



واکاوی و تحلیل کنشگران اثرگذار بر حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند (مطالعه موردی شهرستان شمیرانات استان تهران)

احسان آقاجانی ریزی^۱، محمد میره‌ای^۲، حمیدرضا یزدانی^۳

DOI:10.22034/jtd.2024.471997.2953

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۹

چکیده

امروزه تأثیر رسانه‌های اجتماعی در رفتار خرید مخاطبان آن‌ها را نمی‌توان انکبا توجه به اهمیت حکمرانی مقاصد در گردشگری هوشمند، مطالعه و تحلیل کنشگران اصلی و تأثیرگذار بر این حکمرانی ضروری و حیاتی است. این تحلیل نه تنها به ما کمک می‌کند بهترین راهکارها و راهبردها را برای حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند شناسایی کنیم، بلکه به ما امکان می‌دهد با شناخت دقیق نقش و عملکرد این کنشگران به بهبود کارایی و کاربردی‌سازی این چارچوب مفهومی بیشتر بپردازیم. تاکنون پژوهش‌های کافی در زمینه شناخت کنشگران اثرگذار صورت نگرفته است، از این رو مسئله شناخت کنشگران و اهداف اثرگذار بر حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند و بهبود کمی و کیفی مؤلفه‌ها هدف نهایی این پژوهش است. داده‌های این پژوهش کیفی با مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، مشاهده و مطالعه اسناد و مدارک گردآوری شده است. با مطالعه جدیدترین منابع علمی، کتب و مقالات تخصصی حوزه گردشگری هوشمند و برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های مکتوب توسط گروه کانونی دوازده نفری از خبرگان گردشگری و مسئولان گردشگری و میراث فرهنگی شمیرانات ابتدا سعی بر شناخت کنشگران از طریق منابع علمی شد و در گام دوم، از طریق گروه کانون علمی، کنشگران شناسایی شدند. اهداف اثرگذار نیز از طریق پرسش‌نامه شناسایی شد و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری آن‌ها با استفاده از نرم‌افزار MACTOR تحلیل شد. گراف و نمودار ارتباطی میان کنشگران و اهداف بیان می‌کند که، در میان کنشگران، فرمانداری، شرکت‌های گردشگری، گردشگران و فناوری هم‌گرایی و هم‌پوشانی دارند و در میان اهداف، نظارت هوشمند، ابزار مناسب و مدیریت هوشمند دارای بیشترین هم‌گرایی هستند.

واژه‌های کلیدی:

گردشگری هوشمند، کنشگران، حکمرانی، مقاصد گردشگری، شهرستان شمیرانات

مقدمه

در دهه‌های اخیر، با پیشرفت روزافزون فناوری‌ها اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری نیز تحولات چشمگیری داشته و به سمت مفهوم نوینی به نام گردشگری هوشمند حرکت کرده است (Gajdošík et al., 2024). گردشگری هوشمند از تلفیق فناوری‌های نوین با صنعت گردشگری به منظور ارتقای حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند، بهینه‌سازی مدیریت مقاصد و تجربه گردشگران هدفمند شده است (Pasquinelli & Trunfio, 2023, p. 17). حکمرانی بر مقصد گردشگری امروزه با محیطی بسیار پیچیده و پویا روبه‌رو است و مسائل متعددی را منجر می‌شود که حل کردن آن‌ها از طریق منطقی‌سازی خطی دشوار است. تحولات فناوری، تغییر اقلیم و رشد، و نبود اطمینان به مدل‌های نظارتی موجود نگرش ما را تغییر می‌دهند و هدایت توسعه مقصد را در چنین نظام پیچیده اجتماعی فنی بسیار دشوار می‌سازند (Volgar et al., 2021, p. 12). تعامل بین مقصد،

در دهه‌های اخیر، با پیشرفت روزافزون فناوری‌ها اطلاعات و ارتباطات، صنعت گردشگری نیز تحولات چشمگیری داشته و به سمت مفهوم نوینی به نام گردشگری هوشمند حرکت کرده است (Gajdošík et al., 2024). گردشگری هوشمند از تلفیق فناوری‌های نوین با صنعت گردشگری به منظور ارتقای حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند، بهینه‌سازی مدیریت مقاصد و تجربه گردشگران هدفمند شده است

۱. دانشجوی دکتری تخصصی گردشگری، پردیس بین‌الملل خلیج فارس (قشم)، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲. دانشیار، دانشکده مطالعات جهان، دانشگاه تهران، تهران، ایران، نویسنده مسئول mirehei@ut.ac.ir

۳. دانشیار، دانشکده‌گان مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران



ذی‌نفعان و گردشگران به سمت کاربردمحوری تغییر می‌کند، درحالی‌که رویکرد مشارکتی بسیار قدرتمندی لازم است. فناوری‌های ارتباطات و اطلاعات می‌توانند تجربه خلق مشترک را تقویت کنند و تصمیم‌گیری را تسهیل بخشند (Buhalis et al., 2019, p. 20). در مجموعه‌های پیچیده مسائل، رویکردهای قدیمی در حکمرانی و نظارت بر مقصد به حد و حدودی دست یافته‌اند و شکل جدیدی از حکمرانی را دنبال خواهند کرد. برای دستیابی به حکمرانی بهتر، راه‌حل‌های فناورانه در بسیاری از داده‌های موجود به کار می‌روند و دانش جدیدی را در مقاصد به ارمغان می‌آورند. رویکرد طراحی الگوی حکمرانی بر مقاصد گردشگری هوشمند، علاوه بر این، با این واقعیت روبه‌رو است که محیط در حال تغییر است (Baydal et al., 2019, p. 17). این وضعیت اهمیت مفهوم حکمرانی بر مقصد گردشگری هوشمند را به جلو پیش می‌برد، که به ادغام استفاده از ارتباطات و فناوری اطلاعات (ICT) و اصول طراحی در تصمیم‌گیری و هدایت توسعه مقصد می‌پردازد (Alnakerda et al., 2024, p. 24). حکمرانی بر مقصد هوشمند مبتنی بر تفکر فرارشته‌ای است و مسائل پیچیده را به روش انسان‌محور و مشارکتی مدنظر قرار می‌دهد، با کمک فناوری‌ها و تحلیل داده از رویکرد گردشگرمحور حمایت می‌کند و مبتنی بر روش تفکر طراحی است و به غنی‌سازی تجربه توجه دارد. علاوه بر این، به ساخت رویکرد سیاست عمومی برای تصمیم‌گیری می‌پردازد و مبتنی بر نیاز به همکاری بین ذی‌نفعان اصلی از طریق استفاده از فناوری‌ها است، که عمدتاً در مفهوم شهر هوشمند مشهود است (Vanavan Kian, 2024, p. 40).

