



Examining the Challenges of Smartening Eco-lodges

Fatemeh Meymandi ¹, Saman Keyvannia ², Ali ShirMohammadi ³

1. Department of Business Management, Master of Tourism Management (Marketing), University of Tehran, Tehran, Iran

Email: f.meymandi@ut.ac.ir

2. Department of Business Management, Master of Tourism Management (Marketing), University of Tehran, Tehran, Iran

Email: samankeyvannia@ut.ac.ir

3. (Corresponding Author) Department of Business Management, Master of Tourism Management (Marketing), University of Tehran, Tehran, Iran

Email: shirmohammadi.ali@ut.ac.ir

ARTICLE INFO

Keywords:

Eco-Lodge
Accommodations,
Smartening Challenges,
Smart Tourism,
Hotel Management.

Article History:

Received:

5 August 2023

Received in revised form:

26 November 2023

Accepted:

22 December 2023

Available online:

27 January 2024

ABSTRACT

The ever-increasing progress of Information and communication technologies has caused tourism to move away from its traditional form, and the application of smart tourism has received much attention as one of the critical components of the development of the tourism industry. In the meantime, eco-lodges as one of the accommodation facilities whose demand has grown significantly in the recent years, must move towards developing smart tourism to meet the emerging needs of tourists, improve the tourist experience and increase their competitive advantage. However, there hasn't been enough research on the development of smart tourism in eco-lodges. Hence, the aim of this study is to identify the challenges of developing smart tourism in eco-lodges. The research method is practical in terms of its purpose and descriptive survey in data collection, and a qualitative approach has been used to answer the research questions. Sampling was done in a judgmental way and the number of samples was obtained based on the repetition of data and theoretical saturation during the interview. The information analysis in this research has been done using the theme analysis method. By extracting the challenges affecting the smartness of eco-lodges (codes, concepts, and categories), the researchers decided to present the relevant structure. Content validity was checked with the strategy of triangulation (researcher triangulation, methodological triangulation, theoretical triangulation), and the reliability of the research was also controlled by preparing and using a written framework (interview protocol) for the interview. Interviews were conducted by 12 owners and professional and experienced managers of eco-lodges. Then, by analyzing the themes of the interviews, 28 extraction codes and 5 concept extraction codes were formed. Technological challenges, economic challenges, specialized knowledge challenges, psychological challenges, and implementation challenges are the identified concepts, which have finally created the structure of smarting challenges of eco-lodges from the perspective of owners and managers by creating the category of smarting challenges.

Citation: Meymandi, F., Keyvannia, S., & ShirMohammadi, A. (2023). Examining the Challenges of Smartening Eco-lodges. *Journal of Urban Tourism*, 10 (4), 17-35.

<http://doi.org/10.22059/JUT.2024.352721.1102>



© The Author(s)

This is an open access article under the CC BY license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Publisher: University of Tehran Press

Extended Abstract

Introduction

The ever-increasing progress of Information and communication technologies has caused tourism to move away from its traditional form, and the application of smart tourism has received much attention as one of the critical components of the development of the tourism industry. Given the growing effect of smart technologies on the tourism industry, the growing impact of smart technologies on the tourism industry has prompted major international organizations, such as the World Tourism Organization and the World Economic Forum, to actively commit to promoting and fostering smart tourism globally. These entities recognize the transformative potential that smart technologies hold for the tourism industry, and their commitment serves as an acknowledgment of the imperative role that smart tourism plays in shaping the future of global tourism. In the meantime, the digitalization of tourism in Iran is also expanding rapidly, which can promise a future full of golden opportunities for tourism industry operators. However, smart tourism in Iran is still in the early stages of its development. Smart tourism and its benefits, especially in Ecotourism and Eco-lodge accommodations, have been neglected. Eco-lodges, one of the accommodation facilities whose demand has grown significantly in recent years, must move towards developing smart tourism to meet the emerging needs of tourists, improve the tourist experience and increase the competitive advantage. However, there hasn't been enough research on developing smart tourism in eco-lodges. When eco-lodges want to move towards smartening, they will face challenges; some are at the macro level and some at the micro level. Hence, this study aims to identify the challenges of developing smart tourism in eco-lodges from the point of view of the owners and managers of these accommodations. To address the purpose of this study, the following questions have been raised:

1. which factors (challenges) affect the development of smart tourism in eco-lodge accommodations from the point of view of

owners and managers of eco-lodges?

2. What are the dimensions and structures of the model of the challenges of developing smart tourism in eco-lodges?

Methodology

The research method is practical in terms of its purpose and descriptive survey in data collection, and a qualitative approach has been used to answer the research questions. Sampling was done in a judgmental way, and the number of samples was obtained based on the repetition of data and theoretical saturation during the interview. The information analysis in this research uses the theme analysis method. By extracting the challenges affecting the smartness of eco-lodges (codes, concepts, and categories), the researchers decided to present the relevant structure. Content validity was checked with the strategy of triangulation (researcher triangulation, methodological triangulation, theoretical triangulation), and the reliability of the research was also controlled by preparing and using a written framework (interview protocol) for the interview.

Results and discussion

As it is clear, the current research, in order to investigate willingness/unwillingness, faces the questions that we have mentioned in the first step and at the beginning of the research. According to the stated questions and as mentioned before, the present research has been done in the qualitative phase. In order to answer the questions, firstly, by creating an interview, we had a conversation with 12 owners and experienced managers of eco-lodges who were selected by judgment. The interview continued until the required data reached the point of saturation. After each interview, the text of the interview was written on paper. The process of analyzing and Code extraction has been done by considering the issues and questions and open coding. It should also be noted that the coding process continued until theoretical adequacy was achieved. After the interview with the ninth person, we reached the point of saturation and coding, and to ensure this, we continued the interview until the twelfth person. Then, by analyzing the themes of

the interviews, 28 extraction codes and 5 concept extraction codes were formed.

