

## تحلیلی بر مقالات گردشگری هوشمند در ایران

یاسر قلی زاده<sup>۱</sup>، ایرج تیموری\*<sup>۲</sup>، رحیم حیدری چیانه<sup>۳</sup>

۱- دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری پردیس ارس دانشگاه تبریز، تبریز، ایران

۲- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. (نویسنده مسئول)

Email : iraj-teymuri@tabrizu.ac.ir- Tel: 09144518230

۳- دانشیار جغرافیا و برنامه‌ریزی شهری دانشگاه تبریز، تبریز، ایران.

### چکیده

گردشگری هوشمند یک اصطلاح جدید کاربردی است که به توصیف وابستگی روز افزون مقاصد گردشگری، صنایع و اشکال مختلف گردشگران به اشکال جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات که حجم انبوهی از داده‌ها را به گزاره‌های ارزشمند تبدیل می‌کند، می‌پردازد علی‌رغم اهمیت روز افزون گردشگری هوشمند، به عنوان یکی از اساسی‌ترین منبع درآمد جوامع، مطالعات آنچنانی (بویژه در داخل کشور) در این خصوص انجام نگرفته است. از همین رو، هدف این پژوهش واکاوی اسنادی مقالات معتبر داخلی در خصوص گردشگری هوشمند به شیوه فراتحلیل بوده است. پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی و روش آن فراتحلیل است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مقالات علمی-پژوهشی است که در نشریات علمی-پژوهشی مورد تأیید وزارت علوم تحقیقات و فناوری در داخل کشور به چاپ رسیده است که به خاطر کم بودن تعداد آن‌ها (۱۲ مورد) از روش تمام شماری استفاده شده است. نتایج حاصله از تحلیل نشان می‌دهد که از سال ۱۳۹۶ تا به حال (۱۴۰۰) تنها ۱۲ مقاله علمی پژوهشی در داخل کشور وجود دارد که این امر بیانگر کم توجهی به پژوهش در خصوص گردشگری هوشمند در کشور ایران است. همچنین نتایج حاصله نشان دهنده آن است که از نظر پراکنش جغرافیایی، شهر اصفهان در جایگاه نخست قرار دارد و رشته مدیریت به خصوص مدیریت بازرگانی بیشترین نقش را در زمینه گردشگری هوشمند در ایران داشته است. همچنین تمام مقالات حوزه گردشگری هوشمند در ایران به صورت چندبعدی یا همان کل-نگری بوده است و چیرگی روش ترکیبی به روش پوزیتیویسم یا اثبات‌گرایی کاملاً مشهود است. از دیگر یافته‌های پژوهش این است که روش گردآوری اکثر مقالات چاپ شده، اسنادی و ترکیبی (پرسشنامه و مصاحبه) بوده است. همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها در اکثر مقالات با استفاده از آزمون تی‌تک نمونه‌ای، مدل معادلات ساختاری و مدل فراترکیب بوده است و در خصوص نرم‌افزارهای پرکاربرد در حوزه مقالات داخلی گردشگری هوشمند به نرم‌افزار SPSS به همراه Smart PLS می‌توان اشاره نمود.

واژگان کلیدی: واکاوی اسنادی، گردشگری هوشمند، تحلیل، ایران

### An analysis of Iranian Smart Tourism Papers

Iraj Teymuri<sup>1\*</sup>, Yaser Gholizadeh<sup>2</sup>, Rahim Heidari Chianeh<sup>3</sup>

1-Associate Professor of Geography and Urban Planning, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

2- PhD student in Geography and Urban Planning, Aras Campus, Tabriz, Iran.

3-Associate Professor of Geography and Urban Planning, University of Tabriz, Tabriz, Iran.

\* Email: iraj-teymuri@tabrizu.ac.ir

Received: November 2022 Accepted: March 2023

### Abstract

Smart tourism is a new applied term that describes the increasing dependence of tourism destinations, industries and different forms of tourists on new forms of information and communication technology that transform massive amounts of data into valuable propositions. Despite the growing importance of smart tourism, as one of the most basic sources of income for societies, not so many studies (especially inside the country) have been conducted in this regard. Therefore, the purpose of this research was document analysis of authentic domestic articles about smart tourism in an analytical way. The current research is descriptive-analytical and its method is analysis. The statistical population of this research includes all scientific-research articles that have been published in scientific-research publications approved by the Ministry of Science, Research and Technology in the country, and due to the small number of them (12 cases), the full enumeration method was used. The results of the analysis show that from 2016 to now (2021) there are only 12 scientific research articles in the country, which indicates the lack of attention to research on smart tourism in Iran. Also, the results show that in terms of geographical distribution, Isfahan city is in the first place and the field of management, especially Market management, has played the most important role in the field of smart tourism in Iran. Also, all the articles in the field of smart tourism in Iran have been multidimensional or holistic, and the superiority of the combined method over positivism or positivism is quite evident. Another finding of the research is that the method of collecting most of the printed articles was documentary and combined (questionnaire and interview). Also, the data analysis in most of the articles has been using the typical T-Tech test, structural equation model and composite model, and regarding the widely used software in the field of domestic smart tourism articles, we can mention SPSS software along with Smart PLS

**Keywords:** Documentary Analysis, Intelligent Tourism, Analysis, Iran.

## مقدمه

امروزه گردشگری به عنوان یکی از مسائل مهم و موثر اقتصادی و از عوامل مهم و برجسته ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی در سطح جهانی محسوب می‌گردد. در واقع، گسترش زیرساخت‌های اقتصادی، بهداشتی، امنیتی و ارتباطی در قرن حاضر گردشگری را به واقعیتی انکارناپذیر در زندگی انسان‌ها تبدیل کرده است. از این‌رو، گردشگری یکی از صنایع کلیدی در جامعه، است که می‌تواند توجه برنامه‌ریزان را جلب کند، از طرف دیگر حجم بالای مسافرت‌ها در سالیان اخیر موجب شده است که گردشگری به عنوان یکی از صنایع بزرگ در دنیا معرفی شود، به طوری که درآمد جهانگردی و گردشگری به همراه حمل و نقل در حدود ۱۷ درصد کل صادرات دنیا را تشکیل داده است. این صنعت که از زمان‌های طولانی با شکل‌های متفاوت در جوامع انسانی وجود داشته و به حدی در توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشورها اثرگذار بوده است که اقتصاددانان از آن به‌عنوان صادرات نامرئی نام برده‌اند (اجزاشکوهی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸). بنابراین تمامی کشورها در پی استفاده از فرصت‌ها و مزایای فراوان حاصل از آن هستند تا به واسطه آن، رفاه نسبی را برای حال و آینده جوامع خود رقم بزنند. در این میان و در دهه‌های اخیر، فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) به طوری غیرقابل پیش‌بینی جامعه ما را به کلی تغییر داده است. در همین راستا، سفر و گردشگری یکی از بخش‌هایی است که بیشتر دچار تحول شده است، به خصوص از آنجا که اینترنت اشیاء ظهور یافته است. فناوری دیجیتال به عنوان یکی از ارکان اصلی هوشمندسازی به سرعت در حال توسعه می‌باشد و جزء جدایی‌ناپذیر زندگی امروزی به ویژه در حوزه اوقات فراغت و گردشگری شده است. بگونه‌ای که امروزه واژه هوشمند بر روی اکثر جنبه‌های زندگی مدرن شهری دیده می‌شود، مانند خانه هوشمند، لوازم خانگی هوشمند، شهر هوشمند، گردشگری هوشمند و غیره (Klichowski et al, 2015: 5). گردشگری هوشمند یک اصطلاح جدید کاربردی است که به توصیف وابستگی روز افزون مقاصد گردشگری، صنایع و اشکال مختلف گردشگران به اشکال جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات که حجم انبوهی از داده‌ها را به گزاره‌های ارزشمند تبدیل می‌کند، می‌پردازد (Gretzel et al, 2015a: 182). همه تلاش‌هایی که در راستای هوشمندسازی صورت می‌گیرد، تلاش‌های بزرگ و هماهنگ و سرمایه‌گذاری‌های استراتژیک هستند تا نوآوری، کیفیت زندگی و پایداری را از طریق غنی‌سازی زیرساخت‌های فیزیکی با داده‌ها در زمینه مقاصد خاص، تقویت کنند (Gretzel et al, 2015b: 560). با توجه به اهمیت گردشگری هوشمند می‌توان گفت هدف این پژوهش، مطالعه اسنادی مقالات داخل کشور در خصوص گردشگری هوشمند به شیوه فراتحلیل است. در واقع پژوهش حاضر سعی داد تا با واکاوی کتابخانه‌ای و فراتحلیل مقالات گردشگری هوشمند در کشور، وضعیت مطالعات انجام شده را از نظر پراکنش جغرافیایی، رشته‌ها و محورهای مطالعاتی و روش‌شناسی این پژوهش‌ها را نشان دهد.