پس از بیان مسائل، باید به این مهم توجه داشت که پژوهش‌هایی در زمینه شهر هوشمند و گردشگری هوشمند با رویکردهای متفاوتی انجام شده است، اما هیچ رویکرد حکمرانی و حاکمیتی به‌عنوان راهبرد کلیدی طراحی و بیان نشده، که خلأ پژوهشی است. با توجه به نقش کنشگران و اهداف، به شناخت و تحلیل آن‌ها نیازمندیم تا با ورود به بخش حکمرانی و حاکمیت بر مقاصد گردشگری هوشمند بتوانیم کمک ویژه‌ای براساس ارزش افزوده به‌دست‌آمده انجام دهیم. پرسش‌های مطرح‌شده در این مقاله، که با پاسخ به آن‌ها سعی در حل مشکل واکاوی عوامل و مؤلفه‌های مؤثر بر حاکمیت مقاصد گردشگری هوشمند در نمونه موردی شهرستان شمیرانات استان تهران شده، به شرح

ذیل است:

۱. کنشگران و اهداف اثرگذار بر حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند کدام‌اند؟
۲. کدام‌یک از کنشگران و اهداف با یکدیگر هم‌گرایی و واگرایی دارند؟

مروری بر ادبیات موضوع

ماندیچ و پرانسیو (2019)، در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر فناوری ارتباطات در کنشگران دخیل در زنجیره تأمین مقصد گردشگری هوشمند»، به این نتیجه رسیدند که پیشرفت فناوری با تأثیرگذاری در عملیات تجاری متعدد مرتبط با مدیریت منابع گردشگری، ادغام محصولات گردشگری و حاکمیت مقاصد گردشگری مستقیماً در مقاصد گردشگری تأثیر می‌گذارد. همچنین، می‌توان به این نتیجه رسید که پیشرفت فناوری در عملیات‌های مختلف تجاری مرتبط با مدیریت منابع گردشگری، یکپارچه‌سازی محصول و حاکمیت مقصد تأثیر مستقیم می‌گذارد. افزایش ارتباطات و همکاری بین ذی‌نفعان و برنامه‌ریزان به ایجاد محصولات گردشگری یکپارچه، جوامع محلی و توسعه گردشگری پایدار کمک می‌کند تا حاکمیت مقاصد گردشگری هوشمند تحت تأثیر عوامل گوناگونی از جمله عوامل مقصد، سازمان‌های بازاریابی مقصد (DMO)، هتل‌ها، رستوران‌ها، حمل‌ونقل و واسطه‌ها قرار گیرد.

بروگرس و همکاران (2014)، در مقاله‌ای با عنوان «حاکمیت برای گردشگری پایدار: بررسی و جهت‌گیری برای پژوهش‌های آینده»، تأکید می‌کنند که حاکمیت می‌تواند الگوی جدیدی از تعامل میان دولت، بخش خصوصی و جامعه برای رویارویی با چالش‌ها و ایجاد فرصت‌های جدید در توسعه گردشگری پایدار باشد. این مقاله علاقه فزاینده به حکمرانی در علوم اجتماعی را در دو دهه گذشته مورد بحث قرار می‌دهد، موضوعات نظری اساسی مرتبط با حکمرانی را در زمینه گردشگری و توسعه پایدار ارائه می‌کند، استدلال می‌کند که حکمرانی چندبعدی است و راه‌حل‌های استاندارد برای موفقیت وجود ندارد، و شواهد تجربی محدودی را برجسته می‌سازد. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که حکمرانی در مقاصد گردشگری پایدار با هدف نظام‌مند کردن بازتاب‌های حاکمیت و گردشگری پایدار در مطالعات علوم اجتماعی است. این پژوهش تعداد شایان توجهی از مقالات درباره گردشگری و حکمرانی را شناسایی کرده که زیرمجموعه‌ای است که مستقیماً



است و به این نتیجه می‌رسد که راهبردها و سیاست‌های دولت برای ارتقای مقاصد گردشگری هوشمند در سطح جهانی، با تأکید بر همکاری‌های به هم پیوسته در شبکه‌هایی که از فناوری استفاده می‌کنند، اساسی بوده است. موفقیت در مقاصد گردشگری هوشمند (STDs) تنها به مدیریت داده‌ها نیست، بلکه ارائه خدمات عمومی متفاوت است. دولت‌ها نقش مهمی در ایجاد راهبردها و سیاست‌ها برای مقاصد گردشگری دارند تا خود را هوشمند جلوه دهند.

پژوهش ولاسینچور و همکاران (2023) با هدف بررسی نقش پایداری در گردشگری از نظر فناوری‌های هوشمند، با پرداختن به رابطه بین گردشگری هوشمند و پایداری از طریق تحلیل موضوعی ادبیات انجام شده است. براساس یافته‌های این مقاله، گردشگری صنعت جابه‌جایی جمعی است که از منابع طبیعی و مصنوعی بسیار بهره می‌برد. از همین روی، مطالعات فشرده‌ای درباره این صنعت در مطالعات پایداری انجام می‌شود. براساس شهرهای هوشمند، مقاصد هوشمند برای تمرکز بر فعالیت‌های خاص گردشگری، ایجاد تعادل در استفاده از منابع در این زمینه، تضمین رفاه گردشگران و مردم محلی و از همه مهم‌تر ایجاد فعالیت‌های پایداری ایجاد شده‌اند. این شهرهای مبتنی بر فناوری می‌توانند منابع زیادی را که مردم باید در نظر بگیرند ذخیره کنند. علاوه بر این، به لطف ادغام آن با دستگاه‌های فناوری، افراد را قادر می‌سازد تا در زندگی اجتماعی و تجاری بسیار مؤثرتر باشند و از نظر زمان، مسافت و ارتباطات بهتر عمل کنند. علاوه بر ذی‌نفعان در مقصد، گردشگرانی که از مقصد بازدید می‌کنند می‌توانند به لطف برنامه‌ها و فناوری‌های ایجاد شده تجربه تعطیلات راحت‌تر و با بهره‌وری منابع بیشتری داشته باشند.

آیورس بایدال

و همکاران (2023)، در مقاله‌ای با عنوان «حکمرانی شهر گردشگری هوشمند: بررسی تأثیر در شبکه‌های ذی‌نفعان»، به بازتعریف رابطه بین حاکمیت گردشگری و ابتکارات شهر هوشمند برای دستیابی به هم‌افزایی و افزایش فراگیری و کارایی می‌پردازد و با تأکید بر بررسی رابطه متقابل بین شبکه‌های ذی‌نفع در حکمرانی گردشگری و توسعه شهر هوشمند، پیشرفت محدود به سمت دستیابی به حکمرانی واقعی شهر گردشگری هوشمند و نیاز به تکامل به سمت مدل‌های جامع‌تر و پشتیبانی‌شده از فناوری را برجسته می‌کند. مدل انتقال نظری پیشنهادی فقط تا حدی در موارد مطالعه‌شده

با موضوعات ترکیبی حاکمیت و گردشگری پایدار ارتباط دارد. این تحلیل رشد آهسته‌ای را در علاقه دانشگاهی به حاکمیت و گردشگری پایدار با شواهد تجربی نظام‌مند و قابل مقایسه درباره نقش حکمرانی در گردشگری پایدار نشان داده است.

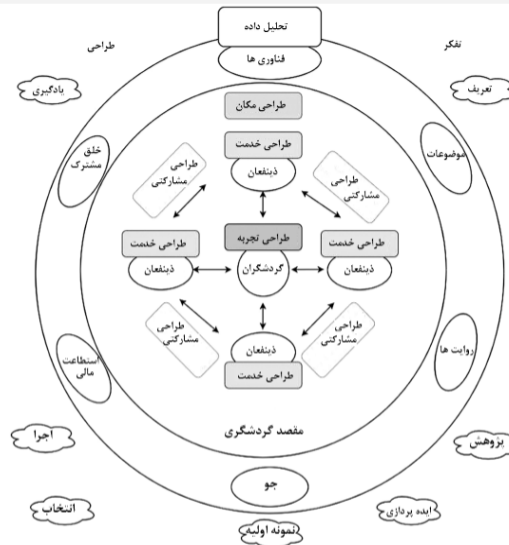
سانتوس جونینور و همکاران (2021) پژوهشی با عنوان «درک حاکمیت مقاصد هوشمند» در مقصد فلوریانوپولیس برزیل انجام دادند. پژوهش آنان تحلیلی از حاکمیت گردشگری در مقاصد هوشمند با تمرکز بر اهمیت فناوری اطلاعات و ارتباطات، روابط عمومی - خصوصی و مشارکت ذی‌نفعان برای راهبردهای پایدار و نوآورانه با استفاده از مطالعه موردی فلوریانوپولیس برزیل است. این پژوهش تأثیر مثبت اعتماد، تصمیم‌گیری مشترک و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات را در توسعه گردشگری با تأکید بر اصول حکمرانی خوب و نقش مشارکت‌های دولتی و خصوصی نشان می‌دهد. روش پژوهش شامل بررسی ادبیات، مصاحبه و تجزیه و تحلیل محتوا با یافته‌هایی است که اهمیت همکاری، نوآوری و فناوری اطلاعات و ارتباطات را در موفقیت مقاصد گردشگری هوشمند نشان می‌دهند، و با توصیه‌ای برای یکپارچگی بیشتر و به اشتراک گذاشتن دانش در بین ذی‌نفعان به پایان می‌رسد. پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که روابط عمومی و خصوصی، اعتماد، تصمیم‌گیری مشترک، ساختارهای غیررسمی، اجماع راهبردی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه و نوآوری مقاصد گردشگری هوشمند تأثیر مثبت دارد. همچنین، حکمرانی برای توسعه مقاصد گردشگری هوشمند از طریق تلاش‌های هماهنگ بین دولت‌ها، جامعه مدنی و بخش خصوصی بسیار مهم است. موفقیت در مقاصد گردشگری هوشمند مانند فلوریانوپولیس به عواملی مانند خدمات باکیفیت، جاذبه‌های جدید، زیرساخت‌های اساسی، همکاری، بازاریابی و روابط عمومی و خصوصی بستگی دارد.