Conclusion

Technological challenges, economic challenges, specialized knowledge challenges, psychological challenges, and implementation challenges are the identified concepts which have finally created the structure of smarting challenges of eco-lodge accommodations from the perspective of owners and managers by creating the category of smarting challenges. Identifying these challenges could be the first step in smoothing the path toward developing smart tourism in eco-lodges. On the one hand, the result of this research can be used in future research to identify solutions to overcome the challenges of developing smart tourism in the eco-lodges. On the other hand, it can be used in tourism development policies and programs, especially smart and sustainable tourism development programs. Moreover, it can provide a clear vision to move towards smartness for the owners of tourism businesses, especially eco-lodges accommodations.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



بررسی چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی

فاطمه میمندی^۱، سامان کیوان نیا^۲، علی شیرمحمدی^۳

۱- گروه مدیریت بازرگانی، کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی (بازاریابی)، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Email: f.meymandi@ut.ac.ir

۲- گروه مدیریت بازرگانی، کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی (بازاریابی)، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Email: samankeyvamia@ut.ac.ir

۳- نویسنده مسئول، گروه مدیریت بازرگانی، کارشناسی ارشد مدیریت جهانگردی (بازاریابی)، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

Email: shirmohammadi.ali@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

پیشرفت روزافزون تکنولوژی‌ها و فناوری‌های نوین و سبب شده که گردشگری از شکل سنتی خود فاصله گرفته و بهره‌گیری از گردشگری هوشمند به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی توسعه صنعت گردشگری بسیار موردتوجه قرار گیرد. و سازمان‌های مهم، از جمله سازمان جهانی گردشگری و مجمع جهانی اقتصاد، نیز با توجه به تأثیر فزاینده فناوری‌های هوشمند در صنعت گردشگری، خود را متعهد به ارتقاء گردشگری هوشمند دانسته‌اند؛ در این میان اقامتگاه‌های بوم‌گردی به‌عنوان یکی از تسهیلات اقامتی با تقاضای روبه رشد در سال‌های اخیر؛ لازم است تا جهت پاسخگویی به نیازهای جدید گردشگران، بهبود تجربه گردشگر و افزایش مزیت رقابتی خود، به‌سوی هوشمند سازی حرکت کنند. با این‌وجود تاکنون تحقیقات کافی در این زمینه صورت نگرفته است. لذا پژوهش حاضر باهدف بررسی چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی صورت گرفته است. روش این پژوهش از نظر نوع هدف، کاربردی و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات از نوع توصیفی-تحلیلی است و برای پاسخ‌گویی به سؤالات پژوهش، از رویکرد کیفی استفاده شده است. جامعه آماری پژوهش شامل ۱۲ تن از صاحبان و مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی با سابقه مدیریت چندین ساله به مصاحبه می‌باشد. با تحلیل تم صورت گرفته از متون مصاحبه‌ها، ۲۸ کد استخراج شده و کدهای استخراجی ۵ مفهوم را تشکیل دادند. نتایج پژوهش نشان داد که؛ چالش‌های تکنولوژی، چالش‌های اقتصادی، چالش‌های دانش تخصصی، چالش‌های روانی و چالش‌های اجرایی، چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران هستند. پژوهش حاضر از یک‌سو می‌تواند پیش‌زمینه پژوهش‌های بعدی جهت شناسایی راه‌حل‌های غلبه بر چالش‌های هوشمند سازی بوم‌گردی‌ها باشد و از سوی دیگر می‌تواند در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری به‌خصوص برنامه‌های توسعه گردشگری هوشمند و توسعه گردشگری پایدار مورد استفاده قرار گیرد و همچنین می‌تواند دیدگاه روشنی را جهت حرکت به سمت هوشمند سازی برای صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری و به‌خصوص اقامتگاه‌های بوم‌گردی فراهم نماید.

واژگان کلیدی:

اقامتگاه بوم‌گردی،
چالش‌های هوشمند سازی،
گردشگری هوشمند،
هتلداری.

تاریخ دریافت:

۱۴۰۲/۰۵/۱۴

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۲/۰۹/۰۵

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۲/۱۰/۰۱

تاریخ چاپ:

۱۴۰۲/۱۱/۰۷

استناد: میمندی، فاطمه؛ کیوان نیا، سامان و شیرمحمدی، علی. (۱۴۰۲). بررسی چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی. *مجله گردشگری شهری*، ۱۰ (۴)، ۱۷-۳۵.

[http://doi.org/10.22059/JUT.2024.352721.1102](https://doi.org/10.22059/JUT.2024.352721.1102)

ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

© نویسندگان



مقدمه

در طول چند دهه گذشته گردشگری به‌طور فزاینده‌ای به یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصاد جهانی تبدیل شده است. در سال ۲۰۱۹ پیش از شروع اپیدمی کرونا، سهم گردشگری از تولید ناخالص داخلی جهانی^۱ به ۱۰٫۴ رسید (WTTC, 2020)، با شیوع اپیدمی جهانی کرونا صنعت گردشگری، برای مدتی دچار رکود سنگینی شد، اما این صنعت به سرعت مسیر بازیابی را طی کرده و سهم گردشگری از اقتصاد جهانی که در سال ۲۰۲۲ به ۷٫۶ درصد رسید. و پیش‌بینی می‌شود که تا پایان سال ۲۰۲۳ سهم گردشگری از اقتصاد جهانی به ۱۱٫۶ درصد برسد (WTTC, 2022). صنعت گردشگری همواره به ایجاد فرصت‌های شغلی، ایجاد درآمد در جوامع هدف و بهبود رشد و توسعه صنایع مرتبط کمک شایانی کرده است (Shafiee et al, 2022: 67) و همواره مقاصد گردشگری برای کسب گردشگران بین‌المللی سعی در توسعه روزافزون صنعت گردشگری دارند. از طرفی پیشرفت روزافزون تکنولوژی‌ها و فناوری‌های نوین و دیجیتال سبب شده؛ گردشگری از شکل سنتی خود فاصله گرفته و امروزه بهره‌گیری از گردشگری هوشمند به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی توسعه صنعت گردشگری بسیار موردتوجه قرار گیرد (Buhalis, 2022;57).

