

ارائه مدلی برای توسعه گردشگری شهری با توجه به پدیده‌های نوظهور فناورانه
(مطالعه موردی: شهر اصفهان)

فواد شیرانی (دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، نویسنده مسئول)

foadshirani.foadshirani@gmail.com

نادر نادری (دانشیار گروه کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه)

n.naderi@razi.ac.ir

یوسف محمدی‌فر (دانشیار گروه کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه)

yosefmohamadifar@gmail.com

میثم خدادوستی (دانشجوی دکتری مدیریت کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه)

meisam2307@yahoo.com

چکیده

علی‌رغم حجم و سرعت بالای پدیده‌های نوظهور فناورانه و همچنین اهمیت و تأثیر آن‌ها، پژوهش‌های محدودی به بررسی تأثیر این پدیده‌ها بر توسعه گردشگری در شهر اصفهان پرداخته‌اند. بنابراین، این مقاله به ارائه یک مدل محلی برای توسعه گردشگری شهری در اصفهان با توجه به پدیده‌های نوظهور فناورانه می‌پردازد. این تحقیق از نظر هدف کاربردی و از نظر روش جمع‌آوری داده‌ها در دسته تحقیقات توصیفی-پیمایشی قرار دارد و هر دو استراتژی استقرایی و مقایسه‌ای در بخش‌های کیفی و کمی به کار گرفته شده است. بنابراین، در بخش کیفی، با استفاده از نمونه‌گیری نظری و روش گلوله برفی، مصاحبه‌های نیمه ساختارمند با ۱۰ کارشناس مرتبط با موضوع صورت گرفت تا به دست آوردن اشیاع نظری انجام شود. جامعه آماری بخش کمی نیز شامل حدود ۱۰۰ مدیر و کارشناس مرتبط با این حوزه تخمین زده شد. با استفاده از جدول مورگان، ۸۰ نفر از مدیران و کارشناسان گردشگری در اصفهان برای تکمیل پرسشنامه انتخاب شدند. برای جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل داده‌ها، از ابزارهای مصاحبه و پرسشنامه استفاده شد و نرم‌افزارهای SPSS23 و AMOS برای بررسی هدف پژوهش به کار رفتند. به طور خلاصه، نتایج تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهند که در زمینه پدیده‌های نوظهور فناورانه، عوامل مختلفی مانند عوامل مدیریتی، ساختاری و مالی به طور مستقل یا ترکیبی و در هم تنیده بر توسعه گردشگری شهری در اصفهان اثر می‌گذارند. در پایان، توصیه‌هایی ارائه شده است که شامل ضرورت تسریع در سیاست‌گذاری مناسب توسط دولت برای ارکان اصلی زیرساخت زیست‌بوم گردشگری با توجه به اثرات ژرف فعالیت‌های نوآورانه فناورانه می‌شود.

واژگان کلیدی: توسعه، گردشگری، اصفهان نوظهور، فناورانه، گردشگری شهری

با گسترش پدیده شهرنشینی، به همراه افزایش درآمدهای عمومی و تغییرات در سبک زندگی مردم، انگیزه برای سفر و اهمیت اوقات فراغت به عنوان یک نیاز روحانی اساسی تبدیل شده است. این پدیده به وجود آوردن گردشگری جهانی را آغاز کرده است (گیلویک و همکاران^۱، ۲۰۲۰). گردشگری را می‌توان به عنوان یکی از فعالیت‌های مهم انسان معاصر دانست که با تغییرات شگرفی در زندگی انسان، وضعیت‌های سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و روش زندگی را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این مفهوم همچنین نقش بسزایی در تبادل فرهنگی و آشنایی با ملل دیگر از ابعاد طبیعی و فرهنگی دارد. توسعه فعالیت‌های گردشگری بر پایه اکوتوریسم، از یک سو فرصت‌های شغلی و درآمدی را به جوامع محلی و ساکنان آنها می‌آورد و به رشد و توسعه اقتصادی محلی کمک می‌کند (گرلی و همکاران، ۲۰۲۱). برای توسعه موفق گردشگری شهری و بهره‌مندی از عواید اقتصادی و فرهنگی آن، لازم است که ابتدا شرایط فعلی شهر شناسایی و موقعیت استراتژیک آن مشخص گردد. بدون ارزیابی دقیق از عوامل مؤثر بر توسعه یا عدم توسعه یک شهر، هر برنامه‌ریزی و اقدامی ممکن است بی‌اثر باشد (گانون و همکاران^۳، ۲۰۲۱). شهر اصفهان، یکی از بزرگ‌ترین و مهم‌ترین شهرهای ایران، به دلیل داشتن تاریخچه‌ای غنی، فرهنگ بی‌نظیر و معماری خیره‌کننده، یکی از مقاصد ویژه گردشگری در ایران و آسیا است. این شهر با آثار تاریخی فراوان، باغ‌های ایرانی زیبا و پل‌های تاریخی که بر روی رودخانه زاینده‌رود قرار دارند، هر ساله میزبان میلیون‌ها گردشگر از سراسر جهان می‌باشد. اصفهان با لقب "نصف جهان"، بازتاب‌دهنده تنوع فرهنگی و هنری ایران است و به همین دلیل جایگاه ویژه‌ای در بخش گردشگری دارد. امروزه، اهمیت گردشگری و لزوم بررسی و تحقیق درباره آن، به ویژه با توجه به نقش مهم اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی آن، قابل انکار است. در چند سال آینده، بخش گردشگری به عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل درآمدزایی در جهان قرار خواهد گرفت و بزرگترین بخش تجارت بین‌المللی را خواهد ساخت (رسلو و همکاران^۴، ۲۰۲۲). یکی از مسائل مهم در زمینه گردشگری، توسعه آن است. به طور کلی، گردشگری به عنوان یک فعالیت چند جانبه، دارای کارکردها و اثرات مثبت متعددی مانند اشتغال‌زایی، کسب درآمد، جذب ارز و تقویت زیرساخت‌ها است (تین و همکاران^۵، ۲۰۲۲). توسعه گردشگری، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، می‌تواند عامل مؤثری در مقابله با فقر باشد و باعث افزایش درآمد اقشار مختلف، کاهش بیکاری، رونق اقتصادی و بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی گردد. بنابراین، توسعه گردشگری یکی از پدیده‌های مهم اقتصادی و اجتماعی دنیای نوظهور است (لیو و همکاران^۶، ۲۰۲۲).