ماریال کارمن و همکاران (2023) در مقاله‌ای با عنوان «راهبردها و سیاست‌های دولتی در پیش‌بینی مقصد هوشمند گردشگری» بیان می‌دارند که رویکردی به تحلیل کیفی مفهومی و نظری مفهوم مقاصد گردشگری هوشمند می‌تواند سازوکار یا راهبردی باشد که توسعه گردشگری را در گونه‌های مختلف آن در هر منطقه گردشگری تقویت کند. مقاله تحلیل راهبردها و سیاست‌های دولتی در زمینه مقاصد گردشگری هوشمند با تأکید بر اهمیت همکاری، فناوری و توسعه پایدار



مشهود است و با موانعی روبه‌رو است که مانع انتقال و بهره‌برداری از هم‌افزایی بین حاکمیت گردشگری و شهرهای هوشمند می‌شود. این پژوهش نشان می‌دهد که بین شبکه‌های ذی‌نفعان در حکمرانی گردشگری و توسعه شهر هوشمند ارتباطی وجود ندارد، که به پیشرفت محدود به‌سمت دستیابی به هم‌افزایی در حکمرانی شهر گردشگری هوشمند منجر می‌شود. تغییرات عظیم و اساسی در حوزه‌های فناوریانه، اجتماعی - اقتصادی، زیست‌محیطی و سیاسی (Xiang et al., 2021, p. 20) خواستار رویکردهای فرارشته‌ای هستند که قادر به مقابله با پیچیدگی افزایش‌یافته در سیستم گردشگری باشند و برای کنترل و پیش‌بینی رفتار سیستم از رویکردهای علم طراحی استقبال می‌شود (Dresch et al., 2015, p. 18). علم طراحی نسبتاً جدید است؛ با این حال، نظم تعیین‌شده در بردارنده خلق و انتشار دانش است. هدف علم طراحی مطالعه خلق مصنوعات و تعبیه آن‌ها در محیط‌های فیزیکی، روان‌شناختی، اقتصادی، اجتماعی و مجازی است. علاوه بر این، طراحی خوب سیستم‌ها را از طریق محصولات و خدمات پایدار و نوآورانه بهبود می‌بخشد، ارزش را خلق می‌کند و عواقب منفی توسعه فناوری را کاهش می‌دهد. در علم طراحی، طراحی سیستم و محصول با ترکیب تحلیل و هم‌افزایی مورد بررسی قرار می‌گیرد، درحالی‌که برگرفته از بسیاری رشته‌های علمی است (Papalambros et al, 2015, p. 6). اصول اولیه علم طراحی عبارت است از: ۱. جهت‌گیری تجربه، ۲. مبتنی بر علم، ۳. استفاده از ابزار و معیارهای جدید، ۴. جهت‌گیری سیستم، ۵. مقیاس‌پذیری و ۶. جهت‌گیری در برابر اقدام و تغییر (Fesenmaier & Xiang, 2017, p. 3). درحالی‌که درک ماهیت تجربه دارای کلید برای مدیریت مؤثر مقاصد گردشگری است، تجربه گردشگر پایه و اساس حیاتی و مهم برای طراحی مکان‌های گردشگری ارائه می‌کند (Choe et al., 2017, p. 15). بنابراین، علم طراحی در گردشگری نه‌تنها درباره حمایت از تجربه گردشگر است، بلکه به ارائه منطق پایه برای هدایت پژوهش و طراحی مکان‌های گردشگری مبتنی بر تفکر طراحی می‌پردازد (Fesenmaier & Xiang, 2017, p. 17). تفکر طراحی از روش‌ها و حساسیت برای تطبیق نیازهای افراد با آنچه از نظر فناوری امکان‌پذیر است و آنچه راهبرد کسب‌وکار بادوام می‌تواند به ارزش مشتری و فرصت بازار تبدیل کند استفاده می‌کند. در تفکر طراحی، عنصر انسانی و فناوری را مدنظر قرار

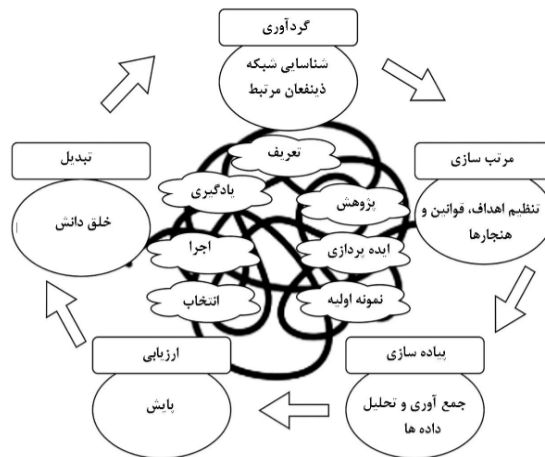
می‌دهند. تفکر طراحی به‌عنوان سیستم فضاها توصیف می‌شود، درحالی‌که فضاها به تعریف انواع گوناگون فعالیت‌های مرتبطی می‌پردازند که با هم، نوآوری را تشکیل می‌دهند (Brown et al, 2008, p. 15). پروژه‌های طراحی باید از فضاها متعدد عبور کنند. در ابتدا باید به‌عنوان الهام، ایده‌پردازی و پیاده‌سازی تعریف شوند. این فضاها بعدها توسط نویسندگان متعدد برای تعریف جست‌وجو، ایده‌پردازی، نمونه اولیه، انتخاب، پیاده‌سازی و یادگیری توسعه یافتند (Serra, 2017, p. 8). حاکمیت مقاصد گردشگری هوشمند تحت تأثیر طیف وسیعی از بازیگران و عوامل است. سانتوس جونیر (2021, p. 27) بر اهمیت روابط عمومی و خصوصی و استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه و نوآوری تأکید می‌کند. با این حال، آیورس بایدال (2023, p. 41) قطع ارتباط بین شبکه‌های ذی‌نفعان درگیر در حاکمیت گردشگری و توسعه شهر هوشمند را برجسته می‌کند و نیاز به بازتعریف روابط را نشان می‌دهد. بر نقش راهبردها و سیاست‌های دولتی در ترویج مقاصد گردشگری هوشمند به‌ویژه در زمینه همه‌گیری کوید ۱۹ تأکید می‌کند. ماندیکا (2021, p. 27) بیشتر تأثیر عوامل زمینه‌ای را در دیدگاه‌های سازمان‌های مدیریت مقصد بررسی و پیشنهاد می‌کند که DMOهای تثبیت‌شده ممکن است حکمرانی هوشمند را مفید تلقی نکنند، اما همچنان می‌توانند از جنبه‌های آن برای توسعه گردشگری استفاده کنند. طراحی گردشگری هوشمند شامل تفکر طراحی است؛ نه‌تنها به چگونگی ارتقای تجربه گردشگری توجه دارد، بلکه به چگونگی حمایت مؤثر از مشارکت ذی‌نفعان در برنامه‌ریزی فضایی و مشارکتی نیز توجه دارد (Scutari, et al 2021) و با کمک فناوری‌های پیشرفته و تحلیل داده ابزار جدید اندازه‌گیری را برای توسعه مقصد ارائه می‌کند (Xiang et al., 2021, p. 5). طراحی حکمرانی در گردشگری هوشمند به توسعه مصنوعات دیجیتال توجه دارد که از فرایندهای جدید و نوآورانه، سیستم‌ها و تجاربی حمایت می‌کنند که برای تغییر شکل گردشگری به کار می‌روند و به‌عنوان ابزاری برای درک مشکلات جدید و برای خلق راه‌حل‌های جدید مبتنی بر رویکرد تحلیلی استفاده می‌شوند (Xiang et al., 2021, p. 10). سیستم طراحی گردشگری هوشمند، گردشگر محور و مبتنی بر فناوری و داده و شامل تجربه، خدمات، طراحی مکان و مشارکتی است (شکل ۱).