گردشگری یک صنعت اطلاعات محور است (Werthner & Klein, 1999: 23) (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۶: ۹۶). توسعه سریع فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) منجر به تغییرات اساسی در رفتارها و خواسته‌ها و همچنین عملکردها و ساختارهای صنعت گردشگری شده است (Buhalis & Law, 2008: 613). تا جایی که سازمان‌های بین‌المللی مهم، از جمله سازمان جهانی گردشگری و مجمع جهانی اقتصاد، با توجه به تأثیر فزاینده فناوری‌های هوشمند در صنعت گردشگری، خود را متعهد به ارتقاء گردشگری هوشمند دانسته‌اند (سازمان جهانی گردشگری^۲، ۲۰۰۹؛ مجمع جهانی اقتصاد^۳، ۲۰۱۷). علاوه بر این، بسیاری از کشورها و مناطق مانند چین، کره، ایتالیا و انگلستان (Gretzel et al, 2015: 181)، ابتکارات گردشگری هوشمند را قبل از همه‌گیر کووید ۱۹ آغاز کرده‌اند. این ابتکارات می‌توانند نقش مهمی در مقاصد پیشرو برای تحقق ادغام فناوری با صنعت گردشگری داشته باشند.

وانگ^۴ و همکاران (۲۰۲۱) بیان می‌کنند که در چین تلاش‌های شهر هوشمند برای ساکنان و گردشگران به‌منظور افزایش کیفیت تجربیات سفر ایجاد شده است و همچنین پروژه‌های گردشگری هوشمند ابزاری ضروری برای تقویت رقابت بین‌المللی چین است.

بوهالیس^۵ (۲۰۰۰) اظهار داشت که فناوری اطلاعات در صنعت گردشگری متحول شده و رقابت سازمان‌ها و مقصد را تغییر داده است. دل چیپا و باجو^۶ (۲۰۱۵) این ادعا را تقویت کردند که هوشمند بودن می‌تواند کیفیت تجربیات گردشگری را افزایش داده و رقابت مقصد را افزایش دهد.

با توجه به مسائل فوق می‌توان به اهمیت توسعه فناوری‌های هوشمند و دیجیتال در توسعه صنعت گردشگری پی برد. دیجیتالی شدن گردشگری در ایران نیز به‌سرعت در حال گسترش است که می‌تواند آینده‌ای پر از فرصت‌های طلایی را برای متصدیان صنعت گردشگری نوید دهد (Nematpour & Faraji, 2019: 277; Vazin et al, 2019:116). باین‌حال، استفاده از گردشگری هوشمند در ایران هنوز در مراحل اولیه توسعه خود می‌باشد (Shafiee et al, 2022: 67) و هوشمند سازی و مزایای آن به‌خصوص در زمینه اقامتگاه‌های بوم‌گردی بسیار مغفول بوده است. اقامتگاه‌های بوم‌گردی

1. Global gross domestic product (GDP)
2. The World Tourism Organization United Nations
3. World Economic Forum
4. Wang
5. Buhalis
6. Del Chiappa & Baggio

یکی از کسب‌وکارهای کوچک گردشگری مبتنی بر ویژگی‌های مکانی، فضایی، فرهنگی و اجتماعی مقصد، نظیر غذا، صنایع‌دستی، فرهنگ محلی و ... است (ربانی، ۱۳۹۷: ۱۲). حسام (۱۳۹۸) بیان می‌کند همواره یکی از موانع توسعه گردشگری و جلب رضایت گردشگران در مناطق روستایی ضعف خدمات اقامتی می‌باشد و برای حل این مشکل توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی مورد توجه قرار گرفته است. و در سال‌های اخیر تقاضا برای این نوع از اقامتگاه‌ها محبوبیت زیادی پیدا کرده است (Gauth et al, 2019: 52; Sumanapala et al, 2017: 119; Gohar & Mathias Kondolf, 2020: 1). و تمایل به توسعه و تأسیس اقامتگاه‌های بوم‌گردی بسیار زیاد بوده به طوری که تعداد اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایران از ۲۵۸ واحد در سال ۱۳۹۵ به ۲۷۵۲ واحد در سال ۱۳۹۹ رسیده است (سالنامه آماری سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، ۱۳۹۵: ۹۷ و سالنامه آماری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، ۱۳۹۹: ۷۶). حال بوم‌گردی‌ها به‌عنوان یکی از تأسیسات اقامتی که در سال‌های اخیر روند تقاضای آن‌ها رشد چشمگیری را داشته است (البته هنگام وقوع پاندمی کرونا بوم‌گردی‌ها نیز به‌عنوان یکی از اجزای صنعت گردشگری با رکود شدیدی مواجه شدند، اما پس از برداشته محدودیت‌های سفر همچنان روند تقاضای بوم‌گردی‌ها صعودی بوده است) لازم است برای پاسخگویی به نیازهای جدید گردشگران، بهبود تجربه گردشگر و افزایش مزیت رقابتی خود، به‌سوی هوشمند سازی حرکت کنند. از طرف دیگر با همه‌گیری استفاده و کاربرد تکنولوژی‌های نوین و امکانات دیجیتال نظیر؛ سیستم‌های رزرواسیون آنلاین، سیستم‌های پرداخت الکترونیک و...، دارا بودن برخی از امکانات هوشمند به یک الزام (و نه یک مزیت) بدل گشته است.