در این مطالعه سئوالات و محورهای اساسی تحقیق به شرح زیر می‌باشد:

۱. عمده‌ترین مقالات انجام شده در ایران در مورد گردشگری هوشمند در چه سالی بوده است؟
۲. عمده‌ترین مقالات انجام شده در ایران در مورد گردشگری هوشمند از طرف کدام حوزه تخصصی (رشته تحصیلی) بوده است؟
۳. عمده‌ترین رویکردهای روش‌شناسی مقالات انجام شده در ایران در مورد گردشگری هوشمند کدامند؟
۴. عمده‌ترین ابزار جمع‌آوری داده‌های مقالات انجام شده در ایران در مورد گردشگری هوشمند کدامند؟
۵. عمده‌ترین مدل‌ها و آزمون‌های تجزیه و تحلیل داده‌های مقالات انجام شده در ایران در مورد گردشگری هوشمند کدامند؟
۶. عمده‌ترین نرم‌افزار کاربردی در مقالات انجام شده در ایران در مورد گردشگری هوشمند کدامند؟

## پیشینه تحقیق

با توجه به روند رشد فناوری‌های، اطلاعاتی، هم‌اکنون کشورها نمی‌توانند بدون توجه به تأثیر فناوری‌های نوین نسبت به توسعه‌ی گردشگری اقدام کنند و در عین حال پایداری آن را تضمین نمایند. از دیدگاه صنعت، توجه به توسعه‌ی هوشمند به خصوص در مقاصد گردشگری شایان توجه است و بر آینده‌ی 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 حوزه‌ی گردشگری هوشمند داخل کشور، مطالعات اندکی در این حوزه انجام شده

است؛ بنابراین ارائه‌ی مفاهیم مرتبط با این حوزه اهمیت خاصی دارد. مقاصد گردشگری هوشمند با بهره‌گیری از رویکردهای نوآورانه و فناوری‌های نوین و افزایش پایداری فناوری گردشگری به افزایش اشتغال و رشد اقتصادی پایدار منجر می‌شود (گرتزل و همکاران، ۲۰۱۶). در ارتباط با گردشگری هوشمند تحقیقات نسبتاً زیادی انجام گرفته است که در زیر به مهمترین آنها اشاره شده است.

دشت‌علی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله ارائه‌الگوی کاربردی گردشگری هوشمند در مناطق شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان) که هدف اصلی پژوهش، ارائه مدل بومی گردشگری هوشمند و اثر آن بر رضایت گردشگر و هم آفرینی گردشگر بود. برای انجام کار از روش طرح تحقیق آمیخته اکتشافی استفاده کردند. در مرحله پژوهش کیفی، هدف بنیادی و در بخش کمی، هدف کاربردی بود. برای گردآوری داده‌ها در مرحله کیفی از مصاحبه عمیق و نیمه ساختاریافته و با انجام مصاحبه با پانزده نفر از خبرگان حوزه گردشگری، تعداد نوزده مقوله اصلی شناسایی و در قالب شش بعد ساختاردهی شده. در مرحله کمی از پرسشنامه آنلاین محقق ساخته در جامعه‌ای از ورودی گردشگران داخلی و خارجی به شهر اصفهان با حجم نمونه ۳۸۴ نفر اطلاعات جمع‌آوری شده و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار Smart PLS و SPSS کمک گرفته شده است. نتایج حاکی از مناسب بودن تمامی موارد به‌جز عوامل طبیعی بود که جزو عوامل سازنده عوامل زمینه‌ای نمی‌باشد. همچنین، آزمون فرضیه‌ها، نتایج نشان داده که گردشگری هوشمند بر رضایت گردشگر و هم آفرینی گردشگر اثر مثبت دارد.

شربیفی و معماری (۱۳۹۹) در مقاله بررسی تاثیر تحول دیجیتال و شهر هوشمند در تحقق گردشگری هوشمند که جامعه آماری پژوهش گردشگران مجتمع‌های گردشگری و هتل‌ها است. تعداد حجم نمونه را ۱۲۰ به دست آورده‌اند. جهت تحلیل داده‌ها از تکنیک معادلات ساختاری استفاده شده است. یافته‌های پژوهش حاکی از مطلوب بودن عامل تحول دیجیتال و درسطح متوسط قرار داشتن عامل شهر هوشمند و گردشگری هوشمند است. شاخص RMSEA با جذر برآورد واریانس خطای تقریبی برابر با ۰/۰۷۹ و مقادیر سایر شاخصها و مقایسه آن با دامنه قابل قبول مبین تایید مدل است. نتایج مفروضه تحول دیجیتال ضرورت توسعه گردشگری هوشمند، مبین رد این فرضیه است. نتایج فرضیه ایجاد شهر هوشمند ضرورت توسعه گردشگری هوشمند و رابطه تحول دیجیتال و شهر هوشمند حاکی از تایید این فرضیات است.

ضیائی (۱۳۹۹) در مقاله چارچوب مفهومی هوشمندی مقصدهای گردشگری شهری با رویکرد فراترکیب، به دنبال ارائه چارچوبی مفهومی است که در آن مؤلفه‌ها و عوامل هوشمندی مقصدهای گردشگری شهری شناسایی و تبیین شده باشد. بدین منظور و برای فهم و ادراک عمیق از ویژگی‌ها، عوامل و چگونگی اجرای هوشمندی در مقصدهای گردشگری شهری، رویکرد کیفی و تفسیری اتخاذ و از روش فراترکیب برای گردآوری و تلفیق پژوهش‌های پیشین استفاده شده است. نتایج حاصل از پژوهش نشان داده که مفاهیم موجود درزمینه هوشمندی مقصدهای گردشگری را می‌توان در سه مقوله عوامل کلان، عوامل خرد یا نظام مند و ویژگی‌های خاص هوشمندی دسته بندی کرد. از دیگر نتایج این پژوهش که آن را از پژوهش‌های دیگر متمایز می‌کند، شناسایی سه ویژگی اصلی در ارائه چارچوب هوشمندی مقصدهای گردشگری است: ۱. در نظر گرفتن مؤلفه‌های هوشمندی در قالب نظام گردشگری، ۲. توجه به بعد شهر بودن مقصدهای گردشگری شهری که علاوه بر ارائه خدمات به گردشگران محل سکونت ساکنان نیز هست، ۳. مدنظر قرار دادن وجوه مشخصه هوشمندی مقصدهای شهری در دو وجه اثربخشی، پایداری، برابری و زیستپذیری بیشتر در شهرها، و ابزارمند بودن، به هم پیوستگی و هوشمند بودن این مقصدها با توجه به کاربرد بنیان فناوری در بهبود عملکرد تمامی ذی‌نفعان مقصدهای گردشگری شهری.

زنگویی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله شناسایی مؤلفه‌های هوشمندسازی صنعت گردشگری در ایران، که پژوهشی از نوع آمیخته و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی قراردادی در بخش کیفی و پیمایش در بخش کمی انجام گرفته است. در بخش کیفی، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و تکنیک گلوله برفی تعداد سیزده نفر از مدیران گردشگری کشور مورد مصاحبه عمیق قرار گرفتند. نمونه بخش کمی نیز با استفاده از فرمول کوکران و روش نمونه‌گیری تصادفی، تعداد ۲۹۰ نفر از کارشناسان آژانس‌های مسافرتی و گردشگران این سه شهر تعیین گردید. پس از تحلیل داده‌ها از طریق مدلیابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی، مشخص شد که تمامی متغیرهای مشاهده‌پذیر و پنهان در سطح ۹۵ درصد معنی‌دار بوده و مورد تأیید قرار گرفتند. بر اساس یافته‌های پژوهش، چهار

مؤلفه؛ حکمرانی هوشمند، توانمندسازی اجتماعی- فرهنگی، توسعه کاربرد فناوری‌های نوین هوشمند و هوشمندسازی جامع خدمات گردشگری، به‌عنوان مؤلفه‌های هوشمندسازی صنعت گردشگری در ایران شناسایی شدند.