شکل ۱: سیستم طراحی گردشگری هوشمند

و دیگر ذی‌نفعان لازم برای ایجاد رقابت‌پذیری پایدار مقصد رسیدگی می‌کند. براساس مدل وانگ و شیانگ (2007)، که متمرکز بر فرایند همکاری است و به توسعه چارچوب فرایند نظارت بر مقصد گردشگری هوشمند می‌پردازد و شامل مراحل مونتاژ، سفارش، اجرا، ارزیابی و تغییر است، علاوه بر این، با در نظر گرفتن ویژگی‌های نظارت بر مقصد (Lukoseviciute, et al, 2022) و براساس مطالعات اخیر متمرکز بر اندازه‌گیری پیشرفت مقاصد هوشمند (Fesenmaier et al., 2021, p. 20) و رویکرد طراحی هوشمند (Xiang et al, 2021, p. 14)، فرایند حکمرانی و نظارت بر مقصد گردشگری هوشمند شرح داده می‌شود (شکل ۲).

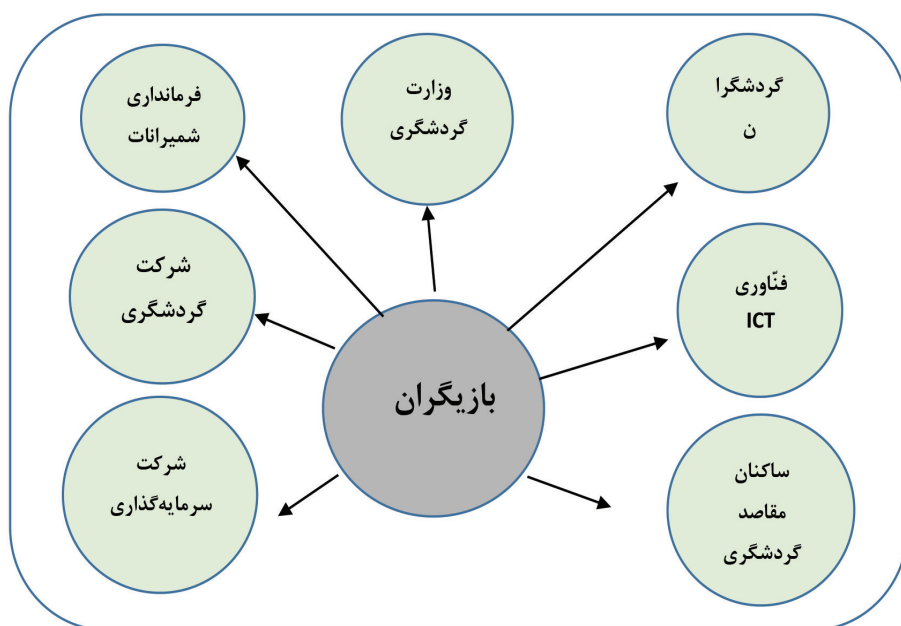
رویکرد گردشگری هوشمند به تعیین الزامات برای مقاصد گردشگری برای ادغام زیرساخت فیزیکی و اجتماعی و فناوریانه به‌منظور بهبود تجارب برای گردشگران و ساکنان و برای انطباق نیازهای در حال تغییر ذی‌نفعان مقصد می‌پردازد. هرچند منابع فناوریانه شرط لازم در ساختار رویکرد هوشمند در نظر گرفته می‌شوند، از نظر میزان موفقیت در مقصد، سرمایه اجتماعی و نظارت عوامل مهمی هستند. نقش فراگیر ICT با ترکیب تفکر طراحی مدل جدید نظارت - نظارت هوشمند را به پیش می‌برد (Gajdošík et al 2024). براساس دیدگاه مبتنی بر فرایند، حکمرانی و نظارت بر مقصد هوشمند به مراحل متوالی توجه دارد و به مسائل خاص و متغیرهایی در فرایند تصمیم‌گیری مدیران مقصد



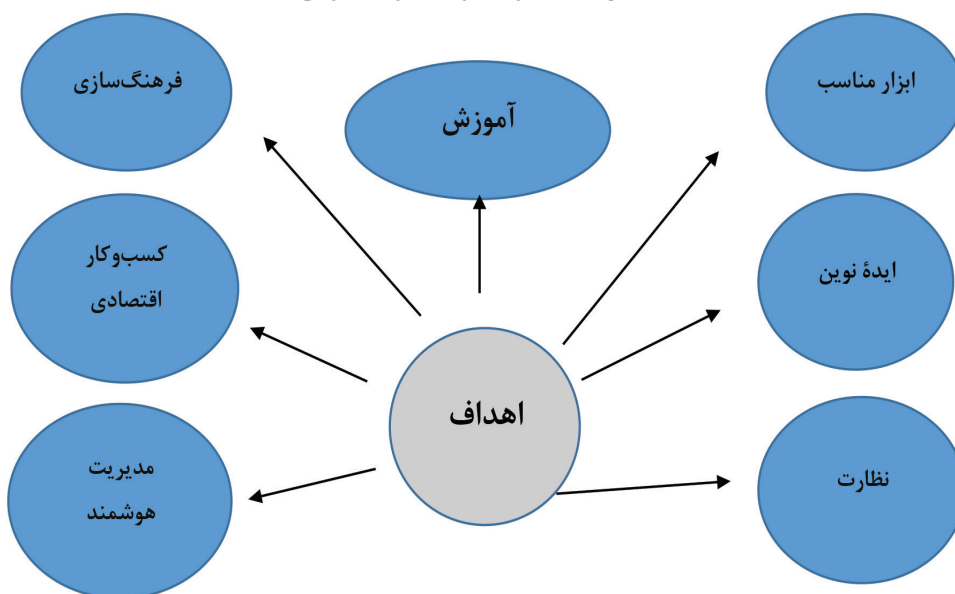
شکل ۲: فرایند نظارت بر مقصد گردشگری هوشمند



بدون شک در فرایند گردشگری هوشمند با تمام مراحل پیچیده، وقتی به تکامل برسد و شروع به ارائه خدمات به تمام ذی‌نفعان بکند، فرایندی بسیار پیشرفته با کاربران حداکثری و حلقه خدمات مستمر میان گردشگران، میزبانان، مقاصد گردشگری، همه خدمات گردشگری در جریان خواهد بود که نیازمند به‌روزرسانی مستمر است. در صورت بی‌توجهی به مسائل حکمرانی و حاکمیتی، ادامه روند و حیات گردشگری هوشمند دچار مشکلات بی‌شماری می‌شود و کم‌کم باید منتظر فروپاشی کل فرایند هوشمندسازی گردشگری باشیم (Santos-Júnior et al 2017). با توجه به مقالات و کتب پیشین درباره گردشگری هوشمند و حوزه تخصصی هوشمند و حوزه حکمرانی، به دسته‌بندی ذیل در دو حوزه بازیگران و اهداف رسیدیم که به بررسی روابط، تحلیل و آینده‌پژوهی به‌وسیله نرم‌افزار MACTOR می‌پردازیم.