حال هنگامی که اقامتگاه‌های بوم‌گردی خواهان حرکت به‌سوی هوشمند سازی هستند با چالش‌هایی روبه‌رو هستند، که این چالش‌ها برخی در سطوح کلان و برخی در سطوح خرد قرار می‌گیرند و شناخت و مشخص نمودن این چالش‌ها می‌تواند اولین گام در جهت هموار ساختن مسیر هوشمند سازی بوم‌گردی‌ها باشد، اما متأسفانه تاکنون هیچ تحقیق اختصاصی و جامعی در این خصوص در ایران صورت نگرفته است البته چند تحقیق مشابه در سایر کشورها در این خصوص به‌عمل آمده که با توجه به وجود تفاوت‌های زیرساختی و تکنولوژیکی و...، میان کشورهای مختلف این تحقیقات به‌طور کامل قابل‌تعمیم به ایران نمی‌باشد.

این پژوهش می‌تواند گامی مؤثر در راستای توسعه گردشگری هوشمند در اقامتگاه‌های بوم‌گردی باشد، زیرا از یک‌سو می‌تواند پیش‌زمینه پژوهش‌های بعدی جهت شناسایی راه‌حل‌های غلبه بر چالش‌های هوشمند سازی بوم‌گردی‌ها باشد و از سوی دیگر می‌تواند در سیاست‌گذاری‌ها و برنامه‌های توسعه گردشگری به‌خصوص برنامه‌های مربوط به توسعه گردشگری هوشمند مورد توجه قرار گیرد و همچنین می‌تواند دیدگاه روشنی را جهت حرکت در راستای هوشمند سازی برای صاحبان کسب‌وکارهای گردشگری و به‌خصوص اقامتگاه‌های بوم‌گردی فراهم نماید.

حال با عنایت به مسائل فوق هدف این تحقیق آن است تا چالش‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی هنگام حرکت به‌سوی هوشمند سازی را از دیدگاه مدیران و صاحبان بوم‌گردی بررسی کرده و بدین منظور سؤالات پژوهش شامل موارد زیر می‌باشد:

۱) چه چالش‌هایی بر هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایران تأثیرگذار می‌باشد؟

۲) الگوی چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از چه ابعاد و سازه‌هایی تشکیل شده است؟

همان‌گونه که بیان شد تاکنون تحقیق و پژوهش تخصصی و جامعی در خصوص چالش‌های پیش‌روی اقامتگاه‌های بوم‌گردی در راه هوشمند سازی در ایران انجام‌نشده است و تحقیقات موجود عمدتاً ناظر بر کلیت چالش‌های گردشگری هوشمند هستند. امیر^۱ و همکاران در سال ۲۰۲۰ در مقاله‌ای تحت عنوان "چالش‌های گردشگری هوشمند در مقاصد اکوتوریسم مالزی" باهدف بررسی چالش‌های کاربرد گردشگری هوشمند در مالزی، ۴۰۰ نفر از گردشگران داخلی و بین‌المللی دو مقصد اکوتوریسم مالزی، (Pulau Langkawi and Cameron Highland) را از طریق نظرسنجی موردبررسی قرار دادند و در نتیجه با بررسی چالش‌ها با روش کای‌دو، چالش‌های آگاهی، امنیت و حریم خصوصی و فرآیند پیاده‌سازی گردشگری هوشمند را به‌عنوان مهم‌ترین چالش‌های گردشگری هوشمند در مقاصد اکوتوریسم مالزی شناسایی کردند. در مطالعه دیگری طاهر^۲ و همکاران (۲۰۲۱)، در تحقیقی با عنوان "چالش‌های توسعه گردشگری هوشمند: مرور ادبیات" ۳۱ مقاله معتبر نمایه شده در اسکوپوس^۳ را به روش مرور سیستماتیک ادبیات موردبررسی قرار دادند و در نتیجه مهم‌ترین چالش‌های گردشگری هوشمند را: نیازمندی به هزینه زیاد، عدم آگاهی گردشگران و مردم از فناوری جدید، نیاز کمتر به نیروی انسانی؛ برشمردند. وانگ^۴ و همکاران (۲۰۲۱) نیز در پژوهش دیگری تحت عنوان "کاربردها، تجربیات و چالش‌های توسعه گردشگری هوشمند در چین" باهدف تجزیه‌وتحلیل ذینفعان، برنامه‌ها، تجربیات و چالش‌های گردشگری هوشمند در چین، که به روش تحلیلی و بررسی ادبیات انجام شد، و در پایان به نتایج زیر دست پیدا کردند: مشارکت دولتی و بخش خصوصی نقش غالبی در ساخت گردشگری هوشمند چین ایفا کرده است. همچنین مهم‌ترین چالش‌های گردشگری هوشمند چین شامل: تأکید بیش‌ازحد بر توسعه زیرساخت‌ها، تفاوت آشکار سطوح هوشمندی در میان مناطق مختلف چین، استفاده ناکارآمد از منابع داده‌های گردشگری و محدودیت‌های خلاقیت صنعت گردشگری مبتنی بر گردشگری هوشمند می‌باشد.