دشت‌لعلی (۱۳۹۹) در مقاله شناسایی و اولویت بندی عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند در کشور ایران (مورد مطالعه: شهر اصفهان) که هدف اصلی این مقاله، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند در کشور ایران بود. روش پژوهش توصیفی پیمایشی، از نظر هدف کاربردی، روش - نمونه‌گیری در دسترس و از پرسشنامه آنلاین محقق ساخته استفاده کرده است. جامعه آماری ورودی گردشگران داخلی و خارجی به شهر اصفهان و حجم نمونه آماری ۳۸۴ نفر در نظر گرفته شده است. داده‌های جمع‌آوری شده به کمک نرم‌افزار Spss و Smart PLS تجزیه و تحلیل شده‌اند. یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که شرایط علی بر پدیده محوری گردشگری هوشمند، پدیده محوری گردشگری هوشمند بر بعد تعامل، بعد تعامل بر پیامدها، عوامل مداخله‌گر و عوامل زمینه‌ای بر بعد تعامل تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین نتایج رتبه بندی نشان می‌دهد با احتمال ۹۵ درصد در اولویت زیر بعدهای مؤثر بر گردشگری هوشمند تفاوت معناداری وجود دارد.

شفیعی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله مقاصد گردشگری هوشمند: مرور سیستماتیک تحقیقات با استفاده از رویکرد کیف پارادایم، این مطالعه برای پرکردن این خلأ و بررسی تحقیقات از روش کیف پارادایم استفاده کرده‌اند. بدین منظور ۱۰۵ مقاله از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷ مورد بررسی قرار گرفته و پس از گزینش مقالات ۳۴ مقاله، شناسایی و طبقه‌بندی شده است. یافته‌ها نشان داده که تمرکز مقالات سطح تئوری‌های خاص و نبود مقالات در حوزه هستی‌شناسی و فرضیات پایه است.

مولایی و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله نیازسنجی ایجاد دهکده گردشگری هوشمند در شهر بندر انزلی، سعی کرده‌اند به صورت ویژه نیازسنجی ایجاد دهکده گردشگری هوشمند در بندر انزلی پرداخته شود. نوع تحقیق حاضر بر اساس هدف تحقیق، کاربردی و بر اساس مدل باتلر مورد بررسی قرار گرفته است. در این پژوهش به منظور نیازسنجی ایجاد گردشگری به صورت هوشمند، داده‌ها بر اساس آمار رسمی ارائه سازمان میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان و نتایج پرسشنامه آماده‌سازی شده و پس از انجام تحلیل بر اساس شاخص‌های هوشمند سازی و گردشگری با بهره‌گیری از سنجش پایداری پرسکات آلن نهایی شده است. نتایج حاصله حاکی از آن است که با توجه به داده‌های پرسشنامه‌ای میزان رضایت از فعالیت گردشگری با ارزش ۰/۶۴ در مدل باتلر به میزان زیاد و در طبقه‌بندی پرسکات آلن در سطح پایداری بالقوه است. گویه میزان آشنایی با گردشگری هوشمند، با ارزش ۰/۲۷ در مدل باتلر به میزان کم و در طبقه‌بندی پرسکات آلن در سطح ناپایداری بالقوه است. گویه زیرساخت‌های سایبری در حوزه گردشگری، با ارزش ۰/۱۶ در مدل باتلر به میزان زیاد و در طبقه‌بندی پرسکات آلن در سطح ناپایدار است و در نهایت در شرایط کنونی نیاز گردشگری هوشمند در مرحله نیمه چرخه حیات و در حال گذار به مرحله تثبیت و بلوغ است که در شرای پسا‌کروناپی نیز نیاز آن بیشتر احساس می‌شود.

صالحی کجور و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله واکاوی عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند در صنعت ورزش مبتنی بر تکنیک فراترکیب، هدف از اجرای این تحقیق شناسایی عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند صنعت ورزش با تکنیک فراترکیب از انواع روش‌های فرا مطالعه است. در این پژوهش با به‌کارگیری رویکرد مرور سیستماتیک و فراترکیب کیفی، به تحلیل نتایج و یافته‌های محققین قبلی پرداخته و با انجام گام‌های هفتگانه روش ساندلوسکی و باروسو، مدل مفهومی عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند صنعت ورزش دسته‌بندی شده است. بر اساس کدگذاری سه مرحله‌ای این عوامل در ۸ مقوله اصلی و ۹۰ کد محوری تحلیل و دسته‌بندی شدند. به‌منظور سنجش پایایی و کنترل کیفیت مطالعه حاضر از روش کاپا استفاده شد. ضریب کاپا محاسبه شده برابر با ۰/۶۶۰ بوده که در سطح توافق معتبر قرار گرفته است. نتایج نشان دادند عوامل مؤثر بر گردشگری هوشمند در صنعت ورزش شامل: سرویس‌های اطلاعات هوشمند گردشگری، خدمات ابری گردشگری هوشمند، اینترنت اشیا، به دست آوردن اطلاعات گردشگری هوشمند، سیستم خدمات اینترنتی کاربر نهایی، امکان جستجوی هوشمند، بازاریابی محتوا و هوش مصنوعی بودند. استفاده از ابزارهای دیجیتالی منافع بیشماری را برای کسب‌وکارها و فعالان صنعت گردشگری ورزشی به دنبال خواهد داشت. از جمله توسعه گردشگری در راستای کاهش اتکا به نفت و خروج از اقتصاد تک محصولی می‌باشد.

کوکبی و برمایه‌رو (۱۳۹۹) در مقاله هم‌آفرینی فضای گردشگری هوشمند از طریق تعاملات اجتماعی ارائه مدل مفهومی سایبرپارک، سعس نمودند تا از طریق بهره‌برداری از ویژگی‌های تحلیل محتوایی مفاهیم اصلی این زمینه را توسعه داده و مدل مفهومی سایبرپارک را ارائه نمایند. یافته‌های آنها نشان داد که سایبرپارک با سه حوزه عملکردی اصلی شامل ذی‌اثران و گردشگران، فناوری اطلاعات و فضاهای گردشگری شهری شناخته می‌شود.

قربانی و همکاران (۱۳۹۸) در مقاله پست مدرنیسم و طراحی مدل سازمان هوشمند مدیریت گردشگری (مورد مطالعه: دفاتر ارائه خدمات گردشگری و هتل‌های سه ستاره شهر بیرجند) با توجه به تغییرات صنعت گردشگری در دنیا این سؤال ایجاد می‌شود که پیشرفت‌های گردشگری در هزاره جدید، ساختار سازمان‌های ارائه‌دهنده خدمات گردشگری در مناطق کمتر توسعه‌یافته چه تغییری کرده است؟ پژوهش حاضر با بهره‌گیری از ادبیات پژوهش و نظرات خبرگان حوزه سازمان و گردشگری با استفاده از روش دلفی خبرگان در پی طراحی مدل سازمان هوشمند مدیریت گردشگری مطابق با نظریات مکتب پست‌مدرن است. جامعه آماری پژوهش شامل تمامی کارشناسان شاغل در دفاتر ارائه خدمات گردشگری و هتل‌های سه ستاره شهر بیرجند است که با توجه به محدود بودن جامعه آماری، جمعاً بین ۱۳۰ نفر از کارشناسان پرسشنامه توزیع شد. سرانجام برای تحلیل کمی داده‌ها از نرم افزار اسمارت پی ال اس استفاده شد. ارائه مدل سازمان هوشمند مدیریت گردشگری مطابق با نظریات مکتب پست‌مدرن و اهمیت آن برای یک سازمان گردشگری مهمترین دستاورد پژوهش حاضر است.

نادعلی و سفیدچیان (۱۳۹۷) در مقاله توان‌سنجی گردشگری هوشمند با تأکید بر ضرورت‌ها و الزامات زیر ساختی (مطالعه موردی کلان شهر مشهد)، هدف از پژوهش آنها این بود که از طریق بررسی توان‌سنجی گردشگری هوشمند مهمترین چالش‌هایی را که در "مقصد گردشگری مشهد"؛ "اکوسیستم‌های کسب و کار گردشگری مشهد" و "تجربیات گردشگران" وجود دارد و مانع تحقق گردشگری هوشمند می‌شود، شناسایی شود. پژوهش از نظر نتیجه، هدف و نوع داده به ترتیب پژوهشی کاربردی، توصیفی و کیفی است. داده‌ها با ابزار پرسش نامه جمع‌آوری و با نرم افزار SPSS از طریق آزمون تحلیل واریانس تجزیه و تحلیل شده‌اند. در نتیجه فرضیه‌های پژوهش مبنی بر وجود زیر ساخت‌های گردشگری هوشمند از منظر کسب و کار، تجربیات و مقاصد هوشمند در شهر مشهد تأیید شدند. نتایج نشان داده بستر اولیه پیاده‌سازی گردشگری هوشمند در شهر مشهد وجود دارد و نیازمند تأکید بیشتر بر لزوم سرعت عمل در تبادل و دسترسی به اطلاعات و اهمیت مشتری‌محوری و... می‌باشد. یافته‌های پژوهش همچنین حاکی از وجود ارتباط معنی‌دار بین برخی متغیرهای جمعی تشناختی پژوهش و لایه‌های اصلی گردشگری هوشمند است.