1 Gillovic & et al
 2 Grilli & et al
 3 Gannon & et al
 4 Rasulov & et al
 5 Tien & et al
 6 Liu & et al.

امروزه، گردشگری به عنوان بزرگترین و متنوع‌ترین خدمات در دنیا درآمده و بسیاری از کشورها این صنعت نوپا را به عنوان منبع اصلی درآمد، اشتغال‌زایی، رشد بخش خصوصی و توسعه زیرساخت‌ها تلقی می‌کنند (وانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۰). گردشگری امروزه یکی از پویاترین فعالیت‌های اقتصادی عصر حاضر است که نقش مهمی در توسعه پایدار ایفا می‌کند. این صنعت از طریق ترکیب و به‌کارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست‌محیطی و فرهنگی زیادی را به دنبال دارد. در بسیاری از کشورها، گردشگری به عنوان نیروی اصلی پیشبرد و رشد اقتصادی محسوب می‌شود و با فراهم آوردن فرصت‌های راهبردی، به اقتصاد محلی تنوع می‌بخشد، اشتغال‌زایی می‌کند، درآمد ایجاد می‌کند و باعث افزایش ارزش منابع وارداتی به محیطی محلی می‌شود. از این رو، توسعه گردشگری اولین گزینه در امر توسعه هر منطقه است (تانگ و همکاران^۲، ۲۰۲۲). در سیستم اقتصاد جهانی امروز، گردشگری به عنوان یکی از پر اهمیت‌ترین عوامل توسعه اقتصادی و اجتماعی کشورها شناخته می‌شود، به طوری که اقتصاددانان آن را به عنوان "صادرات نامرئی" توصیف کرده‌اند. این بخش برای کشورهای در حال توسعه که با چالش‌های فراوان اقتصادی و اجتماعی مواجه هستند، فرصت‌های بسیاری فراهم می‌آورد. با بهره‌گیری از این فرصت‌ها، برنامه‌ریزان می‌توانند به کاهش نابرابری‌ها، افزایش درآمدها، ایجاد فرصت‌های شغلی و تعادل در سطح اقتصادی مناطق مختلف کشور دست یابند (نوی و همکاران^۳، ۲۰۲۱). گردشگری به عنوان یکی از پدیده‌آوردنده‌های درآمد، کار و اشتغال، به عنوان منبع اصلی درآمد برای مردم استان‌ها و نواحی است که مناظر طبیعی، آب و هوا و جاذبه‌هایی دارند که به تنهایی فاقد ارزش اقتصادی هستند یا بالفعل اقتصادی ندارند، اما از طریق توسعه گردشگری به اقتصادی می‌پیوندند. گردشگری ضامن توسعه اقتصادی پایدار و ایجاد اشتغال است. این صنعت با درآمد سالانه چند صد میلیارد دلاری در جهان، جزء زیربخش‌هایی است که با صنایعی نظیر نفت، خودروسازی و... رقابت می‌کند. کشورهای دارای جاذبه‌های گردشگری، با جلوه‌های طبیعی، فرهنگ تمدن کهن، آثار باستانی و مذهبی، استعداد و توانایی بسیاری در جذب جهانگردان دارند، که با سرمایه‌گذاری مناسب در بخش‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری این صنعت و حفظ جایگاه امنیتی خود در جهان، می‌توانند سالانه میلیاردها دلار از این صنعت حافظ محیط زیست کسب کنند (استورس^۴، ۲۰۲۲). یکی از سیاست‌های مهم در گردشگری، سیاست توسعه گردشگری است. سیاست توسعه پایدار گردشگری، یک رویکرد عمومی است که از طریق دولت‌ها مورد توجه قرار گرفته است، تا گردشگری از لحاظ بوم‌شناسی در طولانی‌مدت قابل قبول و از لحاظ مالی خودکفا و از نظر دیدگاه‌های اجتماعی و اخلاقی برای جوامع محلی مفید و نویدبخش باشد. بنابراین، گردشگری باید بخشی از محیط طبیعی، فرهنگی و انسانی باشد تا تعادل بین آن‌ها را حفظ کند (لی و همکاران^۵، ۲۰۲۰). به عبارت دیگر، توسعه گردشگری یک وسیله مهم برای تحقق توسعه اقتصادی، اجتماعی و صلح است. این صنعت، به ویژه در کشورهای کمتر توسعه یافته، نقش بسزایی در

1 Wang & et al

2 Tang & et al

3 Novy & et al

4 Stors.

5 Li & et al

مقابله با فقر دارد و باعث افزایش درآمد قشرهای مختلف، کاهش بیکاری، ایجاد رونق اقتصادی و در نتیجه، بهبود کیفیت زندگی مردم و افزایش رفاه اجتماعی می‌شود (سگوتا و همکاران^۱، ۲۰۱۹). برای دستیابی به توسعه در بخش گردشگری، عواملی همچون ساختار مناسب سازمانی، برنامه‌ریزی و آموزش نیروی انسانی، قوانین و مقررات گردشگری، و جذب سرمایه ضروری است. مدیریت توانا و منسجم و هماهنگی مؤثر بین بخش‌های دولتی و خصوصی نیز از اهمیت بالایی برخوردار است (استورس^۲، ۲۰۲۲).

فناوری همواره در طول تاریخ به دگرگونی زندگی بشر کمک کرده است، از اختراع چرخ و استخراج فلزات از سنگ‌های معدنی تا باروت که جنگ‌های سرد را به جنگ‌های گرم تبدیل کرد، و از تحولاتی که اشعه ایکس در پزشکی به وجود آورد تا تلفن و اینترنت در دهه‌های اخیر. فناوری معادل فارسی عبارت "تکنولوژی" است، که از دو لغت یونانی "فن" یا هنر و "دانش" تشکیل شده است. دایره‌المعارف آنلاین ویکیپدیا، تکنولوژی را به عنوان دانش و کاربرد ابزار، فنون و پیشه‌ها یا سیستم‌ها و روش‌های سازمانی یا تولید مواد و محصولات تعریف می‌کند (آکیموا و همکاران^۳، ۲۰۲۰). فناوری به توانایی اجرای تغییر شکل بهینه اطلاق می‌شود که شامل توانایی اجرا، شایستگی تکمیل و به کارگیری فناوری است. فناوری مواد، انرژی و اطلاعات را از یک حالت به حالتی دارای ارزش افزوده تغییر می‌دهد. در سازمان‌ها، بر روی یادگیری و تجربه کردن فناوری تأکید دارد و مدیریت، به شیوه‌ای مشتاقانه، موقعیت آینده فناوری و راه‌های دستیابی به آن را تبیین می‌کند (جیو و همکاران^۴، ۲۰۱۹). فناوری به عنوان موتور رشد معرفی می‌شود. تحقیقات جدید نشان می‌دهد که مفهوم فناوری با استفاده از عبارات متنوعی توصیف می‌شود. به طور کلی، فناوری یک مجموعه از دانش، ابزار و فنون است که ناشی از علم و تجربیات عملی است و برای توسعه، طراحی، تولید و به کارگیری محصولات، فرآیندها، سیستم‌ها و خدمات به کار می‌رود (ویدون و همکاران^۵، ۲۰۱۹). اهمیت اینترنت و شکل‌گیری رسانه‌های اجتماعی آنلاین نیز به عنوان زیرساختی مناسب، تاثیر بالایی در سیاست توسعه گردشگری داشته‌اند (محمدی فر و خسروی، ۱۴۰۲). فناوری اطلاعات روشهای عمل را در تمامی سازمان‌ها و به ویژه در بخش گردشگری متحول ساخته است. براساس تعریف فناوری اطلاعات، این مکانیزم‌های توانمندسازی اطلاعات را درون یک سازمان و بین سازمان‌ها تسهیل می‌کند، که شامل اطلاعاتی است که سازمان‌ها تولید، استفاده و یا ذخیره می‌کنند. این پدیده باعث می‌شود که سازمان‌ها بتوانند فعالیت‌های درونی و بین سازمانی خود را در سطح منطقه‌ای و یا جهانی با قدرت بیشتری هماهنگ کنند. فناوری اطلاعات و صنعت توریسم را می‌توان دو عاملی دانست که در تشکیل و ایجاد دهکده‌ی جهانی بیشترین تأثیر را ایفا کرده‌اند و این دو عامل از این جهت ارتباط جدایی‌ناپذیری با یکدیگر دارند. بازاریابی، ایجاد کانال‌های توزیع و همکاری و هماهنگی‌های میان‌سازمانی، از بیشترین کاربردهای فناوری اطلاعات در بخش گردشگری بوده است. فناوری اطلاعات در سال‌های اخیر تأثیرات