شکل ۳: بازیگران اثرگذار بر حکمرانی



شکل ۴: اهداف اثرگذار بر حکمرانی



و حاکمیت بر مقاصد گردشگری هوشمند انتخاب و ارزیابی دقیق‌تری شده و پرسش‌ها استخراج شده است. سپس، برای پاسخ‌گویی به پرسش‌های مکتوب، به روش مصاحبه نیمه‌ساختار یافته، از نظر متخصصان حوزه گردشگری هوشمند دارای تجارب علمی و پژوهشی و کارشناسان صاحب‌نظر در عرصه گردشگری و به‌ویژه گردشگری هوشمند استفاده شده است. یک گروه کانونی دوازده نفره از خبرگان گردشگری، مدیران گردشگری و میراث فرهنگی شمیرانات به پرسش‌ها پاسخ دادند. در گام نخست سعی بر شناخت کنشگران از طریق منابع علمی و مقالات تخصصی بوده است. در گام دوم، از طریق مصاحبه با گروه کانون علمی دوازده نفره بازیگران شناسایی شدند و سپس اهداف تأثیرگذار مشخص شد و میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بر حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند با استفاده از نرم‌افزار MACTOR تحلیل شد. در گام آخر نتایج به‌دست‌آمده تحلیل شد.

محدوده مطالعه

شهرستان شمیرانات یکی از مناطق خوش آب‌وهوا و شمالی‌ترین شهرستان استان تهران است که در دامنه کوه‌های البرز قرار گرفته است. این شهرستان از سه بخش شمیران و لواسانات و رودبار قصران تشکیل شده است. شهرستان شمیرانات از شمال به استان مازندران و استان البرز دسترسی دارد و از جنوب با شهرستان‌های تهران و فیروزکوه همسایه است. مرکز این شهرستان شهر تجریش (شمیران) است که سرتاسر منطقه یک شهرداری تهران را در بر دارد. شمیران در مجاورت شهر تهران و در شمال و شمال شرق آن قرار گرفته است که به‌علت گسترش تدریجی پایتخت، در تهران ادغام شده است و اکنون جزئی از تهران به شمار می‌رود. همچنین، شهر لواسان مرکز بخش لواسانات و شهر اوشان، فشم، میگون مرکز بخش رودبار قصران است. این شهرستان به‌سبب قرارگیری در کوهستان‌های البرز، در بیشتر نقاط از اقلیم کوهستانی برخوردار است و دارای زمستان‌هایی طولانی، پربارش و طاقت‌فرسا است و تنها قسمت‌هایی از جنوب این شهرستان که در شمال شهر تهران واقع شده از آب‌وهوای ملایم و معتدل کوهستانی بهره می‌برد. براساس مطالب بیان‌شده، گردشگران بسیار زیادی این منطقه را مقصد گردشگری خود انتخاب می‌کنند و حکمرانی بر منطقه شمیرانات از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

نظریه ذی‌نفعان یکی از نظریه‌های مطرح‌شده در حوزه حاکمیت شرکتی (نظام راهبری) است. این نظریه نخستین بار در سال ۱۹۸۴ توسط فریمن ارائه شد. وی نظریه عمومی شرکت را مطرح نمود و پاسخ‌گویی شرکت در برابر گروه وسیعی از ذی‌نفعان را پیشنهاد کرد. از آن زمان به بعد، ادبیات بیشتری در این باره مطرح شده است. اساس نظریه ذی‌نفعان این است که شرکت‌ها بسیار بزرگ شده‌اند و تأثیر آن‌ها در جامعه آن‌چنان عمیق است که باید علاوه بر سهام‌داران، در برابر بخش‌های گسترده‌تری از جامعه پاسخگو باشند. طرف‌داران نظریه ذی‌نفعان معتقدند شرکت‌ها در گزارشگری مالی خود، علاوه بر نیازهای اطلاعات سهام‌داران، باید به نیازهای اطلاعاتی ذی‌نفعان دیگر نیز توجه کنند. برای این منظور، لازم است شرکت‌ها، علاوه بر صورت‌های مالی سنتی، ترازنامه و صورت سود و زیان و غیره، گزارش‌های دیگری از جمله صورت ارزش افزوده، گزارش استخدام و اشتغال، گزارش مبادلات پولی با دولت، گزارش معاملات ارزی، گزارش مشتریان احتمالی و گزارش اهداف آتی را تهیه و داوطلبانه ارائه نمایند. طبق این نظریه، گروه‌های مختلفی در فعالیت هر سازمان اقتصادی ذی‌حق و ذی‌نفع‌اند (Lukoseviciute, et al, 2022). براساس این نظریه، مدیریت باید سازمان را برای حداکثر کردن منافع همه ذی‌نفعان اداره کند. در این نظریه، واحد تجاری به‌عنوان سازوکاری برای افزایش بازده سهام‌داران و وسیله‌ای برای هماهنگی منافع سایر ذی‌نفعان است و مدیریت سازمان نیز امانت‌دار منافع سهام‌داران و دیگر ذی‌نفعان است. طبق این نظریه، مدیریت باید میان منافع سهام‌داران و منافع ذی‌نفعان دیگر سازمان ملاحظات یکسانی داشته باشد و تضاد میان آن‌ها را به حداقل کاهش دهد. طبق نظریه مذکور، ذی‌نفعان نسبت به فعالیت شرکت حقوق و منافع معینی دارند و در دریافت اطلاعات موردنیاز خود ذی‌حق‌اند (Buhalis et al 2019)

روش‌شناسی پژوهش

داده‌های این پژوهش کیفی با روش‌های مصاحبه، مشاهده و مطالعه اسناد و مدارک گردآوری شده است. در چند دهه اخیر، منابع علمی، کتب و مقالات تخصصی درباره گردشگری نوشته شده است و با توجه به عنوان مقاله، ابتدا سیصد مقاله گردشگری هوشمند بررسی شده است و از این تعداد مقالات و با توجه به واژگان کلیدی، دویست مقاله تخصصی حکمرانی



یافته‌های پژوهش

حکمرانی و وارد کردن داده‌ها در نرم‌افزار MACTOR

پس از شناخت بازیگران و اهداف اثرگذار بر به بیان خروجی آن می‌پردازیم.