شفیعی و همکاران (۱۳۹۶) در مقاله بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری به منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند (با استفاده از رویکرد فراترکیب)، تلاش شده است تا با استفاده از روش فراترکیب، یافته‌های مطالعات انجام شده در حوزه تأثیر فناوری اطلاعات بر گردشگری به صورت نظام مند بررسی شود و سپس براساس کدهای شناسایی شده، مفاهیم، خصوصیات، ابعاد و ضرورت توسعه گردشگری پایدار را معرفی شده و همچنین اهمیت توسعه و پیاده‌سازی مقاصد گردشگری هوشمند توضیح داده شود. در این تحقیق پایگاه‌های علمی مختلفی از سال ۲۰۰۰ بررسی و مقالات منتخب با استفاده از معیار CASP شناسایی شدند و سپس مفاهیم استخراج شده با استفاده از نرم‌افزار NVivo طبقه‌بندی و تحلیل شدند.

باعنایت به مقالات انجام شده درخصوص گردشگری هوشمند در داخل کشور می‌توان اظهار نمود که مطالعات انگشت شماری در این مورد صورت پذیرفته است و اینکه در خصوص فراتحلیل، تحقیقی در حوزه گردشگری هوشمند انجام نگرفته است.

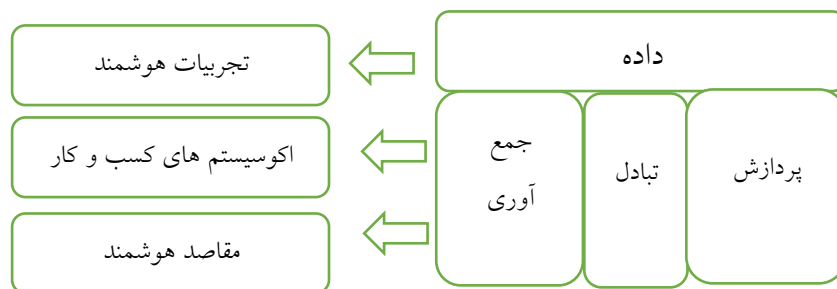
## مبانی نظری

### گردشگری هوشمند

گردشگری هوشمند یک اصطلاح جدید کاربردی است که به توصیف وابستگی روز افزون مقاصد گردشگری، صنایع و اشکال مختلف گردشگران به اشکال جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات که حجم انبوهی از داده ها را به گزاره های ارزشمند تبدیل می کند می - پردازد (Gretzel et al, 2015b). همه تلاش هایی که در راستای هوشمند سازی صورت می گیرد، تلاش های بزرگ و هماهنگ و سرمایه گذاری های استراتژیک هستند تا نوآوری، کیفیت زندگی و پایداری را از طریق غنی سازی زیرساخت های فیزیکی با داده ها در زمینه مقاصد خاص، تقویت کنند (Gretzel et al, 2015a).

### لایه های زیر ساختی تکنولوژیکی گردشگری هوشمند

از آنجایی که گردشگری هوشمند خود از سه لایه کلی شامل مقاصد هوشمند، اکوسیستم های کسب و کار هوشمند و تجربیات هوشمند تشکیل شده است (شکل ۱)، گردشگری هوشمند سه لایه را در سراسر این سه قسمت انداز هگیری می کند: یک لایه اطلاعاتی هوشمند که قصد جمع آوری داده دارد و یک لایه تبادل هوشمند که اتصال را پشتیبانی می کند و یک لایه پردازش هوشمند که مسئول تحلیل تجسم یکپارچگی و استفاده ی هوشمند از داده میباشد.



شکل (۱). الگوی پیشنهادی گردشگری هوشمند (Gretzel et al, 2015a)

### مقاصد گردشگری هوشمند

گردشگری هوشمند را از بعد مقاصد هوشمند این چنین تعریف میکنند: یک مقصد نوآورانه گردشگر که روی زیرساخت تکنولوژی مدرن بنا شده است و تضمین کننده توسعه پایدار نواحی گردشگری می باشد و قابلیت دسترسی برای همگان را فراهم می آورد به طوری که تعاملات بازدیدکننده، یکپارچگی محیط اطراف او، افزایش کیفیت تجربه در مقصد را تسهیل م یکنند و کیفیت زندگی ساکنان را بهبود می بخشد. به طور مثال پناهگاه های اتوبوسی به صورت تعاملی که نه تنها اطلاعات گردشگری و زما نهایی رسیدن اتوبوس بلکه برای شارژ موبایل ها ارائه می دهد. به علاوه دوچرخ هها را در شهر در دسترس قرار می دهد و usb پورت مسافران میتوانند موقعیت های شان را به وسیله ی اپلیکیشن نهایی تلفن های هوشمند چک کنند. در نتیجه حمل و نقل سازگار با محیط زیست در اطراف شهر توسعه می یابد. شهر بریزبن<sup>۱</sup> بیش از صد چراغ هشداردهنده بر روی نقاط مورد علاقه برای اطلاع رسانی به گردشگران به وسیله اپلیکیشن های موبایل تعبیه کرده است به شرط آنکه در داخل شعاع خاصی از محل باشند (Gretzel et al, 2015a).

### فرا تحلیل

اصطلاح فراتحلیل، اولین بار توسط کلاس، رئیس انجمن تحقیقات آموزشی آمریکا در سال ۱۹۷۶ استفاده شد (Delawar, 2012). فراتحلیل را می توان نوعی مرور سیستماتیک پژوهش های کمی، بر طبق اصول آماری و ریاضی دانست (Urquhart, 2010, quoted by Nasrollahi et al., 2012).

<sup>7</sup> Brisbane

در واقع فراتحلیل، نوعی پژوهش درباره پژوهش‌های دیگر است. فراتحلیل را میتوان مطالعه نظاممند پژوهش‌های گذشته دانست. پژوهش‌هایی که همه درباره یک عنوان خاص به عمل آمده‌اند هنگامی که درباره یک موضوع خاص، پژوهش‌های متعددی صورت گرفته باشد، می‌توان همه آن پژوهش‌ها را مجدداً مورد مطالعه قرار داده و با یکدیگر مقایسه کرد و در واقع با استفاده از فنون آماری خاص، نتایج آنها را با یکدیگر تلفیق و ترکیب نموده و به یک نتیجه واحد رسید. چنین کاری خود یک پژوهش مستقل محسوب می‌شود. تفاوت این نوع پژوهش با پژوهش‌های دیگر در این است که جامعه آماری در اینگونه پژوهش‌ها، پژوهش‌های قبلی است و واحد پژوهش آن، هر یک از پژوهش‌های اولیه و مستقل پیشین است. در این پژوهش به اطلاعاتی دست پیدا می‌کنیم که اطلاعات اولیه موجود در پژوهش‌های گذشته، آن را نشان نمی‌دهد. برای اجرای روش فراتحلیل، ابتدا حوزه‌های انتخاب می‌شود که نتایج پژوهش‌های انجام شده در آن حوزه دو پهلو و یا مشتبه کننده باشد. سپس مراحل زیر به ترتیب شامل شناسایی منابع و ارزشیابی نتایج پژوهش‌ها، ترکیب نتایج پژوهش‌های انتخاب شده و مقایسه آنها با یکدیگر و ارزشیابی نتایج فراتحلیل به منظور کاهش خطا است. یادآوری این مطلب مهم است که فراتحلیل پاسخ قطعی و نهایی برای درک مسائل حقیقی نیست و مانند سایر روش‌های تحلیل داده‌ها همانطور که گرین و هال می‌گویند: یاری‌گر اندیشه است نه جایگزین آن (Delawar, 2012).

اقدام به ترکیب و تلفیق اطلاعات پدیده جدیدی نیست. مرور نقلی متون و منابع، از مدت‌ها قبل از ایجاد روش فراتحلیل ۱ انجام می‌شده است و در ابتدا این روش در بین دانشمندان علوم اجتماعی رایج گردید و سپس توسط محققین سایر رشته‌ها نیز پذیرفته شد. فراتحلیل، مهم‌ترین روش برای خلاصه‌سازی تحقیقات گذشته است، خصوصاً هنگامی که حجم نمونه در یک مطالعه، آنقدر کم باشد که نتوان به نتیجه‌گیری مطمئنی رسید و یا به لحاظ روشی برخی از عناصر مفهومی مورد نظر در تحقیقات گذشته نیز تحت عناوین متفاوتی بررسی شده باشد و ما در زمینه موضوعی خود، تحقیقی مشخص، کمتر داشته باشیم. مثل گردشگری هوشمند که در ایران کمتر تحقیق مستقل بر روی آن صورت گرفته است.