1 Šegota & et al

2 Stors.

3 Akimova & et al

4 Ghio & et al

5 Wheadon & et al

دوسویه‌ای بر بخش گردشگری داشته است (جیو و همکاران، ۲۰۱۹). هوش مصنوعی به عنوان یک پدیده نوظهور می‌تواند بر عملکرد گردشگری تاثیرگذار باشد. به عبارت دیگر هوش مصنوعی در ابتدا به عنوان مطالعه و طراحی عوامل هوشمند تعریف می‌شود که محیط خود را درک می‌کنند و اقداماتی را انجام می‌دهند که شانس موفقیت آنها را به حداکثر می‌رساند و همانطور که این فناوری در حال توسعه است، اکنون هدف آن شناسایی خودکار الگوهای پیچیده پنهان در پشت داده‌ها و اتخاذ تصمیمات هوشمندانه براساس الگوهای داده‌های شناسایی شده است (گودل و همکاران^۱، ۲۰۲۱). مدیران باور دارند که استفاده از هوش مصنوعی و فناوری‌های مرتبط می‌تواند برای شرکت‌هایشان ارزش ایجاد کند. در سال‌های اخیر، متخصصان در حوزه گردشگری به طور فزاینده‌ای از هوش مصنوعی برای توسعه صنعت گردشگری استفاده می‌کنند. با این حال، پیامدهای بالقوه استفاده از هوش مصنوعی باید به دقت ارزیابی شوند. با توجه به اهمیت گردشگری در اقتصاد هر کشور و هر جامعه، هدف پژوهش حاضر ارائه یک مدل جهت توسعه گردشگری در شهر اصفهان با استفاده از پدیده‌های نوظهور فناورانه است. جدول ۱ خلاصه‌ای از پیشینه‌های مرتبط با این مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول ۱- خلاصه‌ای از پیشینه‌های مرتبط با این مطالعه

نام نویسنده	سال	عنوان مقاله	نتایج
گرچی کرسامی و همکاران	۱۴۰۱	نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه صنعت گردشگری: مطالعه موردی گردشگری مجازی	سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی باعث توسعه صنعت گردشگری می‌شود.
نادعلی و سفیدچیان	۱۳۹۷	توان سنتجی گردشگری هوشمند: مطالعه موردی شهر مشهد	بستر اولیه برای گردشگری هوشمند در مشهد وجود دارد و نیاز به تاکید بر سرعت تبادل اطلاعات و مشتری‌محوری است.
کروبی	۱۴۰۱	الگوی مدیریت ازدحام گردشگران در مقصدهای ساحلی مازندران: بررسی گردشگری هوشمند	مدیریت ازدحام گردشگری شامل سه بعد عرضه، تقاضا و ساختاری/مدیریتی است که هر یک دارای شش شاخص هستند.
رضایی	۱۴۰۲	برنامه‌ریزی راهبردی و سیاستگذاری توسعه گردشگری شهری: مطالعه موردی شهر تاریخی یزد	یزد دارای ۲۸ قابلیت و ۲۶ محدودیت در برنامه‌ریزی راهبردی توسعه گردشگری است؛ نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها مشخص شده‌اند.
دژپسند و مرادی	۱۴۰۲	راهکارهای توسعه گردشگری خلاق در شهرهای مرزی: مطالعه موردی معماری و شهرسازی	راهکارهای توسعه گردشگری خلاق با محوریت معماری و شهرسازی برای شهرهای مرزی مشروط به زیرساخت‌های مناسب است.
وارثی و همکاران	۱۴۰۲	تاثیر عوامل هویت شهر بر توسعه گردشگری: مطالعه موردی شهر شیراز	۱۳ عامل هویت شهری موثر بر توسعه گردشگری شیراز شناسایی شدند؛ آثار تاریخی و مشاهیر بیشترین تأثیر را دارند.

1 Goodell & et al

نام نویسنده	سال	عنوان مقاله	نتایج
ژنگ ^۱ و همکاران	۲۰۲۱	تاثیر توسعه گردشگری بر آلودگی هوای شهری در چین: نقش تعدیل‌کننده زیرساخت‌های گردشگری	توسعه گردشگری بر آلودگی هوای شهری در چین تأثیر دارد؛ راه‌آهن پرسرعت و منابع گردشگری نقش تعدیل‌کننده دارند.
گراه ^۲ و همکاران	۲۰۲۰	مدیریت توسعه گردشگری شهری پایدار: مطالعه موردی لیوبلیانا	لیوبلیانا نیاز به تأکید بیشتری بر پایداری اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی در توسعه گردشگری شهری پایدار دارد.
شفیعی و همکاران	۲۰۲۳	توسعه مقاصد گردشگری پایدار از طریق فناوری‌های هوشمند: یک رویکرد پویایی سیستم‌ها	توسعه مقاصد پایدار از طریق فناوری‌های هوشمند نیازمند شناسایی سیاست‌های مؤثر پیش از سرمایه‌گذاری است.
کواله‌ریو و همکاران ^۳	۲۰۲۳	به سوی مدل توسعه مقصد گردشگری هوشمند: ترویج ارزش‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و سیاسی برای توسعه مقصد گردشگری هوشمند ضروری است.	توسعه زیرساخت‌های زیست‌محیطی، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی و سیاسی برای توسعه مقصد گردشگری هوشمند ضروری است.

مطالعات پیشین معمولاً به صورت کلی برای مناطق گوناگون یا شهرهای مختلف انجام می‌شوند و تأثیر فناوری‌های نوظهور در صنعت گردشگری را به طور عمومی مورد بررسی قرار می‌دهند. این مطالعات عمدتاً به تشریح مشکلات و ارائه راه‌حل‌های کلی محدود می‌شوند و بیشتر بر اساس تجربیات و بدون بهره‌گیری از داده‌های واقعی انجام می‌پذیرند. در این مقابل، مطالعه حاضر به طور خاص بر روی شهر اصفهان، یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری و فرهنگی ایران، تمرکز دارد و اثرات فناوری‌های نوظهور بر توسعه گردشگری شهری در اصفهان را مورد بررسی قرار می‌دهد. این تحقیق با استفاده از داده‌های واقعی و ابزارهای پیشرفته، به نتایج دقیق‌تری می‌رسد و پیشنهادها را بر اساس شواهد قوی‌تری ارائه می‌دهد.

۲- روش‌شناسی پژوهش

روش تحقیق ترکیبی در این پژوهش به صورت سیستماتیک از روش‌های کمی و کیفی استفاده می‌کند تا یک تصویر کامل و فهم عمیق از پدیده توسعه گردشگری شهری اصفهان با استفاده از فناوری‌های نوظهور را به دست آورد. در این روش، ابتدا با استفاده از مصاحبه و تحلیل مضمون به تجزیه و تحلیل کیفی و کدگذاری مولفه‌ها و شاخص‌های تأثیرگذار بر توسعه گردشگری شهری پرداخته شده است. سپس، با استفاده از نمونه‌گیری باز و ارتباطی، مدیرانی که دارای دیدگاه‌های مفید برای تحقیق بودند، به عنوان مشارکت‌کنندگان انتخاب شدند و اطلاعات مورد نیاز

1 Zeng & et al

2 Grah & et al

3 Cavalheiro & et al

جهت حاشیه‌نشانی به دست آمد. در مرحله بعدی، با استفاده از روش کمی، مدلی برای توسعه گردشگری شهری ارائه شده است که بر اساس نتایج کیفی بهبود یافته است. این مدل با استفاده از تحلیل داده‌ها و استنباط‌های ارائه شده، به منظور جمع‌آوری داده‌های کیفی و کمی، به هدف‌های بزرگ‌تری که شامل گسترده‌نمودن و عمق بخشیدن به فهم و همکاری بین محققان می‌پردازد. در نتیجه، روش تحقیق ترکیبی در این مطالعه به طور موثری از دو رویکرد کمی و کیفی برای بررسی تأثیر فناوری‌های نوظهور بر توسعه گردشگری شهری اصفهان استفاده کرده و نتایج دقیق و قابل اعتمادی را ارائه داده است.

