴۰۱). تبیین پیامدهای اجتماعی-فرهنگی توسعه گردشگری در روستاهای ساحلی شهرستان رشت. برنامه‌ریزی منطقه‌ای، ۱۲(۴۶)، ۱۱۲-۱۲۶. <https://doi.org/10.30495/jzpm.2022.5384>
- لنجانی، محمدرضا، مطهرنیا، مهدی و ترابی، محمد (۱۴۰۰). راهبرد توسعه گردشگری ایران در عصر جهانی‌شدن و پیامدهای آن. مطالعات روابط بین‌الملل، ۱۴(۳)، ۱۶۵-۱۹۳. https://journals.iau.ir/article_687538.html
- Abbie-Gayle., J. (2023). Why are smart destinations not all technology-oriented? Examining the development of smart tourism initiatives based on path dependence. *Current Issues in Tourism*, 26(8), 1282-1294. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2053071>



- Gretzel, U., & Chulmo, K. (2021). Smart tourism cities: a duality of place where technology supports the convergence of touristic and residential experiences. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(4), 352-364. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1897636>
- Hewett, G. K., Hult, T. M., Mantrala, M. K., Nim, N., & Pedada, K. (2022). Cross-border marketing ecosystem orchestration: A conceptualization of its determinants and boundary conditions. *International Journal of Research in Marketing*, 39(2), 619-638. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2021.09.003>
- Javashi Jadid, S., Taherikia, F., Jalali, S. M., & Tabrizian, B. (2020). Introducing a Model of Value Co-Creation with Customers in the Tourism Industry. *Innovation Management in Defensive Organizations*, 3(1), 119-146. <https://doi.org/10.22034/qjimdo.2020.210870.1242>. [In Persian]
- Keshvardoust, M., & Amar Hajishirkia, T. (2022). Explaining the socio-cultural consequences of tourism development in coastal villages of Rasht County. *Regional Planning*, 12(46), 112-126. <https://doi.org/10.30495/jzpm.2022.5384>. [In Persian]
- Lanjani, M., Motaharnia, M., & Torabi, M. (2021). Iran's tourism development strategy in the era of globalization and its consequences. *Research Letter of International Relations*, 14(3), 193-165. [In Persian]
- Lin, C., Zhao, G., Yu, C., & Wu, Y. J. (2019). Smart City Development and Residents' Well-Being. *Sustainability*, 11(3), 676. <https://doi.org/10.3390/su11030676>
- Miyaoka, A., Decker-Woodrow, L., Hartman, N., Booker, B., & Ottmar, E. (2023). Emergent Coding and Topic Modeling: A Comparison
- Cavalheiro, M., Joia, L. A., & Cavalheiro, G. (2019). Towards a Smart Tourism Destination Development Model: Promoting Environmental, Economic, Socio-cultural and Political Values. *Tourism Planning & Development*, 17(3), 237-259. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1597763>
- Chen, S., Tian, Di., Law, R., & Zhang, Mu. (2022). Bibliometric and visualized review of smart tourism research. *International journal of tourism research*, 24(2), 298-307. <https://doi.org/10.1002/jtr.2501>
- Ebrahimi, A., & Fatemi, M. (2022). Investigating and Evaluating the Economic Consequences of Urban Tourism from the Perspective of Citizens (Case Study: Birjand City). *The Journal of Urban Futurology*, 3(1), 91-109. <https://doi.org/10.30495/uf.2023.1983906.1116>
- El Archi, Y., Benbba, B., Nizamatinova, Z., Issakov, Y., Vargáné, G. I., & Dávid, L. D. (2023). Systematic Literature Review Analysing Smart Tourism Destinations in Context of Sustainable Development: Current Applications and Future Directions. *Sustainability*, 15(6), 5086. <https://doi.org/10.3390/su15065086>
- Eyisi, A., Lee, D., & Trees, K. (2021). Local perceptions of tourism development and socio-cultural impacts in Nigeria. *Tourism Planning & Development*, 20(4), 499-521. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.1939134>
- Farhadi Uonaki, M., Jahanian, M., Pourtaheri, M., & Eftekhari, A. R. (2022). Providing an experience-oriented tourism model in creative cultural attractions Case study: Tehran city. *Urban tourism*, 9(2), 13-26. doi: <https://doi.org/10.22059/jut.2022.339631.1018> [In Persian].

- UNWTO. (2002). *Tourism and poverty alleviation*. Madrid: World Tourism Organization.
- Yin, C., Xiong, Z., Chen, H., Wang, J., Cooper, D., & David, B. (2015). A literature survey on smart cities. *Sci. China Inf. Sci*, 58(10), 1-18. <https://doi.org/10.1007/s11432-015-5397-4>
- Zarei, G., & Haghverdizadeh, A. (2022). The branding model of Iranian industrial products in international markets with the approach of grounded theory. *Journal of International Business Administration*, 5(4), 199-226. <https://doi.org/10.22034/jiba.2022.50654.1857> [In Persian]
- Zayyari, K., Besharati, N., & Shabani, K. M. (2018). Social and cultural consequences of tourism development (Fomen Masuleh's case study). *Applied Studies in Social Sciences and Sociology*, 1(1), 31-42. [In Persian]
- Zhang, Y., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2022). Investigating the Impact of Smart Tourism Technologies on Tourists' Experiences. *Sustainability*, 14(5), 3048. <https://doi.org/10.3390/su14053048>
- of Two Qualitative Analysis Methods on Teacher Focus Group Data. *International Journal of Qualitative Methods*, 22. <https://doi.org/10.1177/16094069231165950>
- Romão, J., Kourtit, K., Neuts, B., & Nijkamp, P. (2018). The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness. *Cities*, 78, 67-75. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.11.007>
- Saghafiasl, S., & Afrakhteh, H. (2022). Investigating the set of governing contexts and consequences of tourism development based on competitiveness advantages, case study: Rodbar Ghasran Rura area. *Village and Space Sustainable Development*, 4(3), 20-38. <https://doi.org/10.22077/vssd.2022.5392.1114> [In Persian]
- Shin, H. H., Ki, J., & Jeong, M. (2023). Memorable tourism experience at smart tourism destinations: Do travelers' residential tourism clusters matter? *Tourism Management Perspectives*, 46, 101103. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101103>