فراتحلیل در دو بعد کمی و کیفی مطرح است. فراتحلیل در بعد کمی، تحلیل آماری مجموعه بزرگی از نتایج به دست آمده از مطالعات منفرد متعدد و با هدف تلفیق آن یافته‌هاست. هر یک از آن مطالعات، در واقع واحد پژوهش فراتحلیل، تلقی می‌گردند و چون فراتحلیل اساساً به اطلاعات مطالعات اولیه وابسته است، اغلب به آن تحلیل تحلیل، هم می‌گویند (ناطق پور و فیروزآبادی، ۱۳۸۵: ۱۶۹).

### روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است. جامعه آماری این پژوهش شامل کلیه مقالات علمی-پژوهشی است که در نشریات علمی-پژوهشی مورد تأیید وزارت علوم تحقیقات و فناوری در داخل کشور به چاپ رسیده است که به خاطر کم بودن تعداد آنها (۱۲ مورد) از روش تمام شماری استفاده شد. لازم بذکر است که قلمرو زمانی پژوهش از آغاز ورود پژوهش‌های گردشگری هوشمند در کشور ایران است (دهه ۹۰ خورشیدی) که نخست از طریق مطالعات کتابخانه‌ای مجلات علمی-پژوهشی مرتبط با موضوع گردشگری هوشمند و جستجو در پایگاه‌های اطلاعات علمی کشور شامل بانک اطلاعات نشریات و مجلات ایرانی (magiran) و پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (SID)، مقالاتی که در این زمینه به چاپ رسیده‌اند، استخراج گردید. در ادامه برای استخراج داده‌های موردنیاز از یک فهرست کنترل استفاده شد. این چک لیست در برگرفته اطلاعاتی شامل موضوع و مسئله پژوهش، قلمرو جغرافیایی و زمانی پژوهش، رشته تخصصی نویسندگان مقاله، رویکرد حاکم بر روش‌شناسی پژوهش، ابزار یا شیوه گردآوری داده‌ها، روش‌ها و تکنیک‌های تحلیل داده‌ها، و نرم‌افزارهای مورد استفاده، بود. در نهایت با توجه به موارد مطرح شده، داده‌ها دسته‌بندی و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت.

### یافته‌ها

روند زمانی مطالعات گردشگری هوشمند در ایران از مجموع واکاوی‌های انجام شده در نشریات علمی-پژوهشی کشور در طی دهه اخیر به‌ویژه در حوزه‌های مدیریت و برنامه‌ریزی شهری که ارتباط بیشتری با گردشگری دارند، می‌باشد.

مقالات علمی- پژوهشی در زمینه گردشگری هوشمند از سال ۱۳۹۶ آغاز و تا پایان سال ۱۳۹۹ در مجموع شامل ۱۲ مقاله می‌باشد که در ۹ مجله علمی- پژوهشی به چاپ رسیده است. "فصلنامه گردشگری شهری" با ۳ عنوان بیشترین تعداد مقالات مربوطه را به چاپ رسانده است (۲۵ درصد) که این امر قدر مسلم به دلیل این است که نشریه یکی از نشریه‌های معتبر مرتبط با گردشگری است.

در مرتبه بعدی، مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری با ۲ مقاله (۱۶/۶ درصد) و در آخر فصلنامه فضای گردشگری، فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، فصلنامه مدیریت کسب و کار، نشریه مطالعات کسب و کار هوشمند، فصلنامه گردشگری و توسعه، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین، فصلنامه پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار، هر کدام با ۱ عنوان مقاله قرار گرفته‌اند (هر کدام ۸/۳ درصد).

همانگونه که ملاحظه می‌شود نشریات گردشگری نسبت به نشریه‌های سایر شاخه‌های علمی (مدیریت کسب و کار و بازاریابی) سهم بیشتری در توجه به مقوله گردشگری هوشمند داشته‌اند. روند زمانی مطالعات گردشگری هوشمند در کشور ایران را می‌توان به دو دوره بسیار نزدیک به هم تفکیک نمود.

در دوره نخست، از سال ۱۳۹۶ تا ۱۳۹۸ ما هر ساله شاهد چاپ ۱ مقاله در مجلات معتبر داخلی بوده‌ایم (۳ مقاله از ۱۲ مقاله موجود)، اما در دوره دوم یعنی سال ۱۳۹۹ رشد قابل توجهی در این رابطه دیده می‌شود به گونه‌ای که تعداد مقالات از ۳ مورد در سال ۱۳۹۸ به ۱۲ در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته است.

جدول (۱) اطلاعات اولیه مقالات داخلی گردشگری هوشمند

کد مقاله	عنوان تحقیق	سال تحقیق	محققان	نشریه
X <sub>۱</sub>	ارائه الگوی کاربردی گردشگری هوشمند در مناطق شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان)	۱۳۹۹	دشت‌لعلی و همکاران	فصلنامه گردشگری شهری
X <sub>۲</sub>	بررسی تاثیر تحول دیجیتال و شهر هوشمند در تحقق گردشگری هوشمند	۱۳۹۹	شریفی و معماری	فصلنامه پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار
X <sub>۳</sub>	بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری به منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند (با استفاده از رویکرد فراترکیب)	۱۳۹۶	شفیعی و همکاران	فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین
X <sub>۴</sub>	پست مدرنیسم و طراحی مدل سازمان هوشمند مدیریت گردشگری (مورد مطالعه: دفاتر ارائه خدمات گردشگری و هتل‌های سه ستاره شهر بیرجند)	۱۳۹۸	قربانی و همکاران	مجله برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری
X <sub>۵</sub>	چارچوب مفهومی هوشمندی مقصدهای گردشگری شهری با رویکرد فراترکیب	۱۳۹۹	ضیائی و همکاران	فصلنامه گردشگری و توسعه
X <sub>۶</sub>	شناسایی مؤلفه‌های هوشمندسازی صنعت گردشگری در ایران	۱۳۹۹	زنگویی و همکاران	نشریه مطالعات کسب و کار هوشمند
X <sub>۷</sub>	شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر گردشگری هوشمند در کشور ایران (مورد مطالعه: شهر اصفهان)	۱۳۹۹	دشت‌لعلی و همکاران	فصلنامه مدیریت کسب و کار
X <sub>۸</sub>	مقاصد گردشگری هوشمند: مرور سیستماتیک تحقیقات با استفاده از رویکرد کیف پارادایم	۱۳۹۹	شفیعی و همکاران	فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری
X <sub>۹</sub>	نیازسنجی ایجاد دهکده گردشگری هوشمند در شهر بندر انزلی	۱۳۹۹	مولایی و همکاران	فصلنامه گردشگری شهری
X <sub>۱۰</sub>	توان‌سنجی گردشگری هوشمند با تأکید بر ضرورت‌ها و الزامات زیرساختی (مطالعه موردی کلان شهر مشهد)	۱۳۹۷	نادعلی و سفیدچیان	فصلنامه فضای گردشگری
X <sub>۱۱</sub>	هم‌آفرینی فضای گردشگری هوشمند از طریق تعاملات اجتماعی ارائه مدل مفهومی سایبرپارک	۱۳۹۹	کوکبی و برمایه‌رو	فصلنامه گردشگری شهری
X <sub>۱۲</sub>	واکاوی عوامل موثر بر گردشگری هوشمند در صنعت ورزش مبتنی بر تکنیک فراترکیب	۱۳۹۹	صالحی کجور و همکاران	فصلنامه برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری



### پراکنش جغرافیایی مطالعات (مقالات) گردشگری هوشمند

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که از ۱۲ مقاله داخلی در حوزه گردشگری هوشمند ۶ مورد آن بدون محدوده جغرافیایی است یعنی مقاله بنیادی یا نظری است (۵۰ درصد)، ۱ مورد در خصوص کشور ایران (۸/۳ درصد)، ۲ مورد آن در خصوص شهر اصفهان (۱۶/۶ درصد) و مابقی هم ۱ مورد (مشهد، بیرجند و انزلی) معادل ۸/۳ برای هر کدام (روی هم رفته ۲۵ درصد). به نظر می‌رسد که تمرکز بیشتر مطالعات در این مناطق می‌تواند ناشی از توریستی بودن شهرهای مزبور نسبت به سایر شهرهای کشور است.