پژوهش مورد نظر از روش تحقیق آمیخته‌ای استفاده می‌کند که در آن در مرحله نخست از روش تحلیل مضمون (کیفی) برای ساخت مدل استفاده شده و در مرحله دوم از روش‌های پیمایشی و کمی برای نهایی سازی مدل استفاده می‌شود. جامعه آماری در بخش کیفی شامل ۱۰ نفر از مدیران و کارشناسان گردشگری در اصفهان است که با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب شده‌اند. این نمونه‌گیری تا زمانی ادامه داشته که دیگر اطلاعات جدیدی تولید نشود و اشباع نظری به دست آید. در بخش کمی، جامعه آماری شامل ۱۰۰ نفر از مدیران و کارشناسان گردشگری در اصفهان در نظر گرفته شده است. برای تعیین حجم نمونه در این بخش، از جدول مورگان با استفاده از روش تعیین حجم نمونه، تعداد ۸۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شده است تا پرسشنامه‌ها تکمیل شوند. با این توضیحات، روش نمونه‌گیری در بخش مصاحبه به صورت هدفمند و در بخش کمی به صورت تصادفی انجام می‌شود. این انتخاب‌ها به منظور به دست آوردن نتایج قابل اعتماد و قابل تعمیم برای توسعه گردشگری شهری اصفهان با استفاده از روش تحقیق آمیخته مناسب است.

در این تحقیق، برای جمع‌آوری اطلاعات، از روش‌های کتابخانه‌ای و میدانی استفاده شده است. در مرحله اول، با مطالعه اسناد، قوانین، کتب، مقالات، رساله‌ها، و پایگاه‌های اطلاعاتی، مفاهیم مورد نیاز استخراج شدند. در مرحله دوم، از مصاحبه‌های نیمه‌ساخت‌یافته با سؤالات باز و پرسشنامه‌ها با گستره لیکرت استفاده شد. این نوع مصاحبه‌ها به دلیل ایجاد فضای مناسب و نزدیک برای مشارکت‌کنندگان، مناسب هستند. همچنین، با استفاده از پرسشنامه‌ها، اطلاعات از جامعه آماری مورد مطالعه جمع‌آوری شدند و پس از نمره‌دهی به پاسخ‌ها، داده‌ها تحلیل شدند.

برای تجزیه و تحلیل بخش کیفی، از تکنیک‌های تحلیل مفاهیم برای کدگذاری و تحلیل محتوای متن در سطوح مختلف استفاده شد. در بخش کمی، از آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. آمار توصیفی برای توصیف و طبقه‌بندی داده‌ها و نمایش ترسیمی و محاسبه مقادیری مانند نما، میانگین، و میانه استفاده می‌شود تا ویژگی‌های گروه مورد بررسی را نمایش دهد. در آمار استنباطی، پژوهشگر با استفاده از نمونه‌ها، آمارها را محاسبه کرده و با استفاده از آزمون‌های آماری، اطلاعات را به پارامترهای جامعه تعمیم می‌دهد. در مرحله نهایی، برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها، از روش‌های آمار استنباطی استفاده شد. این تحلیل‌ها شامل استفاده از معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای AMOS و SPSS23 برای مدل‌سازی پژوهش است.

۳- یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، هدف اصلی توسعه یک مدل برای گردشگری شهری اصفهان با توجه به پدیده‌های نوظهور فناورانه بوده است. برای بررسی این هدف، از مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته استفاده شده که در طول آن پرسش‌های مختلفی از شرکت‌کنندگان مطرح شد. نتایج این پژوهش به صورت سطر به سطر مورد بررسی قرار گرفته، مفاهیم پردازی و مقوله‌بندی شده و بر اساس مشابَهت‌ها، ارتباطات مفهومی و ویژگی‌های مشترک بین کدها، مفاهیم و مقولات (طبقه‌های مفاهیم) مشخص شدند.

در این تحقیق، داده‌ها با دقت بسیار بالا مورد بررسی قرار گرفته و مقوله‌های اصلی و فرعی آنها شناسایی شدند. ابعاد و ویژگی‌های آنها تعیین و الگوهای مختلف آنها مورد بررسی قرار گرفت. پاسخ‌های شرکت‌کنندگان به واحدهای کوچکتری تجزیه و در یک فرایند مکرر با یکدیگر مقایسه شدند و مفاهیم مورد نیاز به وجود آمدند. در جریان تجزیه و تحلیل دقیق داده‌ها، مفاهیم به طور مستقیم از رونوشت‌های مصاحبه با شرکت‌کنندگان یا با توجه به اجزا مشترک آنها ایجاد شدند. رونوشت‌های مصاحبه برای شناسایی تم‌های اصلی و فرعی به طور منظم مورد بررسی قرار گرفته و پاسخ‌های ارائه شده توسط شرکت‌کنندگان به واحدهای کوچکتر تجزیه شدند. این کار پس از بررسی متن مصاحبه در سطح جمله یا پاراگراف صورت گرفت و سپس مفاهیم در چارچوب مقوله‌های بزرگ‌تر و دسته‌های مفهومی بزرگتری طبقه‌بندی شدند.

جدول ۲- کدگذاری باز، محوری و نظری توسعه گردشگری شهری اصفهان با توجه به پدیده‌های نوظهور فناورانه

هدف	مضمون اصلی	مضمون فرعی
توسعه گردشگری شهری اصفهان با توجه به پدیده‌های نوظهور فناورانه	عوامل مدیریتی	امنیت و آرامش معرفی جاذبه‌های گردشگری روش مدیریت شهر بهبود میزان و کیفیت دسترسی توانایی علمی برای توسعه گردشگری شناسایی و مستدسازی جاذبه‌های گردشگری بکارگیری نیروی متخصص و باتجربه جهت خدمات رسانی استفاده از نوآوری‌ها و روش‌های فناور جهت توسعه گردشگری
	عوامل زیر ساختی	زیرساخت کالبدی: وجود امکانات رفاهی کیفیت زیرساخت‌ها و خدمات شهری کیفیت خدمات ارائه شده زیرساخت اجتماعی: ایجاد حس اعتماد اجتماعی

هدف	مضمون اصلی	مضمون فرعی
		ساماندهی مبلمان شهری در فضاهای گردشگری ساماندهی شبکه معابر و سهولت دسترسی نظافت عمومی محوطه های گردشگری زیرساخت اقتصادی: توسعه و تجهیز مراکز خرید
	عوامل فناورانه	پیاده سازی سرویس های اطلاعات هوشمند گردشگری به دست آوردن اطلاعات گردشگری هوشمند سیستم خدمات اینترنتی کاربر نهایی امکان جستجوی هوشمند استفاده از ابزارهای دیجیتالی جهت تبلیغات
	عوامل مالی	تشویق بخش خصوصی جهت سرمایه گذاری در بخش گردشگری کارآفرینی متناسبی با توانمندی های گردشگری توسعه فرصت های شغلی بهبود درآمد و رفاه مردم جذب سرمایه گذار داخلی و خارجی

در این مرحله، با بررسی محتوای مصاحبه‌ها و ماهیت آن‌ها، زمینه ظهور ابعاد مشترک مفاهیم در تم‌های اصلی مشخص شد. براساس نتایج حاصل از مصاحبه با ۱۰ نفر از خبرگان، می‌توان گفت که در مدل توسعه گردشگری شهری اصفهان با توجه به پدیده‌های نوظهور فناورانه، ۲۶ عامل موجود است. این یافته‌های توصیفی شامل آماره‌های توصیفی هستند که در ادامه، هر یک از این شاخص‌ها برای تک‌تک متغیرهای مورد مطالعه بررسی شدند.