بازیگران:

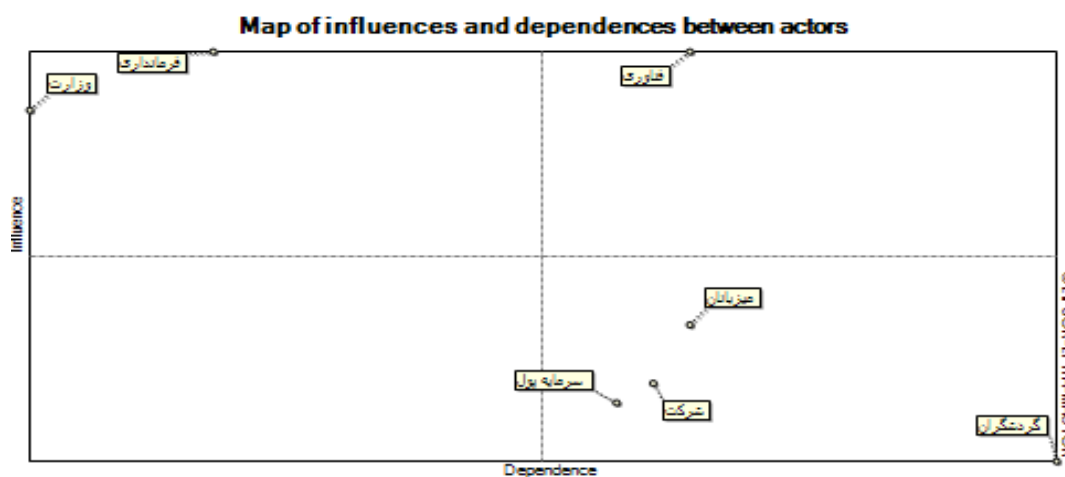
II	سرمایه پول	شرکت	میزبانان	فناوری	گردشگران	وزارت	فرمانداری	MDII
95	16	15	16	17	18	13	14	فرمانداری
92	15	15	16	16	17	12	13	وزارت
74	12	13	13	13	14	11	12	گردشگران
95	16	16	16	17	19	13	15	فناوری
81	13	14	14	14	16	12	12	میزبانان
78	14	13	13	14	14	11	12	شرکت
77	14	14	14	14	14	10	11	سرمایه پول
592	86	87	88	88	98	70	75	Di

© LPSOR-EPIITA-MACTOR

جدول ۱: میزان تأثیرگذاری و تأثیرپذیری بازیگران

براساس خروجی نرم‌افزار، بیشترین تأثیرگذاری (Li) در میان بازیگران اثرگذار در حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند مربوط به فرمانداری شهرستان شمیرانات، فناوری (ICT)، وزارت گردشگری، میزبانان، شرکت‌های گردشگری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و شرکت‌های گردشگری است.

بیشترین تأثیرپذیری (Di) مربوط به گردشگران، میزبانان، فناوری، شرکت‌های گردشگری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، فرمانداری شمیرانات و وزارت گردشگری است.



شکل ۵: جایگاه بازیگران

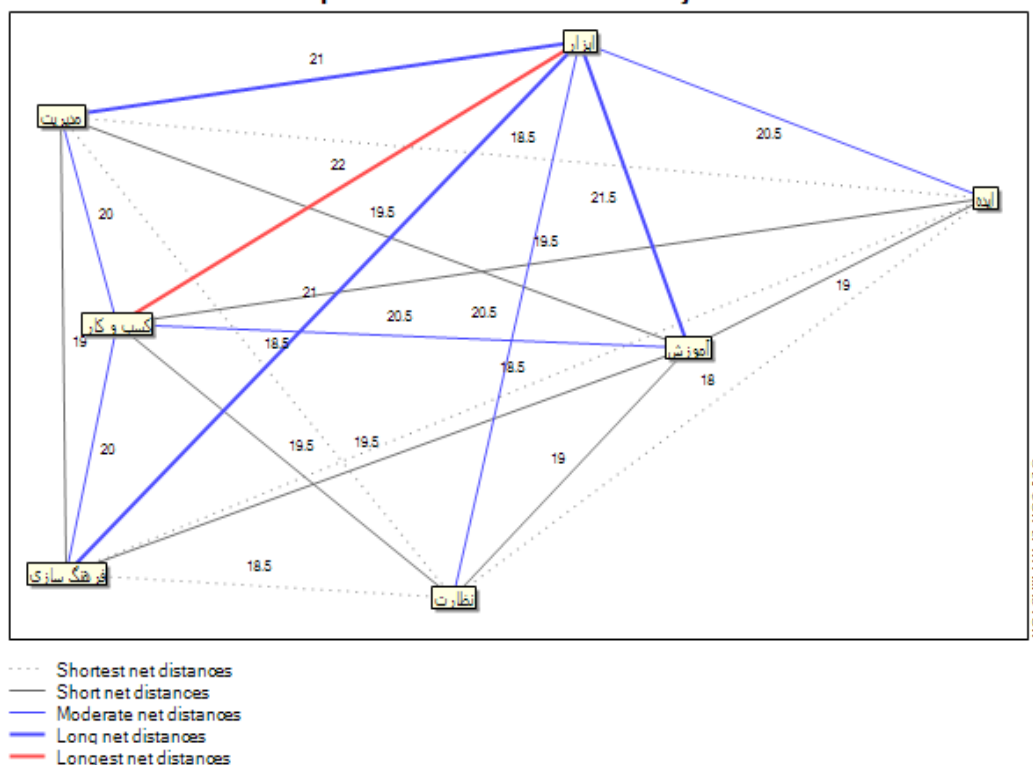
در چهار ربع نقشه که میزان تأثیرگذاری و استقلال بازیگران با یکدیگر و بر یکدیگر را بیان می‌کند: بازیگر دوجهی: فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات (ICT);

بازیگران غالب: فرمانداری شمیرانات و وزارت گردشگری، تأثیرپذیرترین بازیگران: گردشگران، شرکت‌های گردشگری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و میزبانان.



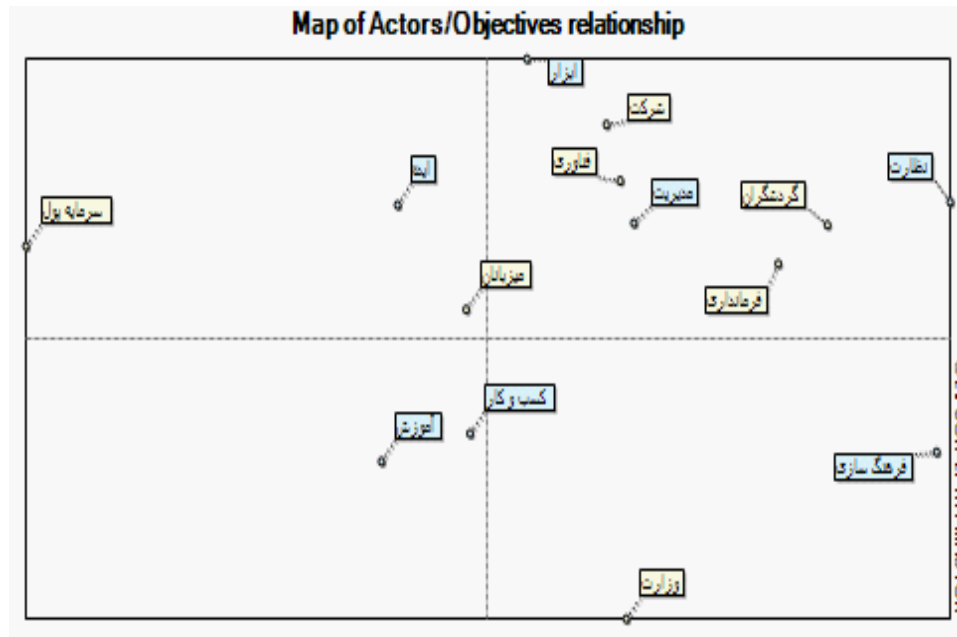
- بیشترین فاصله خالص: گردشگران و فرمانداری: ۲۵.
 فاصله زیاد خالص: فرمانداری و فناوری: ۲۴، و گردشگران و فناوری: ۲۳.
 فاصله نسبتاً زیاد خالص: فرمانداری و میزبانان: ۲۲، وزارت گردشگری و فرمانداری: ۲۱/۵، میزبانان و گردشگران: ۲۱، شرکت سرمایه‌گذاری و فرمانداری: ۲۱، وزارت گردشگری و گردشگران: ۲۰/۵، و شرکت فاصله کوتاه خالص، میزبانان و فناوری: ۲۰، سرمایه‌گذاری: ۱۵/۵، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و گردشگران: ۲۰، وزارت گردشگری و فناوری: ۱۹/۵، شرکت‌های سرمایه‌پذیر و فناوری: ۱۹، و شرکت‌های گردشگری و فرمانداری: ۱۸/۵.
 کوتاه‌ترین فاصله خالص: وزارت گردشگری و میزبانان: ۱۷/۵، شرکت سرمایه‌گذاری و میزبانان: ۱۷، شرکت سرمایه‌گذاری و وزارت گردشگری: ۱۶/۵، شرکت گردشگری و میزبانان: ۱۶/۵، وزارت گردشگری و شرکت گردشگری: ۱۶، و شرکت گردشگری و شرکت سرمایه‌گذاری: ۱۵/۵.