شفیعی و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهشی تحت عنوان "بررسی خدمات آنلاین گردشگری در ایران: از دیدگاه گردشگران" با روش آمیخته، ابتدا مهم‌ترین ابعاد و اجزای مقاصد هوشمند را به روش مرور ادبیات شناسایی کرده و سپس با نظرسنجی از ۵ نفر از کارشناسان دانشگاهی و متخصصان گردشگری، پرسشنامه‌ای باهدف شناسایی ابعاد و مؤلفه‌های مؤثر برای توسعه خدمات گردشگری آنلاین در مقاصد گردشگری هوشمند طراحی کردند که در پایان با توجه به نتایج به‌دست‌آمده مدلی برای توسعه خدمات گردشگری آنلاین در مقاصد گردشگری هوشمند ارائه دادند، که بیان می‌کند: ۲۱ مؤلفه در شش بعد عمده که می‌تواند بر توسعه گردشگری هوشمند تأثیر بگذارد: کیفیت محتوای آنلاین، دسترسی به خدمات آنلاین تعاملی، سرویس اینترنت کاربر نهایی، تقاضا برای خدمات آنلاین، میزان استفاده از خدمات مبتنی بر مکان، و سطح خدمات آنلاین. و همچنین عباسی سورکی و همکاران (۱۴۰۱) در مقاله‌ای تحت عنوان "شناسایی و تحلیل موانع گذار از ساختارهای سنتی به بستر هوشمند در مقاصد گردشگری روستایی بخش بن رود شهرستان اصفهان" باهدف شناسایی این چالش‌ها و تلاش در جهت برطرف شدن آن‌ها، با استفاده از روش توصیفی-تحلیلی ۳۰ نفر از خبرگان گردشگری را با روش دلفی موردبررسی نظرسنجی قرار دادند و نتایج زیر را بیان کردند: اساسی‌ترین عامل چالش‌ها و مشکلات در خصوص فراهم کردن بستر هوشمند برای مردم محلی و گردشگران در روستاهای بخش بن رود اصفهان مربوط به عدم اعتقاد کسب‌وکار به بسترهای آنلاین، عدم قابلیت‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای رزرو آنلاین هستند. این عوامل دارای بالاترین قدرت تأثیرگذاری هستند.

1. Amir
2. Tahir
3. Scopus
4. Wang

مبانی نظری

گردشگری

گردشگری به‌عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های اقتصادی در کشورهای بزرگ جهان شناخته شده است. به گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری در سال ۲۰۱۹ گردشگری سهم ۱۰/۴ درصدی از تولید ناخالص داخلی جهانی را داشته است (WTTC, 2020)، گرچه اپیدمی کرونا صنعت گردشگری را برای مدتی دچار رکود کرد اما این صنعت به سرعت مسیر بازیابی را طی کرده و سهم گردشگری از اقتصاد جهانی که در سال ۲۰۲۰ به ۵/۳ درصد رسیده بود در سال ۲۰۲۲ به ۷/۶ درصد رسیده است و پیش‌بینی می‌شود که تا پایان سال ۲۰۲۳ این سهم به ۱۱/۶ درصد برسد (WTTC, 2022).

سازمان جهانی گردشگری سازمان ملل متحد^۱ گردشگری را این‌گونه تعریف می‌کند: «فعالیت‌هایی که فردی در خارج از محیط معمول زندگی خود به مدت حداکثر یک سال متوالی برای اوقات فراغت و حداقل ۲۴ ساعت برای اهدافی چون کسب‌وکار و اهداف دیگر انجام می‌دهد» (UNWTO, 1995: 10). گردشگری، توسعه اقتصادی اجتماعی، ایجاد شغل و کاهش فقر را ایجاد می‌کند. که این به‌نوبه خود باعث رفاه و تأثیر اجتماعی مثبت و قابل توجهی می‌شود و فرصت‌های منحصربه‌فردی را برای زنان، اقلیت‌ها و جوانان فراهم می‌کند (Ashurova, 2023: 400). اما مزایای سفر و گردشگری بسیار فراتر از تأثیرات مستقیم آن از نظر تولید ناخالص داخلی و اشتغال بوده، و با دستاوردهای غیرمستقیم که در کل اکوسیستم سفر و همچنین پیوندهای زنجیره تأمین به سایر بخش‌ها گسترش می‌یابد (Streimikiene et al, 2021: 263). با در نظر گرفتن قابلیت‌های منحصربه‌فرد ایران در زمینه جاذبه‌های بی‌نظیر طبیعی و تاریخی فرهنگی، همچنین با دارا بودن قدمت و تاریخ کهن، گردشگری همواره به‌عنوان یکی از صنایع با قابلیت بسیار بالا در نظر گرفته می‌شود که توسعه آن می‌تواند منافع فراوانی را برای کشور حاصل کند (چراغعلی خانی و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۰۷۱).

گردشگری هوشمند

در سال‌های اخیر، واژه «هوشمند» به واژه‌ای جدید در بازتاب فناوری‌ها در تحولات اجتماعی (Prasad & Alizadeh, 2020: 69) و اقتصادی (Caragliu et al, 2011: 66) و همچنین تبادل دانش و اطلاعات بدل گشته است (Vanolo, 2016: 58; Vasavada & Padhiyar, 2016: 886; 2014). و ظهور دستگاه‌های هوشمند بسیار مطلوب شده زیرا زیرساخت‌ها را با شبکه موجود به همدیگر متصل می‌نماید. این ایده توسط هریسون (۲۰۱۰) مفهوم‌سازی شده است، جایی که "هوشمند" از داده‌های دنیای واقعی کاربردی و زمان نزدیک به واقعی برای بهبود تعهدات عملکردی از طریق اتخاذ مدل‌سازی تحلیلی، تجسم و بهینه‌سازی استفاده می‌کند. از آنجایی که شهرها به‌طور فزاینده‌ای رقابتی می‌شوند، فناوری‌های هوشمند همه‌چیز را به هم متصل کرده‌اند، از جمله فعالیت‌ها و خدمات برای ارتباط بیشتر، آگاه شدن و تعامل با مصرف‌کنندگان (Lee et al, 2014: 553; Buhalis & Amaranggana, 2013: 136; Bakıcı et al, 2013: 83). با این حساب، گردشگری برای همه در دسترس‌تر و لذت‌بخش‌تر می‌شود، درحالی‌که خدمات اتصال و هماهنگی بهتر توسط سازمان‌های محلی ارائه می‌شود.