جدول ۳- آماره های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
عوامل مدیریتی	۲/۹۱۷	۰/۹۳۵	-۰/۲۲۱	-۰/۶۶۶
عوامل زیر ساختی	۲/۷۷۶	۱/۰۳۱	-۰/۰۱۷	-۰/۹۵۷
عوامل فناورانه	۲/۶۳۵	۰/۶۰۲	۰/۰۶۱	-۰/۵۴۴
عوامل مالی	۲/۸۵۵	۰/۹۵۸	۰/۸۳۰	۱/۸۰۰
توسعه گردشگری شهری	۲/۴۵۹	۰/۷۷۵	۰/۰۶۴	-۰/۴۰۶

با توجه به داده‌های موجود در جدول شماره ۳ درباره هر یک از متغیرهای پژوهش، می‌توان به بررسی هر یک از این شاخص‌ها پرداخت. به طور خاص، بالاترین میانگین متعلق به متغیر عوامل مدیریتی و پایین‌ترین میانگین مربوط به توسعه گردشگری شهری است. انحراف معیار نیز نشان‌دهنده پراکنش داده‌ها است، به عبارت دیگر، انحراف معیار نشان دهنده پراکنش اغلب داده‌ها نسبت به میانگین است. ضریب کجی یا چولگی یک شاخص است که اندازه کجی

را نشان می‌دهد و معمولاً بین -3 تا $+3$ متغیر می‌شود. اگر چولگی صفر باشد، توزیع داده‌ها متقارن است که برای همه متغیرهای پژوهش در بازه استاندارد است. مقدار کشیدگی با استفاده از متغیر کورتوسیس برای تمام متغیرهای پژوهش نیز نرمال است.

بررسی طبیعی بودن توزیع داده‌ها

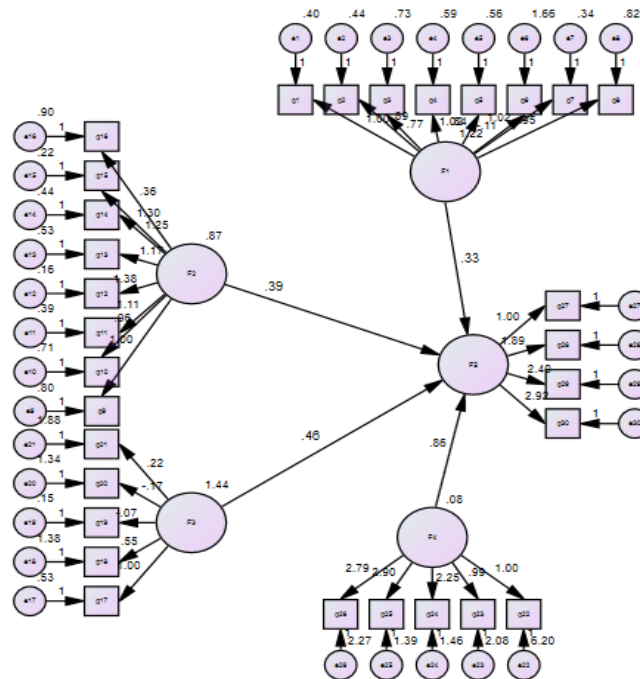
این پژوهش از آزمون معتبر کلموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن توزیع متغیرهای اصلی استفاده می‌کند. با توجه به مقادیر حاصل از آماره اسمیرنوف-کلموگروف در جدول ۴، می‌توان استنباط کرد که تفاوت معنی‌داری بین توزیع مورد انتظار و توزیع مشاهده شده برای تمام متغیرها وجود ندارد. بنابراین، متغیرهای این پژوهش توزیع نرمال دارند.

جدول ۴- تست نرمالیت متغیرها

نتیجه	سطح معناداری	نوع توزیع به کار گرفته شده	متغیر
نرمال	۰/۰۸۸	نرمال	عوامل مدیریتی
نرمال	۰/۲۰۰	نرمال	عوامل زیر ساختی
نرمال	۰/۲۰۰	نرمال	عوامل فناورانه
نرمال	۰/۰۷۹	نرمال	عوامل مالی
نرمال	۰/۰۶۳	نرمال	توسعه گردشگری شهری

برازش مدل ساختاری و آزمون فرضیه‌ها

شکل (۱) مدل ساختاری تحقیق را نشان می‌دهد که در آن ضرایب رگرسیونی برآورد شده بین متغیرهای مدل ساختاری تحقیق نمایش داده شده است.



شکل ۱- مقادیر ضرایب استاندارد روابط بین متغیرهای مدل تحقیق در مدل ساختاری

خلاصه نتایج حاصل از برازش مدل ساختاری تحقیق در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۵- نتایج حاصل از برازش مدل ساختاری تحقیق

سطح معناداری	آماره آزمون	ضریب استاندارد	روابط مفاهیم با شاخصها در مدل
۰/۰۱۱	۳/۷۵۱	۰/۳۳	بررسی تأثیر عوامل مدیریتی بر توسعه گردشگری شهری
۰/۰۰۰	۴/۰۰۱	۰/۳۹	بررسی تأثیر عوامل زیر ساختی بر توسعه گردشگری شهری
۰/۰۰۰	۵/۲۵۸	۰/۴۶	بررسی تأثیر عوامل فناورانه بر توسعه گردشگری شهری
۰/۰۰۰	۶/۲۵۶	۰/۸۵	بررسی تأثیر عوامل مالی بر توسعه گردشگری شهری

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که مقدار ضریب رگرسیون استاندارد تأثیر عوامل مدیریتی بر توسعه گردشگری شهری برابر ۰/۳۳ است و مقدار آماره تی برابر با ۳/۷۵۱ است که در سطح معناداری ۵ درصد، تأثیر عوامل مدیریتی بر توسعه گردشگری شهری به طور معنادار و مستقیم است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که عوامل مدیریتی تأثیر معناداری بر توسعه گردشگری شهری دارند. مقدار ضریب رگرسیون استاندارد برای تأثیر عوامل زیرساختی بر توسعه گردشگری شهری برابر ۰/۳۹ است و مقدار آماره تی برابر با ۴/۰۰۱ است که در سطح معناداری ۵ درصد، تأثیر عوامل زیرساختی بر توسعه گردشگری شهری معنادار و مستقیم است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که عوامل زیرساختی تأثیر معناداری بر توسعه گردشگری شهری دارند. مقدار ضریب رگرسیون استاندارد برای تأثیر عوامل فناورانه بر

توسعه گردشگری شهری برابر ۰/۵۶ و مقدار آماره تی برابر با ۵/۲۵۸ است که در سطح معناداری ۵ درصد، تأثیر عوامل فناورانه بر توسعه گردشگری شهری معنادار و مستقیم است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که عوامل فناورانه تأثیر معناداری بر توسعه گردشگری شهری دارند. مقدار ضریب رگرسیون استاندارد برای تأثیر عوامل مالی بر توسعه گردشگری شهری برابر ۰/۸۵ و مقدار آماره تی برابر با ۶۲۵۶ است که در سطح معناداری ۵ درصد، تأثیر عوامل مالی بر توسعه گردشگری شهری معنادار و مستقیم است. بنابراین، می‌توان نتیجه گرفت که عوامل مالی تأثیر معناداری بر توسعه گردشگری شهری دارند.