### حوزه های تخصصی مقالات گردشگری هوشمند

بر پایه یافته‌های پژوهش، رشته‌های مدیریت بیشترین نقش را در زمینه گردشگری هوشمند در ایران داشته‌اند. جزئیات یافته‌ها پیرامون رشته‌های تخصصی و مهمترین محورهای مطالعاتی آنها به تفکیک به شرح زیر است: تعداد ۲۹ محقق از ۴۰ محقق مربوط به نویسندگان مقالات داخلی گردشگری هوشمند (معادل ۷۲/۵ درصد) در رشته مدیریت با گرایش‌های مربوطه بوده است (بخصوص مدیریت بازرگانی که یک چهارم تحقیقات را شامل می‌شود). در رتبه بعدی هم متخصصان حوزه برنامه ریزی شهری با ۱۰ درصد نویسنده قرار دارند. لازم بذکر است که تمامی مقالات به صورت چندبعدی مورد مطالعه و تحلیل قرار گرفته اند.

جدول (۲) حوزه‌های تخصصی مطالعات داخلی گردشگری هوشمند

کد مقاله	رشته تخصصی نویسندگان مقاله	درصد
X <sub>۱</sub>	مدیریت بازرگانی (هر ۳ نویسنده)	مدیریت بازرگانی = ۱۰ مورد (۲۵ درصد)
X <sub>۲</sub>	حسابداری + مدیریت بازرگانی (۲ نویسنده)	مدیریت = ۶ مورد (۱۵ درصد)
X <sub>۳</sub>	مدیریت (هر ۴ نویسنده)	برنامه ریزی شهری = ۴ مورد (۱۰ درصد)
X <sub>۴</sub>	مدیریت صنعتی + مدیریت رسانه + مدیریت گردشگری + مدیریت دولتی	مدیریت ورزشی = ۳ مورد (۷/۵ درصد)
X <sub>۵</sub>	برنامه ریزی شهری + گردشگری + مهندسی صنایع + مدیریت بازرگانی	مدیریت فناوری اطلاعات = ۲ مورد (۵ درصد)؛
X <sub>۶</sub>	علوم ارتباطات (۲ نویسنده) + مدیریت صنعتی	مدیریت صنعتی = ۲ مورد (۵ درصد)؛ علوم
X <sub>۷</sub>	مدیریت بازرگانی (هر ۳ نویسنده)	ارتباطات = ۲ مورد (۵ درصد)؛ مدیریت
X <sub>۸</sub>	مدیریت (۲ نویسنده) + مدیریت فناوری اطلاعات (۲ نویسنده)	گردشگری = ۲ مورد (۵ درصد)
X <sub>۹</sub>	برنامه ریزی شهری (هر ۳ نویسنده)	و مدیریت بازاریابی؛ مدیریت بازاریابی؛ مدیریت
X <sub>۱۰</sub>	مدیریت جهانگردی + مدیریت بازرگانی	جهانگردی؛ مدیریت دولتی؛ مدیریت رسانه؛
X <sub>۱۱</sub>	شهرسازی + معماری	هنر؛ شهرسازی؛ معماری؛ حسابداری؛ مهندسی
X <sub>۱۲</sub>	مدیریت ورزشی (۳ نویسنده) + مدیریت بازاریابی + هنر	صنایع = هر کدام ۱ مورد (معادل هر کدام ۲/۵ درصد).
جمع کل	۴۰ نویسنده	۱۰۰ درصد

### رویکردهای روش‌شناسی گردشگری هوشمند

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که در اکثر مطالعات (مقالات) در زمینه گردشگری هوشمند در ایران با روش و رویکرد ترکیبی (کمی و کیفی) صورت پذیرفته است و در واقع روش‌شناسی ترکیبی، رهیافت غالب در این حوزه می‌باشد که ۵۸/۳ درصد تحقیقات در این حوزه بوده است. همچنین تحقیقات کمی ۲۵ درصد و تحقیقات کیفی ۱۶/۷ درصد بوده است.

جدول (۳) رویکردهای روش‌شناسی مقالات داخلی گردشگری هوشمند

کد مقاله	نوع رویکرد
X <sub>۱</sub>	ترکیبی (کیفی - کمی)
X <sub>۲</sub>	کمی
X <sub>۳</sub>	ترکیبی (کیفی - کمی)
X <sub>۴</sub>	ترکیبی (کیفی - کمی)
X <sub>۵</sub>	کیفی
X <sub>۶</sub>	ترکیبی (کیفی - کمی)
X <sub>۷</sub>	ترکیبی (کیفی - کمی)
X <sub>۸</sub>	ترکیبی (کیفی - کمی)
X <sub>۹</sub>	کمی
X <sub>۱۰</sub>	کمی
X <sub>۱۱</sub>	کیفی
X <sub>۱۲</sub>	ترکیبی (کیفی - کمی)

کمی = ۳ مورد (۲۵ درصد)  
کیفی = ۲ مورد (۱۶/۷ درصد)  
ترکیبی = ۷ مورد (۵۸/۳ درصد)

## ارزیابی شیوه‌های گردآوری و تحلیل داده‌ها

با توجه به رویکرد غالب ترکیبی در روش‌شناسی مطالعات گردشگری هوشمند در ایران، در ۵ مورد (۴۱/۶ درصد) از پژوهش‌های صورت‌گرفته، مطالعه آثار پژوهشی، اسناد و مدارک، به عنوان ابزار اصلی گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار گرفته است. در ۴ مورد (۳۴/۴ درصد) نیز از پرسشنامه و در ۳ مورد (۲۵ درصد) هم روش ترکیبی (پرسشنامه و مصاحبه) به عنوان شیوه گردآوری داده‌ها بوده است (جدول ۴).

جدول (۴) ابزار گردآوری داده‌های مربوط به مقالات داخلی گردشگری هوشمند

کد مقاله	ابزار گردآوری داده‌ها
X <sub>۱</sub>	مصاحبه نیمه عمیق و پرسشنامه (روش ترکیبی)
X <sub>۲</sub>	پرسشنامه
X <sub>۳</sub>	اسنادی
X <sub>۴</sub>	مصاحبه عمیق - پرسشنامه (روش ترکیبی)
X <sub>۵</sub>	اسنادی
X <sub>۶</sub>	مصاحبه عمیق - پرسشنامه (روش ترکیبی)
X <sub>۷</sub>	پرسشنامه
X <sub>۸</sub>	اسنادی
X <sub>۹</sub>	پرسشنامه
X <sub>۱۰</sub>	پرسشنامه
X <sub>۱۱</sub>	اسنادی
X <sub>۱۲</sub>	اسنادی

پرسشنامه = ۴ مورد (۳۴/۴ درصد)  
ترکیبی = ۳ مورد (۲۵ درصد)  
اسنادی = ۵ مورد (۴۱/۶ درصد)