شناخت معنی و مفهوم صحیح «گردشگری هوشمند» همواره با چالش روبه‌رو بوده و اگرچه گردشگری هوشمند توجه روزافزونی از سوی محققان را به خود جلب کرده، اما هنوز یک مفهوم کاملاً پذیرفته‌شده تدوین نشده است (Isaac & Dodeen, 2023: 23). لی^۲ و همکاران (۲۰۱۷) تعاریف ارائه‌شده از گردشگری هوشمند که توسط محققان چینی

1. UNWTO

2. Li

ارائه شده‌اند را بررسی کرده و آن‌ها را به هفت دسته تقسیم کردند، که بر اساس آن وانگ^۱ و همکاران (2021: 5) هشت تعریف از گردشگری هوشمند را خلاصه می‌کنند، و که این تعاریف شامل: «خدمات اطلاعات گردشگری»، «گردشگری تجاری جدید»، «الگوی عملیاتی جدید برای گردشگران»، «نسل جدید گردشگری مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات»، «گردشگری مدرن»، «گردشگری مبتنی بر فناوری»، «پلتفرم اپلیکیشن یکپارچه» و «روند توسعه گردشگری»، می‌باشند که در جدول ۱ به اختصار تعریف شده‌اند.

جدول ۱. دسته‌بندی تعاریف گردشگری هوشمند

تعریف	دسته‌بندی
گردشگری هوشمند، خدمات اطلاعاتی فراگیری است که گردشگران در طی فرآیند یک تور گردشگری دریافت می‌کنند (Li et al, 2017: 294).	خدمات اطلاعات گردشگری
گردشگری هوشمند شکل جدیدی از تجارت گردشگری است که باهدف خدمت به عموم، سازمان‌های تجاری و بخش‌های دولتی در آینده انجام می‌شود (Tang, 2012).	گردشگری تجاری جدید
گردشگری هوشمند یک مدل عملیاتی جدید گردشگری است که بر نیازهای گردشگران تمرکز دارد و فناوری هوشمند را به‌عنوان روش، پایانه‌های هوشمند را به‌عنوان ابزار، و خدمات هوشمند، کسب‌وکار، مدیریت و سیاست‌گذاری را به‌عنوان اشکال در نظر می‌گیرد. و هدف آن ایجاد ارزش بیشتر برای گردشگران، آژانس‌های مسافرتی، نقاط دیدنی، هتل‌ها، ادارات دولتی و سایر ذی‌نفعان می‌باشد (Yao, 2012: 6).	الگوی عملیاتی جدید برای گردشگران
گردشگری هوشمند ابزاری برای مدیریت است که برای تحقق اشتراک مشترک و استفاده مؤثر از منابع گردشگری با ارائه خدمات باکیفیت و تحقق رضایت بالا بر اساس نسل جدیدی از فناوری اطلاعات و ارتباطات برای پاسخگویی به نیازهای شخصی‌سازی شده گردشگران تغییر شکل داده است (Zhang, 2012; 68).	نسل جدید گردشگری مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات
گردشگری هوشمند یک صنعت گردشگری مدرن با اطلاعات فشرده است که نسل جدید فناوری اطلاعات و ارتباطات و فناوری‌های سنتی را برای ایجاد لایه‌های ادراک، شبکه و کاربرد باهدف ارائه برنامه‌های کاربردی برای دولت، شرکت‌ها، گردشگران و ساکنان با بسترهای عمومی کارآمد ترکیب می‌کند (Mo, 2013: 302).	گردشگری مدرن
گردشگری هوشمند مبتنی بر فناوری‌های جدید مانند رایانش ابری و اینترنت اشیا (IoT) استفاده از پایانه‌های اینترنتی برای نظارت هوشمندانه بر منابع گردشگری، اقتصاد گردشگری و فعالیت‌های گردشگری و صدور، یادگیری، تنظیم و تنظیم مدیریت به‌موقع با انواع مختلف اطلاعات گردشگری است. (Huang and Li, 2011).	گردشگری مبتنی بر فناوری
گردشگری هوشمند یک پلتفرم کاربردی یکپارچه است که با فناوری بالا پشتیبانی می‌شود و از پایانه‌های خدمات متنوع برای ارائه خدمات مختلف برای گردشگران، شرکت‌های گردشگری و بخش‌های مدیریت گردشگری استفاده می‌کند (Jin, 2012: 5).	پلتفرم اپلیکیشن یکپارچه
گردشگری هوشمند یک‌روند درحال توسعه جهانی است که توسعه گردشگری را با فناوری‌های هوشمند، مانند محاسبات ابری، اینترنت اشیا، و فناوری ارتباطات پرسرعت برای بهبود کیفیت خدمات گردشگری ترکیب می‌کند (Ma & Liu, 2011: 10).	روند توسعه گردشگری

منبع: وانگ و همکاران (۲۰۲۱)

تجربه گردشگر هوشمند

گردشگران در عصر هوشمند نیازها و الگوهای رفتاری متمایزی را از همتایان خود در عصر قبل از اینترنت/رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهند (Sevrani and Elmazi, 2008: 22). بوهایلیس و لائو^۲ (۲۰۰۸) استدلال کردند که توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، به‌ویژه اینترنت، گردشگران جدیدی را سبب شده است که قصد دارند ترجیحات و