جدول ۶- شاخص های برازش مدل پژوهش

مقدار گزارش شده	حد مطلوب	شاخص
۰/۹۲	۰/۹۰ و بالاتر	شاخص برازندگی (GFI)
۰/۹۲	۰/۹۰ و بالاتر	شاخص نرم شده برازندگی (NFI)
۰/۹۲	۰/۹۰ و بالاتر	شاخص نرم نشده برازندگی (NNFI)
۰/۹۱	۰/۹۰ و بالاتر	شاخص برازندگی فزاینده (IFI)
۰/۹۳	۰/۹۰ و بالاتر	شاخص برازندگی تطبیقی (CFI)
۰/۰۷۱	کمتر از ۰/۱۰	ریشه دوم برآورد واریانس خطای تقریب (RMSEA)

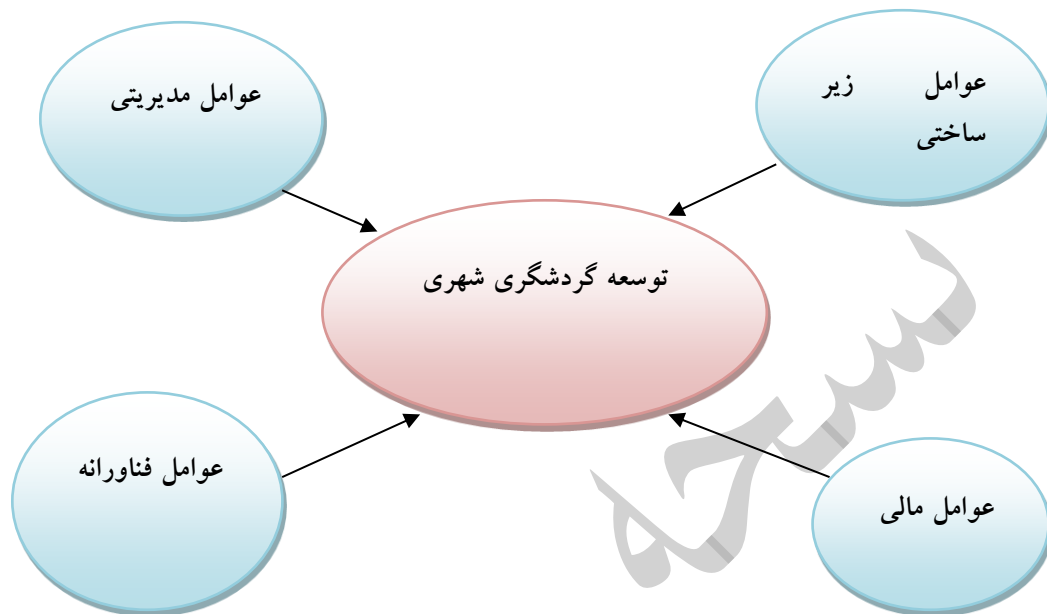
همانگونه که در جدول ۵ نشان داده شده است کلیه شاخص های برازش شده مدل در حد مطلوب قرار دارد.

۴- بحث

بخش گردشگری به عنوان یکی از پر بازده ترین بخش های خدماتی در کشورهای مختلف شناخته شده و نقش بسیار مهمی در رشد و توسعه اقتصادی و ایجاد اشتغال ایفا می کند. شناسایی ویژگی های مؤثر در مقاصد گردشگری برای جذب گردشگر، اهمیت فراوانی در رشد و توسعه این صنعت در کشورها دارد. همچنین، عوامل مدیریتی نیز از جمله عوامل تأثیرگذار در این زمینه به شمار می آیند. نتایج پژوهش حاضر که با مطالعه گراه و همکاران (۲۰۲۰) تحت عنوان "بررسی مدیریت توسعه گردشگری شهری" انجام شده است، نشان می دهد که پایداری اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی می تواند تأثیرگذار باشد. این نتایج هماهنگ با یافته های رضایی (۱۴۰۲) است که برنامه ریزی راهبردی و سیاستگذاری توسعه در زمینه گردشگری را به عنوان عوامل حائز اهمیت تأکید می کند. از جمله نقاط قوت این صنعت می توان به وجود انواع جاذبه ها و چشم اندازهای تاریخی و فرهنگی اشاره کرد که باید به درستی مدیریت شوند. همچنین، نقاط ضعفی نظیر نامناسب بودن تجهیزات و تاسیسات توریستی، تفریحی و ورزشی نیز تأثیر مهمی در توسعه صنعت گردشگری دارند. موقعیت راهبردی و سیاست های مناسب می توانند به بهبود و توسعه گردشگری کمک کنند. این نتایج همچنین با پژوهش وارثی و همکاران (۱۴۰۲) تحت عنوان "بررسی تأثیر عوامل هویت شهر بر توسعه گردشگری" که به مطالعه موردی شهر شیراز پرداخته اند، همخوانی دارند. این

پژوهش نشان می‌دهد که حفظ هویت‌های تاریخی، فرهنگی، ادبی، طبیعی و کالبدی شهر می‌تواند به توسعه گردشگری و معرفی پایدار آن کمک کند. بنابراین، مطالعات نشان می‌دهند که فراگیری عوامل مدیریتی و استفاده از فناوری‌های نوین، می‌تواند به بهبود و رشد پایدارتر صنعت گردشگری کمک کند.

وارثی و همکاران (۱۴۰۲) پیشنهاد نمودند برنامه‌ریزان شهری بر حفظ همه عوامل هویتی تاریخی، فرهنگی، ادبی، طبیعی و کالبدی شهر تاکید کنند و با به کارگیری همه عوامل هویتی در معرفی شهر و توسعه گردشگری پایدار تلاش کنند. این نتایج همچنین همسو با نتایج گرجی کرسامی و همکاران است که گزارش کردند که سرمایه‌گذاری در فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی باعث توسعه صنعت گردشگری می‌شود و باعث بهبود آن می‌شود. همچنین این نتایج همراستا با نتایج نادعلی و سفیدچیان (۱۳۹۷) است که گزارش کردند بستر اولیه برای گردشگری هوشمند در مشهد وجود دارد و نیاز به تاکید بر سرعت تبادل اطلاعات و مشتری‌محوری است. این نتایج بر اهمیت فناوری تاکید دارد. همچنین با در نظر گرفتن تاثیر فناوری در این زمینه شفيعی و همکاران (۲۰۲۳) بر روی توسعه مقاصد پایدار از طریق فناوری‌های هوشمند نیازمند شناسایی سیاست‌های مؤثر پیش از تاکید کردند. بنابراین فناوری می‌تواند اثرات قابل توجهی بر روی توسعه گردشگری داشته باشد. فناوری نوآورانه در توسعه صنعت گردشگری اهمیت زیادی دارد و می‌تواند به چندین نحو به بهبود و رشد این صنعت کمک کند: استفاده از فناوری‌های نوین مانند واقعیت افزوده، واقعیت مجازی و هوش مصنوعی می‌تواند تجربه گردشگران را بهبود بخشد و آن‌ها را به یک تجربه تعاملی و ممتع تبدیل کند. استفاده از فناوری برای تبلیغات هدفمندتر و مؤثرتر، مانند استفاده از شبکه‌های اجتماعی، تحلیل داده‌ها و مدیریت ارتباط با مشتری می‌تواند باعث جذب گردشگران بیشتر شود. استفاده از فناوری برای بهبود مدیریت منابع، اطلاعات مدیریتی، سیستم‌های رزرواسیون، نظارت و کنترل وضعیت مکان‌های گردشگری می‌تواند به بهره‌وری و بهبود عملکرد کمک کند. فناوری‌های نوین می‌توانند به بهبود مدیریت محیط زیست در مقاصد گردشگری کمک کنند، از جمله کاهش آلاینده‌ها، مدیریت پسماندها و حفاظت از منابع طبیعی. استفاده از فناوری به طور فراگیر در ارائه اطلاعات به گردشگران، نقدها و امکانات محلی می‌تواند به افزایش آگاهی و اطمینان گردشگران در مورد مقصد کمک کند. ایجاد فرصت‌های جدید برای سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری از طریق فناوری‌های نوین، مانند پلتفرم‌های رزرواسیون آنلاین و استارت‌آپ‌های گردشگری، می‌تواند به ارزش اقتصادی مقاصد گردشگری کمک کند. بنابراین، فناوری نوآورانه نه تنها به بهبود تجربه گردشگران کمک می‌کند، بلکه به بهره‌وری بالاتر، افزایش پایداری محیط زیست، ترویج فرهنگ‌سازی و اقتصادی، و توسعه پایدارتر صنعت گردشگری نیز کمک می‌کند.