Graph of net distances between objectives



نمودار ۳: میزان فاصله خالص میان اهداف

- بیشترین فاصله خالص: کسب‌وکارهای جدید و ابزارهای مناسب: ۲۲.
 فاصله زیاد خالص: آموزش و ابزارهای مناسب: ۲۱/۵، فرهنگ‌سازی و ابزارهای مناسب: ۲۱، مدیریت هوشمند و ابزارهای مناسب: ۲۱.
 فاصله نسبتاً زیاد خالص: نظارت و ابزارهای جدید: ۲۰/۵، کسب‌وکارهای جدید و آموزش: ۲۰/۵، ابزارهای مناسب و ایده‌های جدید: ۲۰/۵، فرهنگ‌سازی و کسب‌وکار نوین: ۲۰، کسب‌وکار نوین و مدیریت هوشمند: ۲۰، نظارت هوشمند و ابزار: فاصله کوتاه خالص: نظارت هوشمند و ابزار: ۱۹/۵، مدیریت هوشمند و آموزش: ۱۹/۵، کسب‌وکار و ایده: ۱۹/۵، کسب‌وکار و نظارت: ۱۹/۵، ایده و آموزش: ۱۹، آموزش و نظارت: ۱۹، مدیریت و فرهنگ‌سازی: ۱۹.
 کوتاه‌ترین فاصله خالص: نظارت و فرهنگ‌سازی: ۱۸/۵، فرهنگ‌سازی و ایده: ۱۸/۵، مدیریت و ایده: ۱۸/۵، مدیریت و نظارت: ۱۸/۵، نظارت و ایده: ۱۸.



شکل ۵: نقشه ارتباطی میان بازیگران و اهداف

نقشه ارتباطی میان بازیگران و اهداف بازیگران اثرگذار بر حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند: بازیگران و اهداف دووجهی:: گردشگران، فرمانداری، فناوری، شرکت‌های گردشگری و اهداف: نظارت، مدیریت و ابزار مناسب. بازیگران و اهداف غالب: بازیگران: میزبانان، شرکت‌های سرمایه‌گذاری؛ اهداف: ایده‌های نوین. تأثیرپذیرترین بازیگران و اهداف وابسته: بازیگر: وزارت گردشگری؛ هدف: فرهنگ‌سازی. اهداف مستقل: کسب‌وکارهای نوین و آموزش.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به جمع‌بندی نتایج، این‌گونه برداشت می‌شود که فرمانداری شهرستان شمیرانات استان تهران دارای بیشترین تأثیرگذاری میان بازیگران و یک بازیگر غالب است و بیشترین هم‌پوشانی را با گردشگران دارد، که بیانگر نقش کلیدی فرمانداری است. بنابراین، ضمن حفظ جایگاه منحصربه‌فرد خود، باید نقاط ضعف خود را تقویت کند و جایگاهش را ارتقا دهد. اشاره به این مورد با توجه به بیشترین فاصله خالص میان گردشگران و فرمانداری با عدد ۲۵ و همچنین فاصله زیاد خالص میان فرمانداری و فناوری با عدد ۲۴ و فاصله نسبتاً زیاد خالص میان فرمانداری و میزبانان با عدد ۲۲ است، که نیازمند ارتقای کمیّت و کیفیت در زمینه‌های ارتباطی با گردشگران، فناوری، و میزبانان است.

با توجه به اینکه، در میان بازیگران، بیشترین تأثیرگذاری مربوط به فرمانداری شهرستان شمیرانات، فناوری، وزارت گردشگری، میزبانان، شرکت‌های گردشگری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و گردشگران است و بیشترین تأثیرپذیری مربوط به گردشگران، میزبانان، فناوری، شرکت‌های گردشگری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، فرمانداری شمیرانات و وزارت گردشگری است، نتایج زیر به دست آمده است:

- بازیگر دووجهی: فناوری؛ بازیگران غالب: فرمانداری شمیرانات و وزارت گردشگری؛
- تأثیرپذیرترین بازیگران: گردشگران، شرکت‌های گردشگری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و میزبانان؛
- بیشترین تأثیرگذاری مربوط به وزارت گردشگری، میزبانان، گردشگران، فرمانداری، شرکت‌های گردشگری و شرکت‌های سرمایه‌گذاری است و بیشترین تأثیرپذیری مربوط به شرکت‌های گردشگری، گردشگران، فرمانداری، وزارت گردشگری، فناوری، میزبانان و شرکت‌های سرمایه‌گذاری است.
- از برآیند نتایج ماتریس خروجی بازیگران این نتایج به دست آمده است:
- هم‌گرایی ارزشی وزنی: قوی‌ترین هم‌پوشانی میان فرمانداری و گردشگران است؛
- هم‌پوشانی قوی به ترتیب میان فرمانداری و فناوری، و فناوری و گردشگران وجود دارد؛
- هم‌پوشانی متعادلی میان وزارت گردشگری و



گردشگران، وزارت گردشگری و فرمانداری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و فرمانداری، شرکت‌های گردشگری و فرمانداری، گردشگران و میزبانان، و میزبانان و فرمانداری است؛

- هم‌پوشانی ضعیف میان وزارت گردشگری و فناوری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و فناوری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و گردشگران، گردشگران و شرکت‌های گردشگری، شرکت‌های گردشگری و فناوری، و فناوری و میزبانان است؛

- ضعیف‌ترین هم‌پوشانی میان شرکت‌های سرمایه‌گذاری و وزارت گردشگری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و شرکت‌های گردشگری، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و میزبانان، وزارت گردشگری و میزبانان، وزارت گردشگری و شرکت‌های گردشگری و میزبانان است.

نتایج به‌دست‌آمده از ماتریسی که بیانگر فواصل خالص در میان بازیگران است به شرح ذیل است:
- بیشترین فاصله خالص: گردشگران و فرمانداری: ۲۵؛
- فاصله زیاد خالص: فرمانداری و فناوری: ۲۴،
گردشگران و فناوری: ۲۳؛

- فاصله نسبتاً زیاد خالص: فرمانداری و میزبانان: ۲۲،
وزارت گردشگری و فرمانداری: ۲۱/۵، میزبانان و گردشگران: ۲۱، شرکت سرمایه‌گذاری و فرمانداری: ۲۱،
وزارت گردشگری و گردشگران: ۲۰/۵، شرکت گردشگری و فناوری: ۲۰/۵؛

- فاصله کوتاه خالص: میزبانان و فناوری: ۲۰، شرکت‌های سرمایه‌گذاری و گردشگران: ۲۰، وزارت گردشگری و فناوری: ۱۹/۵، شرکت‌های گردشگری و گردشگران: ۱۹/۵، شرکت‌های سرمایه‌پذیر و فناوری: ۱۹، شرکت‌های گردشگری و فرمانداری: ۱۸/۵؛

- کوتاه‌ترین فاصله خالص: وزارت گردشگری و میزبانان: ۱۷/۵، شرکت سرمایه‌گذاری و میزبانان: ۱۷، شرکت سرمایه‌گذاری و وزارت گردشگری: ۱۶/۵، شرکت گردشگری و میزبانان: ۱۶/۵، وزارت گردشگری و شرکت گردشگری: ۱۶، شرکت گردشگری و شرکت سرمایه‌گذاری: ۱۵/۵.