جدول (۵) جزییات روش تحقیق مربوط به مقالات داخلی گردشگری هوشمند

کد مقاله	جامعه آماری	روش تعیین حجم نمونه	تعداد نمونه	شیوه نمونه گیری	روایی	پایایی
X <sub>۱</sub>	کیفی: صاحب‌نظران و کارشناسان حوزه گردشگری کمی: گردشگران داخلی و خارجی شهر اصفهان (۱۰۰ هزار نفر)	کیفی: هدفمند کمی: فرمول ریاضی کوکران	۱۵ نفر مصاحبه ۳۸۴ نفر پرسشنامه	کیفی: هدفمند کمی: در دسترس	روایی صوری	ضریب آلفای کورنباخ
X <sub>۲</sub>	گردشگرهای مراجعه کننده به هتل ها و مجموعه های گردشگری استان مازندران	-	۱۲۰ نفر پرسشنامه	تصادفی ساده	روایی محتوایی	ضریب آلفای کورنباخ
X <sub>۳</sub>	پژوهش های انجام شده در حوزه تاثیر فن آوری اطلاعات بر گردشگری پایدار از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۶	غربالگری چند مرحله‌ای	۳۳ مقاله داخلی و خارجی	هدفمند	روایی صوری	شاخص کاپا
X <sub>۴</sub>	دلفی: خبرگان حوزه گردشگری و مدیریت کمی: تمامی کارشناسان شاغل در دفاتر ارائه خدمات گردشگری و هتل‌های سه ستاره شهر بیرجند	دلفی: هدفمند کمی: -	دلفی: ۲۴ کارشناس کمی: ۱۳۰ کارشناس	دلفی: هدفمند کمی: تصادفی ساده	روایی همگرا و واگرا	ضریب آلفای کورنباخ و ترکیبی
X <sub>۵</sub>	همه پژوهش های انجام شده در حوزه گردشگری هوشمند تا قبل از سال ۲۰۱۹	غربالگری چند مرحله‌ای	۴۴ مقاله داخلی و خارجی	هدفمند	بازتابندگی و اقیمیت	-
X <sub>۶</sub>	کیفی: مدیران حوزه گردشگری کمی: کارشناسان آژانس‌های مسافرتی	کیفی: اشباع نظری (گلوله برفی) کمی: -	کیفی: ۱۳ مدیر کمی: ۳۹۰ کارشناس	کیفی: گلوله برفی کمی: هدفمند	روایی همگرا، واگرا و تشخیصی	ضریب آلفای کورنباخ و ترکیبی
X <sub>۷</sub>	گردشگران داخلی و خارجی شهر اصفهان	فرمول ریاضی کوکران	۳۸۴ نفر	در دسترس	روایی همگرا، واگرا و تشخیصی	ضریب آلفای کورنباخ و ترکیبی
X <sub>۸</sub>	همه پژوهش های انجام شده در حوزه گردشگری هوشمند از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۷	غربالگری چند مرحله‌ای	۳۴ مقاله داخلی و خارجی	هدفمند	-	-
X <sub>۹</sub>	کارشناسان، جامعه میهمان (گردشگران) و جامعه میزبان	جدول کوکران	دلفی: ۲۰ کارشناس، جامعه میزبان و میهمان: ۳۸۴ نفر	تصادفی ساده	-	-
X <sub>۱۰</sub>	گردشگران شهر مشهد و مدیران شرکت-های خدمات مسافرتی و گردشگری شهر مشهد	-	۴۰۰ گردشگری+ ۱۵۰ مدیر	تصادفی ساده	روایی صوری	ضریب آلفای کورنباخ
X <sub>۱۱</sub>	-	-	-	-	-	-
X <sub>۱۲</sub>	پژوهش های انجام شده در حوزه گردشگری هوشمند از سال ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۹	غربالگری چند مرحله‌ای	۳۳ پژوهش داخلی و خارجی	هدفمند	-	شاخص کاپا
جمع-بندی	کارشناسان و گردشگران = ۷ مورد، مطالعات قبلی = ۴ مورد	کوکران = ۳ مورد، هدفمند = ۲ مورد، غربالگری چندمرحله‌ای = ۴ مورد	-	هدفمند = ۷ مورد، تصادفی = ۶ مورد، در دسترس = ۶ مورد	۸ مورد از ۱۲ مورد روایی دارد ۳ مورد آن روایی واگرا و همگرا و ۲ مورد هم روایی صوری بوده است.	۸ مورد از ۱۲ مورد پایایی دارد. ۶ مورد آن آلفای کورنباخ و ۲ مورد هم شاخص کاپا بوده است.

برابر با مطالعه صورت گرفته، جامعه آماری تحقیقات مذکور، کارشناسان و گردشگران (۵۸/۳ درصد) و مطالعات انجام شده (۳۳/۴) می‌باشد. روش تعیین حجم نمونه، در ۴ مورد غربالگری چندمرحله‌ای (۳۳/۴ درصد) و ۳ مورد فرمول ریاضی کوکران (۲۵ درصد) بوده است. در خصوص نحوه نمونه‌گیری هم ۷ مورد به صورت هدفمند (۵۸/۳ درصد) و ۶ مورد هم به صورت تصادفی در دسترس (۵۰ درصد) مشترکاً بوده است.

همچنین در ۸ مورد از ۱۲ مورد مقاله مورد مطالعه، روایی ابزار تحقیق بررسی شده است (۶۷/۷ درصد) که از این بین ۳ مورد روایی همگرا و واگرا بوده و ۲ مورد هم روایی صوری. از نظر پایایی هم از ۸ مورد مقاله‌ای که پایایی آنها سنجش شده، ۶ مورد از شریب آلفای کورنباخ استفاده شده و در ۲ مورد هم از شاخص کاپا بهره برده شده است.

جدول (۶) روش تحلیل مقالات داخلی گردشگری هوشمند

کد مقاله	آزمون آماری	مدل‌های تحلیلی	نرم‌افزار
X۱	آزمون فورنل و لاکر+ تی تک‌نمونه‌ای	معادلات ساختاری	SPSS + Smart PLS
X۲	آزمون کولموگروف اسمیرنوف+ تی تک‌نمونه‌ای	معادلات ساختاری	SPSS + لیزرل
X۳	-	فرا ترکیب + CASP	NVivo
X۴	ضریب همبستگی کندال	معادلات ساختاری	Smart PLS
X۵	-	فرا ترکیب	-
X۶	تحلیل عاملی تاییدی	تحلیل محتوایی کیفی و معادلات ساختاری	Smart PLS + مکس کیودا
X۷	آزمون تی تک‌نمونه‌ای + رتبه‌ای فریدمن	معادلات ساختاری	SPSS + Smart PLS
X۸	-	قیف پارادایم + CASP	NVivo
X۹	-	مدل چرخه حیات باتلر + مدل پرسکات آن	-
X۱۰	تحلیل واریانس	-	SPSS
X۱۱	-	تحلیل محتوایی	-
X۱۲	-	فرا ترکیب	-

از نظر آزمون آماری، آزمون تی تک‌نمونه‌ای در ۲۵ درصد از تحقیقات مورد بررسی، بیشترین استفاده را داشته است. در خصوص مدل‌ها هم، مدل معادلات ساختاری (حداقل مربعات جزئی) با ۴۱/۶ درصد بیشترین کاربرد را داشته است در رتبه بعدی مدل فرا ترکیب با ۲۵ درصد استفاده قرار گرفته است. در خصوص نرم‌افزارهای پرکاربرد در حوزه مقالات داخلی گردشگری هوشمند هم نرم‌افزار SPSS به همراه Smart PLS هر کدام با ۲۵ درصد کاربرد، بیشترین استفاده را داشته‌اند.

## بحث و نتیجه‌گیری

تحلیل گردشگری هوشمند به شیوه فراتحلیل، ابزاری ارزشمند جهت تحلیل نظام‌مند مطلوبیت مطالعات می‌باشد. چراکه فراتحلیل مطالعات صورت گرفته در زمینه گردشگری هوشمند، نقاط ضعف و قوت مقالات مزبور را نشان می‌دهد.

با توجه به یافته‌های تحقیق می‌توان گفت که در ایران مطالعه نسبتاً ناچیزی در حوزه گردشگری هوشمند شکل گرفته شده است. در واقع به رغم تلاش‌های صورت گرفته در زمینه گردشگری هوشمند در کشور، تاکنون در رابطه با فراتحلیل مقالات گردشگری هوشمند، مطالعه‌ای صورت نگرفته است؛ بنابراین از این نظر، پژوهش حاضر در نوع خود، برای نخستین بار در کشور صورت گرفته است.

از مجموع واکاوی انجام شده به شیوه اسنادی و فراتحلیل، چنین برمی‌آید که به‌رغم اهمیت روزافزون و کاملاً بارز گردشگری هوشمند به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین منابع درآمدی در کشور، ضعف مطالعاتی در این حوزه بسیار ملموس می‌باشد، به نحوی که سرآغاز مقالات گردشگری هوشمند در ایران به سال ۱۳۹۶ بازمی‌گردد که تا پایان سال ۱۳۹۹ در مجموع شامل ۱۲ مقاله علمی-پژوهشی در این حوزه به چاپ رسیده است و در این میان، نشریات خود گردشگری سهم بیشتری در پژوهش‌های انجام گرفته داشته‌اند.

مطالعه سیر تحولات تعداد مقالات نیز نشان می‌دهد که در سال ۱۳۹۹ رشد قابل توجهی در این رابطه دیده می‌شود به‌گونه‌ای که تعداد مقالات از ۳ در سال ۱۳۹۸ به ۱۲ در سال ۱۳۹۹ افزایش می‌یابد.

نتایج حاصله نشان می‌دهد که از نظر پراکنش جغرافیایی، شهر اصفهان در جایگاه نخست قرار دارند، به نظر می‌رسد که تمرکز بیشتر مطالعات در این شهر می‌تواند ناشی از اهمیت گردشگری در آن نسبت به سایر شهرهای کشور باشد. بر پایه یافته‌های پژوهش، رشته مدیریت بخصوص مدیریت بازرگانی بیشترین نقش را در زمینه گردشگری هوشمند در ایران داشته‌اند. تمام مقالات حوزه گردشگری هوشمند در ایران به صورت چندبعدی یا همان کل‌گری بوده است.