1. Wang
2. Buhalis & Law

برنامه‌های سفر شخصی را دنبال کنند. برای برآورده ساختن تقاضای گردشگران «جدید» با فن‌آوری، مقاصد باید از فناوری‌های هوشمند برای افزایش تجارب گردشگری استفاده بهینه کنند. تجربه گردشگری بخش اصلی محصولات گردشگری است و تأثیر مهمی بر رضایت گردشگران دارد. مک کارتی و رایت^۱ (43: 2004) اشاره کردند که فناوری اطلاعات و ارتباطات نه تنها به عنوان واسطه تجربه گردشگر عمل می‌کند، بلکه تأثیر عمیقی بر خود تجربه دارد. با توسعه سریع ارتباطات سیار، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، ایجاد تجربه مشترک مبتنی بر فناوری‌های هوشمند در زمینه‌های گردشگری تقویت شده است (Buhalis & Sinarta, 2019: 564; Neuhofer et al, 2012: 41)، جشنواره‌ها (Cimbaljević et al, 2019: 6) و مهمانداری (Camilleri & Neuhofer, 2017: 2324) کانال گردشگری هوشمند علاوه بر تسهیل ایجاد تجربیات مشترک گردشگران، این تجربیات را از طریق شخصی‌سازی خدمات افزایش می‌دهد (Buhalis & Amaranggana, 2014: 559; Buhalis & Sinarta, 2019: 570). از یک سو، توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات، کسب اطلاعات سفر را برای گردشگران راحت کرده است، که به گردشگران کمک می‌کند تا در تصمیم‌گیری برای سفر و انتخاب محصولات گردشگری که به بهترین وجه با ترجیحات آن‌ها مطابقت دارد، انتخاب کنند. از سوی دیگر، داده‌های بزرگ و هوش مصنوعی به مقاصد این امکان را می‌دهد تا درباره رفتار گردشگران، علایق و ترجیحات سفر گردشگران اطلاعات بیشتری کسب کنند. بر این اساس، مقاصد می‌توانند بر اساس رفتار مرور اینترنتی برای گردشگران توصیه‌هایی ارائه کنند (da Costa Liberato et al, 2018: 780).

فناوری‌های تقویت‌کننده گردشگری هوشمند

فناوری به عنوان نیروی محرکه و اساسی مقاصد گردشگری (Kuflik, 2015: 19) ظهور کرده است که از گردشگری هوشمند پشتیبانی می‌کند. بنابراین، بسیاری از محققان در مورد فن‌آوری‌های کلیدی مورداستفاده در گردشگری هوشمند چین بحث کردند. لیو و فان^۲ (123: 2011) اشاره کردند که گردشگری هوشمند توسط محاسبات ابری، اینترنت اشیا، فناوری تلفن همراه با سرعت بالا، سیستم‌های اطلاعات جغرافیایی^۳ (GIS) و فناوری واقعیت مجازی^۴ (VR) / واقعیت مجازی افزوده^۵ (AVR) پشتیبانی می‌شود. این یافته مشابه دیدگاه لانگ^۶ و همکاران (2014: 100) است. همچنین ژانگ^۷ و همکاران (2012: 69) و گو^۸ و همکاران (2014: 58)، که دریافتند اینترنت اشیا، ارتباطات سیار، محاسبات ابری و هوش مصنوعی فناوری‌های کلیدی هستند که از گردشگری هوشمند پشتیبانی می‌کنند.

اقامتگاه‌های بوم‌گردی

از سال ۱۹۹۴ میلادی و در نخستین هم‌اندیشی بین‌المللی انجمن‌های تخصصی اکولوژ، نوع جدیدی از اقامتگاه‌ها با نام «اقامتگاه بومی یا اکولوژ»^۹ به صورت رسمی به دنیای گردشگری معرفی شد که در این نوع، ساختار اقامتگاه با هویت آن در هم تنیده بود. اقامتگاه‌های بوم‌گردی یا اکولوژ، اقامتگاه‌هایی هستند که در محیط‌های طبیعی و روستایی با رعایت سطح

1. McCarthy and Wright
2. Liu and Fan
3. Geographical information system
4. Virtual Reality
5. Augmented virtual reality
6. Long
7. Zhang
8. Guo
9. Eco-Lodge

ممکن ضوابط زیست‌محیطی و به شکلی سازگار با معماری بومی و سیمای طبیعی منطقه برای اسکان و پذیرایی از گردشگران احداث شدند یا خانه‌های تاریخی و قدیمی موجود در روستاها هستند که پس از مرمت به اقامتگاه تغییر کاربری دادند و ضمن بیشترین تعامل با جامعه محلی، زمینه حضور و اقامت طبیعت‌گردان را با کیفیتی پسندیده و تعریف‌شده در محیط‌های طبیعی و روستایی فراهم کردند (عنابستانی و همکاران، ۲۰۱۸: ۳، به نقل از هاوکینز، ۲۰۰۴). اقامتگاه‌های بوم‌گردی گونه‌ای از کسب‌وکارهای در مقیاس کوچک با مالکیت محلی می‌باشند که با وارد آوردن فشار کمتر بر محیط طبیعی و محیط انسانی و همچنین کاهش نشت اقتصادی از فعالیت‌های اساسی راستای دستیابی به توسعه پایدار شناخته می‌شوند (بایبری و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۶۵). اقامتگاه‌های بوم‌گردی عمدتاً اقامتگاه‌های کوچکی هستند که معمولاً یا به صورت خانوادگی و یا توسط کارآفرینان محلی اداره می‌شوند (Morrison, 2002: 7) و در ایران با توجه به وجود اقلیم مختلف و تاریخ و فرهنگ کهن و همچنین معماری‌های خاص هر منطقه و دارا بودن مناطق بکر و طبیعی، و همچنین حمایت دولت برای ایجاد و توسعه اقامتگاه‌های بوم‌گردی، در سال‌های اخیر این نوع اقامتگاه‌ها بسیار مورد توجه قرار گرفته و تعداد زیادی اقامتگاه بوم‌گردی در سال‌های اخیر ایجاد شده است.