برای اهداف نیز، براساس خروجی نرم‌افزار، به ترتیب ابزارهای مناسب و متناسب، کسب‌وکارهای نوین، آموزش، فرهنگ‌سازی، مدیریت هوشمند، نظارت بر همه فرایندهای گردشگری هوشمند، و ایده‌های جدید اولویت‌بندی شدند. بیشترین فاصله خالص میان کسب‌وکارهای جدید و ابزارهای مناسب ۲۲ است، سپس ابزارهای مناسب با نظارت هوشمند

است که بیانگر نقش بی‌نظیر ابزارهای مناسب با سایر مؤلفه‌های اهداف است، که بهبود و توسعه روابط ضروری است.

نقشه و گراف ارتباطی میان بازیگران و اهداف، بازیگران و اهداف دوجبه‌ای: بازیگران: گردشگران، فرمانداری، فناوری، شرکت‌های گردشگری؛ اهداف دوجبه‌ای: نظارت، مدیریت و ابزار مناسب.

بازیگران و اهداف غالب: بازیگران: میزبانان، شرکت‌های سرمایه‌گذاری؛ اهداف: ایده‌های نوین. تأثیرپذیرترین بازیگران و اهداف وابسته: بازیگر: وزارت گردشگری؛ هدف: فرهنگ‌سازی.

اهداف مستقل: کسب‌وکارهای نوین و آموزش.

در سخن آخر، براساس نقشه گراف و نمودار ارتباطی میان بازیگران و اهداف، در میان بازیگران فرمانداری، شرکت‌های گردشگری، گردشگران و فناوری هم‌گرایی و هم‌پوشانی دارند و در میان اهداف، نظارت هوشمند، ابزار مناسب و مدیریت هوشمند دارای بیشترین هم‌گرایی هستند که نیازمند قوی‌سازی مؤلفه‌های تأثیرپذیر در جهت روند حرکتی به سوی بازیگران و اهداف غالب هستیم.

فرمانداری شهرستان شمیرانات استان تهران، در جایگاه حاکمیت سیاسی و نماینده دولت، باید از برآیند الگوها، مدل‌ها و نتایج حاصل از تحلیل کنشگران به جامعیت‌بخشی فرایند حکمرانی مقاصد گردشگری هوشمند با توجه به الگوی ذی‌نفعان، بازیگران و اهداف اقدام نماید. بخش حیاتی این فرایند استفاده از فناوری‌های روز است. ازاین‌رو، پیشنهاد اصلی براساس حاکمیت مبنی بر تشکیل مرکز طراحی، مدیریت، نظارت و سامان‌دهی مستمر در مرکز فرمانداری شهرستان شمیرانات است تا، علاوه بر اقدامات لازم برای حفظ نقاط قوت، نقاط ضعفی که از نتایج تحلیل به دست آمده است نیز تقویت شود.

منابع

- Borges, M., Eusebio, C., & Carvalho, N. (2014). Governance for sustainable tourism: A review and directions for future research. *European Journal of Tourism Research*, 7, 45-56. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v7i.139>



- Gajdošík, T., Gajdošíková, Z., & Marciš, M. (2024). Smart and sustainable solutions for thriving tourism destinations. In *Smart Spaces* (pp. 347-370). *Academic Press*. <https://doi.org/10.1016/B978-0-443-13462-3.00017-0>
- Gursoy, D., Luongo, S., Della Corte, V., & Sepe, F. (2024). Smart tourism destinations: An overview of current research trends and a future research agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 15(3), 479-495. <https://doi.org/10.1108/JHTT-10-2023-0339>
- Ivars-Baidal, J. A., Celdran-Bernabeu, M. A., Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J. F., & Giner-Sánchez, D. (2021). Measuring the progress of smart destinations: The use of indicators as a management tool. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100531. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100531>
- Lukoseviciute, G., Pereira, L. N., & Panagopoulos, T. (2022). Assessing the income multiplier of trail-related tourism in a coastal area of Portugal. *International Journal of Tourism Research*, 24(1), 107-121.
- Mandić, A., & Praničević, D. G. (2019). The impact of ICT on actors involved in smart tourism destination supply chain. *e-Review of Tourism Research*, 16(2/3), 234-243. <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:124:113477>
- Mandic, D., & Praničević, D. G. (2021). Variational Embedding Multiscale Sample Entropy: A Tool for Complexity Analysis of Multichannel Systems. *Entropy*, 24(1), 26. <https://doi.org/10.3390/e24010026>
- Papalambros, P. A., Santostasi, G., Malkani, R. G., Weintraub, S., Paller, K. A., & Zee, P. C. (2015). Slow wave sleep and
- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*, 30(4), 484-506. <https://doi.org/10.1108/JOSM-12-2018-0398>
- Choe, Y., Kim, J., & Fesenmaier, D. R. (2017). Use of social media across the trip experience: An application of latent transition analysis. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 34(4), 431-443. <http://dx.doi.org/10.1080/10548408.2016.1182459>
- Dresch, A., Lacerda, D. P., Antunes Jr, J. A. V., Dresch, A., Lacerda, D. P., & Antunes, J. A. V. (2015). Design science research (pp. 67-102). *Springer International Publishing*. <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-07374-3>
- Femenia-Serra, F., Neuhofer, B., & Ivars-Baidal, J. A. (2019). Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *The Service Industries Journal*, 39(2), 109-133. <https://doi.org/10.1080/02642069.2018.1508458>
- Fesenmaier, & Choe, Y., D. R. (2021). Designing an advanced system for destination management: A case study of Northern Indiana. *Industrial Management & Data Systems*, 121(6), 1167-1190.
- Fesenmaier, D. R., & Xiang, Z. (2017). Introduction to tourism design and design science in tourism. *Design science in tourism: Foundations of destination management*, 3-16. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-319-42773-7_1
- Gajdošík, T. (2022). Smart tourism destination governance: technology and design-based approach. Routledge.

- Serra, J., Font, X., & Ivanova, M. (2017). Creating shared value in destination management organisations: The case of Turisme de Barcelona. *Journal of destination marketing & management*, 6(4), 385–395. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.06.005>
- Tavitiyaman, P., Qu, H., Tsang, W. S. L., & Lam, C. W. R. (2021). The influence of smart tourism applications on perceived destination image and behavioral intention: The moderating role of information search behavior. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 46, 476–487.
- Xiang, R., Long, Y., Lu, Q., Huang, C. R., & Li, M. (2021). Lexical data augmentation for sentiment analysis. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 72(11), 1432–1447. <https://doi.org/10.1002/asi.24493>
- memory enhancement in older adults using auditory stimulation during sleep. *Annals of Neurology, Conference: 140th Annual Meeting of the American Neurological Association*, S87.
- Pasquinelli, C., & Trunfio, M. (2023). Sustainability-oriented Innovation in Smart Tourism: Challenges and Pitfalls of Technology Deployment for Sustainable Destinations. *Springer Nature*. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-33677-5>
- Santos-Júnior, A., Mendes-Filho, L., Almeida-García, F., & Manuel-Simões, J. (2017). Smart Tourism Destinations: Un estudio basado en la visión de los stakeholders. *Revista Turismo em análise*, 28(3), 358–379. <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v28i3p358-379>
- Scutari, M., & Denis, J.-B. (2021). Bayesian networks: With examples in R (2nd ed.). *CRC Press*.