همچنین چیرگی روش ترکیبی به روش پوزیتیویسم یا اثبات‌گرایی از دیگر یافته‌های این تحقیق است که خوشبختانه در سطح جهانی هم روش‌شناسی کمی و محدودیت‌های آن در مطالعه جامع و واقع‌بینانه مسائل مورد نقد است و گرایش به سمت روش‌های کیفی و ترکیبی گسترش یافته است. روش گردآوری اکثر مقالات چاپ شده، اسنادی و ترکیبی (پرسشنامه و مصاحبه) است

همچنین تجزیه و تحلیل داده‌ها در اکثر مقالات با استفاده از آزمون تی تک‌نمونه‌ای، مدل معادلات ساختاری (حداقل مربعات جزئی) و مدل فراترکیب است. در خصوص نرم‌افزارهای پرکاربرد در حوزه مقالات داخلی گردشگری هوشمند هم نرم‌افزار SPSS به همراه Smart PLS، بیشترین استفاده را داشته‌اند در جدول ۷ به خلاصه‌ای از نتایج بدست آمده از تحلیل مقالات داخلی گردشگری هوشمند اشاره شده است.

#### جدول (۷) خلاصه‌ای از نتایج بدست آمده از تحلیل مقالات داخلی گردشگری هوشمند

اطلاعات اولیه مقالات داخلی گردشگری هوشمند	سراغاز مقالات گردشگری هوشمند در ایران به سال ۱۳۹۶ بازمی‌گردد که تا پایان سال ۱۳۹۹ در مجموع شامل ۱۲ مقاله بوده است.
حوزه‌های تخصصی مطالعات داخلی گردشگری هوشمند	- تعداد مقالات از ۳ مقاله در سال ۱۳۹۸ به ۱۲ مقاله در سال ۱۳۹۹ افزایش یافته است.
رویکردهای روش‌شناسی مقالات داخلی گردشگری هوشمند	از نظر پراکنش جغرافیایی، شهر اصفهان در جایگاه نخست قرار دارد. - رشته مدیریت بخصوص مدیریت بازرگانی بیشترین نقش را در زمینه گردشگری هوشمند در ایران داشته است. - رویکرد پوزیتیویسم یا اثبات‌گرایی غالب بوده است
ابزار گردآوری داده‌های مربوط به مقالات داخلی گردشگری هوشمند	روش گردآوری اکثر مقالات چاپ شده، اسنادی و ترکیبی (پرسشنامه و مصاحبه) بوده است.
جزئیات روش تحقیق مربوط به مقالات داخلی گردشگری هوشمند	تجزیه و تحلیل داده‌ها در اکثر مقالات با استفاده از آزمون تی تک نمونه‌ای، مدل معادلات ساختاری (حداقل مربعات جزئی) و مدل فراترکیب بوده است
روش تحلیل مقالات داخلی گردشگری هوشمند	در خصوص تحلیل داده‌ها بیشتر از نرم‌افزارهای SPSS و Smart PLS استفاده شده است.

## منابع

- دشت‌لعلی، زهرا؛ علیقی، منصوره و نوربخش، کامران (۱۳۹۹)، ارائه الگوی کاربردی گردشگری هوشمند در مناطق شهری (مطالعه موردی: شهر اصفهان)، گردشگری شهری، سال ۷، شماره ۲، صص ۱۲۷-۱۴۱.
- شریفی، آریتا و معماری، مهستی (۱۳۹۹)، بررسی تاثیر تحول دیجیتال و شهر هوشمند در تحقق گردشگری هوشمند، پژوهش‌های گردشگری و توسعه پایدار، سال ۳، شماره ۱۲، صص ۸۵-۹۵.
- ضیائی، محمود؛ دلشاد، علی؛ تقوی‌فرد، محمدتقی؛ تاجزاده، ابولفضل، (۱۳۹۹)، چارچوب مفهومی هوشمندی مقصدهای گردشگری شهری با رویکرد فراترکیب، گردشگری و توسعه، سال ۹، شماره ۱، صص ۱۸۸-۲۱۳.
- زنگوئی، فرنوش؛ محمدوندی‌آذر، زهرا و صالحی، جمشید، (۱۳۹۹)، شناسایی مؤلفه‌های هوشمندسازی صنعت گردشگری در ایران، مدیریت کسب و کار هوشمند، سال ۸، شماره ۳۲، صص ۲۳۹-۲۷۲.
- دشت‌لعلی، زهرا؛ علیقی، منصوره و نوربخش، کامران، (۱۳۹۹)، بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری به منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند (با استفاده از رویکرد فراترکیب)، مدیریت کسب و کار، شماره ۴۸، صص ۱۹۶-۲۱۲.
- شفیعی، ساناز؛ رجبزاده، علی؛ حسنزاده، علیرضا و جهانیان، سعید (۱۳۹۶)، مقاصد گردشگری هوشمند: مرور سیستماتیک تحقیقات با استفاده از رویکرد کیف پارادایم، تحقیقات بازاریابی نوین، سال ۷، شماره ۲۷، صص ۹۵-۱۱۶.
- مولایی، فهیمه؛ زینب، کرکه‌آبادی و کامیابی، سعید، (۱۳۹۹)، نیازسنجی ایجاد دهکده گردشگری هوشمند در شهر بندر انزلی، گردشگری شهری، سال ۷، شماره ۴، صص ۴۹-۶۰.
- صالحی کجور، عظیم؛ رضوی، محمدحسین؛ امیرنژاد، سعید؛ محمدی، نصرالله و تقی پوران، محمدجواد (۱۳۹۹)، واکاوی عوامل موثر بر گردشگری هوشمند در صنعت ورزش مبتنی بر تکنیک فراترکیب، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۹، شماره ۳، صص ۱۰۱-۱۱۹.
- کوکبی، لیلا و برمایه‌رو، بهنود (۱۳۹۹)، هم‌آفرینی فضای گردشگری هوشمند از طریق تعاملات اجتماعی ارائه مدل مفهومی سایبرپارک، گردشگری شهری، سال ۷، شماره ۱، صص ۵۱-۶۷.
- قربانی، امیر؛ دانایی، ابولفضل؛ زرگر، محمد و همتیان، هادی (۱۳۹۸)، پست مدرنیسم و طراحی مدل سازمان هوشمند مدیریت گردشگری (مورد مطالعه: دفتر ارائه خدمات گردشگری و هتل‌های سه ستاره شهر بیرجند)، برنامه ریزی و توسعه گردشگری، سال ۸، شماره ۲۸، صص ۵۰-۶۹.
- نادعلی، سوسن و سفیدچیان، سلمان، (۱۳۹۷)، توان سنجی گردشگری هوشمند با تأکید بر ضرورت‌ها و الزامات زیر ساختی (مطالعه موردی کلان شهر مشهد)، فضای گردشگری، سال ۷، شماره ۲۸، صص ۱۲۵-۱۳۹.
- شفیعی، ساناز؛ رجبزاده، علی؛ حسنزاده، علیرضا و جهانیان، سعید (۱۳۹۹)، مقاصد گردشگری هوشمند: مرور سیستماتیک تحقیقات با استفاده از رویکرد کیف پارادایم، مدیریت گردشگری، سال ۱۵، شماره ۴۹، صص ۳۳-۶۲.
- ناطق پور، محمدجواد و فیروزآبادی، سیداحمد (۱۳۸۵)، شکل‌گیری سرمایه اجتماعی و فراتحلیل عوامل موثر بر آن، نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۸، صص ۱۶۰-۱۹۰.
- اجزاء شکوهی، محمد، شاکرمی، نعمت و منصورزاده، علی محمد (۱۳۹۷)، برنامه ریزی راهبردی گردشگری کردستان بر پایه هویت رقابت پذیری منطقه‌ای با استفاده از تکنیک Meta-SWOT، فصلنامه مطالعات شهری، شماره ۲۶، صص ۳۰-۱۷.

- Delawar, Ali. (2012) [Theoretical and practical bases for research in the humanities and social sciences], Rush Publishing, Ninth edition, Tehran.
- Nasrollahi, S. N, Mokhtari, H. and Sidin, M. (2012) .[ Metaanalysis: An Approach to the Integration and Evaluation of Information Science and Knowledge Research] Journal of Information Processing and Management, Vol. 29, No. 2, 316-293.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015a). Smart tourism: foundations and developments. Electronic Markets, 25(3), 179-188.
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., & Lamsfus, C. (2015b). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. Computers in Human Behavior, 50, 558-563.
- Klichowski, Michal et al. (2015) CyberParks as a New Context for Smart Education: heoretical Background, American Journal of Educational Research, Vol. 3, No.12, pp.1-10.