شکل ۲- مدل توسعه گردشگری شهری اصفهان با توجه به پدیده های نوظهور فناورانه

۵- نتیجه گیری و پیشنهادات

گردشگری روی فعالیتهای اقتصادی شهرها تاثیر بسزایی دارد و توسعه گردشگری در واقع کمک قابل توجهی به ایجاد تحول در فعالیتهای اقتصادی شهر است. در پژوهش حاضر ارائه مدلی جهت توسعه گردشگری شهری اصفهان با توجه به پدیدههای نوظهور فناورانه مورد بررسی قرار گرفت. در این پژوهش با استفاده از تحلیل کیفی ۵ مضمون اصلی استخراج شده است که شامل عوامل مدیریتی، عوامل زیر ساختی، عوامل فناورانه، عوامل مالی و توسعه گردشگری شهری می باشد براساس تحلیل کمی، برازش مدل پیشنهادی در حد مطلوب قرار دارد. در تبیین نتایج این پژوهش می توان گفت صنعت گردشگری همانند دیگر عرصه های خدماتی، هر روزه شاهد افزایش رقابت و حضور رقبای جدید است. به طوری که رشد قابل توجه فعالیتهای گردشگری به وضوح نشانگر این است که گردشگری یکی از مهمترین پدیده های اقتصادی و اجتماعی قرن گذشته است. گردشگری در رابطه با بسترهای تکنولوژیکی بحث شده و بسترهای اقتصادی حاصل از جهانی شدن، اصلی مستحکم در سیاست های اقتصادی در هزاره سوم محسوب می شود. تحولات حاصل از مباحث فوق در رابطه با گردشگری در دو سوبه تاثیرگذاری از یک سو به شکل گیری گردشگری الکترونیکی منتهی گردیده و از دیگر سو شکل گیری گردشگری مجازی را سبب شده است و با رشد سریع تکنولوژی اطلاع رسانی در چارچوب نظام مبادله الکترونیکی و سرعت بخشیدن به امر

بازاریابی و مسافرت، کاهش هزینه‌ها و دستیابی به بازارهای جدید را در زمینه گردشگری فراهم آورده است. از طریق ترکیب فناوری اطلاعات مدرن با خدمات گردشگری، مدیریت گردشگری و بازاریابی گردشگری امکان پذیر می‌شود و با قرار دادن تجربه تعاملی گردشگران به عنوان مرکز، این امر برای منابع گردشگری و اطلاعات گردشگری به شکل منظم، یکپارچه می‌شود. از چنین پیشرفت‌هایی می‌توان برای خدمت به مردم، سازمانهای تجاری و دولتی، استفاده کرد. یافته‌های حاصل از پژوهش نشان داد که عوامل مختلفی همچون عوامل مدیریتی، عوامل زیر ساختی، عوامل مالی و عوامل فناورانه در توسعه گردشگری شهری اصفهان با توجه به پدیده‌های نوظهور فناورانه تاثیرگذار می‌باشد. با توجه به نتایج به دست آمده از مطالعه آمیخته در خصوص تأثیر عوامل مختلف بر توسعه گردشگری شهری در شهر اصفهان، به نتایج زیر دست یافت:

تحلیل‌ها نشان دادند که عوامل مدیریتی، زیرساختی، فناورانه و مالی به طور معناداری و مستقیم بر توسعه گردشگری شهری در اصفهان تأثیرگذار هستند. این نتایج اهمیت بالایی را برای مدیران شهری و سیاست‌گذاران تأیید می‌کنند تا بهبود و توسعه این عوامل را به عنوان بخشی اساسی از استراتژی‌های توسعه گردشگری شهری در اصفهان در نظر بگیرند. با توجه به موارد ذکر شده، پیشنهاد می‌شود که برنامه‌هایی برای بهبود عوامل مدیریتی مانند مدیریت منابع، برنامه‌ریزی استراتژیک و مدیریت ارتباط با ذینفعان، تقویت عوامل زیرساختی از جمله توسعه فیزیکی و حمل و نقل، بهبود عوامل فناورانه از جمله استفاده از فناوری‌های نوین و سامانه‌های هوش مصنوعی، و تقویت عوامل مالی شامل سرمایه‌گذاری‌ها و تخصیص منابع مالی، در دستور کار قرار گیرد. این اقدامات به طور مستقیم به ارتقای سطح توسعه گردشگری شهری در اصفهان کمک خواهند کرد و باعث پایداری و رشد این صنعت اساسی خواهند شد.

سیاسگزاری

در پایان از تمام عزیزانی که ما را در انجام این پژوهش یاری نمودند صمیمانه تشکر می‌کنیم.

کتابنامه

کروبی، مهدی، ضیایی، محمود، محمودزاده، سیدمجتبی، و پویان زاده، نسترن. (۱۴۰۱). الگوی مدیریت ازدحام گردشگران در مقصدهای ساحلی مازندران مبتنی بر گردشگری هوشمند. جغرافیا و توسعه ناحیه ای، دوره ۲۰: ۲۴۷-۲۲۳.

<https://www.sid.ir/paper/1115444/fa>

دژپسند، ساحل، مرادی، راضیه (۱۴۰۲). تبیین راهکارهای توسعه گردشگری خلاق در شهرهای مرزی با محوریت معماری و شهرسازی، اولین همایش ملی نقش معماری و شهرسازی بر گردشگری شهرهای مرزی.

<https://civilica.com/doc/1870244/>

رضایی، حجت (۱۴۰۲). برنامه ریزی راهبردی و سیاستگذاری توسعه گردشگری شهری (مطالعه موردی: شهر تاریخی یزد)،

اولین همایش ملی نقش معماری و شهرسازی بر گردشگری شهرهای مرزی. / <https://civilica.com/doc/699262/>

گرجی کرسامی، علی و رحیمی فرح آبادی، دانیال و مطهری زاده، محسن (۱۴۰۱). بررسی نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در توسعه صنعت گردشگری مطالعه موردی گردشگری مجازی، نهمین همایش ملی مطالعات و تحقیقات نوین در حوزه علوم جغرافیا، معماری و شهرسازی ایران، تهران، <https://civilica.com/doc/1510412>.
محمدی فر، یوسف، خسروی، سلیمه السادات (۱۴۰۲). مدل خلق ارزش از کلان داده در بازاریابی، رویکردی فراترکیب، فصلنامه علمی مدیریت تبلیغات و فروش، دوره ۴، شماره ۲، (پیاپی ۱۴)، تابستان ۱۴۰۲ (۸۳-۱۱۳).

<https://doi.org/10.52547/JABM.3.2.4.435>

نادعلی، سوسن، و سفیدچیان، سلمان. (۱۳۹۷). توان سنجی گردشگری هوشمند با تأکید بر ضرورت ها و الزامات زیر ساختی (مطالعه موردی کلان شهر مشهد). جغرافیایی فضای گردشگری، ۷(۲۸)، ۱۲۵-۱۳۹. SID.

<https://sid.ir/paper/214208/fa>

وارثی، حمیدرضا، وزین، نرگس، عظیمی، مریم (۱۴۰۲). عوامل هویت شهر بر توسعه گردشگری مطالعه موردی: شهر شیراز؛ فصلنامه گردشگری شهری، دوره: ۱۰، شماره: ۳. <https://doi.org/10.22059/jut.2023.350827.1080>

Clavé, S. A. (2019). Urban tourism and walkability. The future of tourism: Innovation and sustainability, 195-211. DOI:10.1007/978-3-319-89941-1_10

Cavalheiro, M. B., Joia, L. A., & Cavalheiro, G. M. D. C. (2020). Towards a smart tourism destination development model: Promoting environmental, economic, socio-cultural and political values. *Tourism Planning & Development*, 17(3), 237-259. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1597763>.

Gannon, M., Rasoolimanesh, S. M., & Taheri, B. (2021). Assessing the mediating role of residents' perceptions toward tourism development. *Journal of Travel Research*, 60(1), 149-171. <https://doi.org/10.1177/0047287519890926>

Gillovic, B., & McIntosh, A. (2020). Accessibility and inclusive tourism development: Current state and future agenda. *Sustainability*, 12(22), 9722. <https://doi.org/10.3390/su12229722>

Goodell, J. W., Kumar, S., Lim, W. M., & Pattnaik, D. (2021). Artificial intelligence and machine learning in finance: Identifying foundations, themes, and research clusters from bibliometric analysis. *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, 32, 100577. <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2021.100577>

Grah, B., Dimovski, V., & Peterlin, J. (2020). Managing sustainable urban tourism development: The case of Ljubljana. *Sustainability*, 12(3), 792. <https://doi.org/10.3390/su12030792>

Grilli, G., Tyllianakis, E., Luisetti, T., Ferrini, S., & Turner, R. K. (2021). Prospective tourist preferences for sustainable tourism development in Small Island Developing States. *Journal of Tourism Management*, 82, 104178. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104178>

Li, P., Wang, F., Zheng, X., & Huang, J. (2020). *Influencing factors and mechanism of urban community tourism development: A case study of Beijing*. *Sustainability*, 12(7), 2806. <https://doi.org/10.3390/su12072806>

Liu, Z., Lan, J., Chien, F., Sadiq, M., & Nawaz, M. A. (2022). Role of tourism development in environmental degradation: A step towards emission reduction. *Journal of environmental management*, 303, 114078. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2021.114078>

Novy, J., & Colomb, C. (2021). Urban tourism as a source of contention and social mobilisations: A critical review. *Travel and Tourism in the Age of Overtourism*, 6-23.4. <https://doi.org/10.1080/21568316.2019.1577293>

Rasulov, A., Madjitova, J., & Islomova, D. (2022). Principles of tourism development in downstream zarafshan district. *American Journal of Social Sciences and Humanity Research*, 2(05), 11-16. <https://doi.org/10.55640/jsshf-03-10-06>

- Šegota, T., Sigala, M., Gretzel, U., Day, J., Kokkranikal, J., Smith, M., ... & Rakić, T. (2019). Future agendas in urban tourism research: special editorial. *International Journal of Tourism Cities*, 5(2), 109-124. <http://dx.doi.org/10.1108/IJTC-06-2019-111>
- Shafiee, S., Jahanyan, S., Ghatari, A. R., & Hasanzadeh, A. (2023). Developing sustainable tourism destinations through smart technologies: A system dynamics approach. *Journal of Simulation*, 17(4), 477-498. <https://doi.org/10.1080/17477778.2022.2030656>.
- Stors, N. (2022). Constructing new urban tourism space through Airbnb. *Tourism geographies*, 24(4-5), 692-715. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1750683>
- Tang, J., Cai, C., Liu, Y., & Sun, J. (2022). Can Tourism Development Help Improve Urban Liveability? An Examination of the Chinese Case. *Sustainability*, 14(18), 11427. <https://doi.org/10.3390/su141811427>
- Tien, N. H., Viet, P. Q., Duc, N. M., & Tam, V. T. (2021). Sustainability of tourism development in Vietnam's coastal provinces. *World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development*, 17(5), 579-598. <http://dx.doi.org/10.1504/WREMSD.2021.117443>
- Wang, J., Huang, X., Gong, Z., & Cao, K. (2020). Dynamic assessment of tourism carrying capacity and its impacts on tourism economic growth in urban tourism destinations in China. *Journal of Destination Marketing & Management*, 15, 100383. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100383>
- Zeng, J., Wen, Y., Bi, C., & Feiock, R. (2021). Effect of tourism development on urban air pollution in China: The moderating role of tourism infrastructure. *Journal of Cleaner Production*, 280, 124397. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.124397>

References [In Persian]:

- Dezhpasand, S., Moradi, R. (2023). Explanation of creative tourism development strategies in border cities with the focus on architecture and urban planning, the first national conference on the role of architecture and urban planning on tourism in border cities.
- Kersami, A., Rahimi Farh Abadi, D., & Mohtarezadeh, M. (1401). Investigating the role of information and communication technology in the development of tourism industry: A case study of virtual tourism. In Ninth National Conference on New Research in Geography, Architecture, and Urban Planning Sciences of Iran, Tehran. <https://civilica.com/doc/1510412>
- Koroubi, M., Ziaei, M., Mahmoudzadeh, S. M., & Pouyanzadeh, N. (1401). Management pattern of tourist congestion in Mazandaran coastal destinations based on smart tourism. *Geography and Regional Development*, 20, 223-247. <https://www.sid.ir/paper/1115444/fa>
- Mohammadifar, Y., Khosravi, S. (2023). The model of value creation from big data in marketing, a metacombination approach, *Journal of Advertising and Sales Management*, Volume 4, Number 2, (Sequential 14), Summer 2023(113-83).
- Nadaali, S., & Sefidchian, S. (1397). Assessing the potential of smart tourism focusing on infrastructural necessities and requirements (Case study: Mashhad metropolis). *Tourism Geographies*, 7(28), 125-139. <https://sid.ir/paper/214208/fa>
- Rezaei, H (2023). Strategic planning and politicization of urban tourism development (case study: historical city of Yazd), *the first national conference on the role of architecture and urbanism on the tourism of border cities*.
- Waresi, H., Vezin, N., Azimi, M. (2023). City identity factors on tourism development, a case study: Shiraz city; *Journal of Urban Tourism Quarterly*, Volume: 10, Number: 3.