روش پژوهش

روش تحقیق از حیث هدف، کاربردی می‌باشد و از لحاظ جمع‌آوری اطلاعات از نوع توصیفی-تحلیلی است. همچنین از نظر نوع داده‌ها و جهت پاسخ‌گویی به سؤالات، یک پژوهش کیفی می‌باشد. از میان روش‌های مختلف جمع‌آوری داده‌ها در پژوهش کیفی، روش مصاحبه نیمه ساختاریافته انتخاب و اجرا شده است. جامعه آماری این پژوهش را صاحبان و مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی با سابقه مدیریت چندین ساله تشکیل می‌دهند. راهبرد و ابزار مورد استفاده جهت تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه در این پژوهش تحلیل تم است. تعداد نمونه‌ها بر اساس تکرار داده‌ها و اشباع نظری در طول مصاحبه به دست آمده است. نمونه‌گیری به صورت قضاوتی انجام گرفته است که نوعی نمونه‌گیری هدفمند است. لازم به ذکر است که نمونه‌گیری تا زمانی که مؤلفه‌ها (کدها) به اشباع نظری برسد ادامه یافته است و تعداد نمونه‌ها ۱۲ نفر بوده است که تا نفر ۹ اشباع نظری حاصل و مصاحبه ۹ تا ۱۲ صرفاً جهت اطمینان از اشباع نظری ادامه یافته است. ابزار مورد استفاده در جهت گردآوری اطلاعات اولیه، به صورت مصاحبه‌هایی عمیق و با طرح پرسش‌هایی باز به صورت نیمه ساختاریافته است و مصاحبه‌ها ضبط و جهت کدگذاری، اصلاح و اخذ بازخورد، مکتوب شده‌اند. روایی محتوا در این فاز با راهبرد مثلث سازی (مثلث سازی محقق، مثلث سازی روش‌شناختی، مثلث سازی نظری) بررسی شد. ۱. مثلث سازی محقق: از سه نفر که تحصیلات عالی و تجربه کافی در زمینه هتلداری، گردشگری و هوشمند سازی داشتند در کدگذاری و تحلیل داده‌ها کمک گرفته شد و در نهایت جهت اظهار نظر و بررسی، کدها و مفاهیم و مقوله‌ها با چهار تن از اساتید دانشگاه به اشتراک گذاشته شد. ۲. مثلث سازی روش‌شناختی: در این پژوهش از روش کیفی استفاده شده است. پایایی پژوهش در فاز کیفی از طریق تهیه و به‌کارگیری چارچوبی مدون (پروتکل مصاحبه) برای تمامی مصاحبه‌ها بررسی شد. ۳. مثلث سازی نظری: شامل تکرار مشارکت‌کنندگان در پژوهش است؛ مصاحبه با صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی با سابقه مدیریت چندین ساله انجام شده است. پایایی پژوهش نیز از طریق تهیه و به‌کارگیری چارچوبی مدون (پروتکل مصاحبه) برای مصاحبه کنترل شد. در تجزیه و تحلیل اطلاعات در این پژوهش، با استفاده از روش تحلیل تم و با توجه به پرسش‌های پژوهش، به بررسی مصاحبه‌ها پرداخته شده است، بدین ترتیب که بلافاصله پس از هر مصاحبه، متن

مصاحبه بر روی کاغذ پیاده‌سازی گشت (مرحله اول تحلیل تم: آشنایی پژوهشگر با داده‌های جمع‌آوری‌شده) و با در نظر گرفتن اهداف و سؤالات پژوهش فرآیند تجزیه و تحلیل و استخراج کدها و کدگذاری باز صورت پذیرفته است (مرحله دوم تحلیل تم: ایجاد کدهای اولیه). بدین ترتیب نتیجه مرحله کدگذاری باز و تجزیه و تحلیل متون مصاحبه با در نظر نگرفتن کدهای تکراری، دستیابی به 28 کد اولیه است (مرحله سوم و چهارم تحلیل تم: جست‌وجو تم‌ها و بازبینی آن‌ها). پس‌از این مراحل کدها بر اساس نزدیکی معنایی و مفهومی در ذیل طبقه‌های مفاهیم که کلی‌تر و انتزاعی‌تر هستند، دسته‌بندی شده‌اند. مفاهیم نزدیک به هم نیز در ادامه ذیل گروه‌های کلی‌تر تحت عنوان مقوله طبقه‌بندی و در نهایت مضمون سازمان دهنده پژوهش (مقوله) را ایجاد نمودند (مرحله پنجم و ششم: تعریف و نام‌گذاری تم‌ها و گزارش نویسی) و با استخراج چالش‌های مؤثر بر هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی (کدها، مفاهیم و مقوله) محققان بر آن شدند تا سازه مربوطه را ارائه نمایند.

یافته‌ها

پژوهش حاضر جهت بررسی چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران بوم‌گردی‌ها صورت گرفته است. همان‌طور که واضح است پژوهش حاضر جهت بررسی تمایل/عدم تمایل، با سؤالاتی روبرو است که در گام اول و ابتدای پژوهش نیز بیان داشته‌ایم؛ و در این بخش به دنبال پاسخ به سؤالات موردنظر هستیم که در ادامه به تفصیل توضیح داده خواهد شد. با توجه به سؤالات بیان‌شده و همان‌طور که قبلاً نیز ذکر شد، پژوهش حاضر در فاز کیفی صورت پذیرفته است؛ در این فاز سؤالات "چه چالش‌هایی بر هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران بوم‌گردی‌ها تأثیرگذار می‌باشد؟" و "الگوی چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از چه ابعاد و سازه‌هایی تشکیل شده است؟" مورد بررسی قرار می‌گیرند و جهت پاسخ به سؤالات مذکور، در ابتدا از طریق ایجاد چارچوب مصاحبه، به مصاحبه عمیق با ۱۲ تن از صاحبان و مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی که به‌طور قضاوتی انتخاب شده‌اند پرداخته شده است؛ و این اقدام تا زمانی که داده‌های موردنیاز به نقطه اشباع رسید ادامه یافته است.

جدول ۱. اطلاعات جمعیت شناختی مشارکت‌کنندگان در مصاحبه

کد مصاحبه‌شونده	جنسیت	سن	وضعیت تأهل	تحصیلات	سابقه کاری (سال)
I ₁	زن	۴۰	متاهل	فوق لیسانس	۱۰
I ₂	مرد	۲۹	مجرد	لیسانس	۴
I ₃	مرد	۵۶	متاهل	سیکل	۲۶
I ₄	مرد	۳۵	متاهل	دیپلم	۷
I ₅	زن	۲۸	مجرد	فوق لیسانس	۳
I ₆	مرد	۴۵	متاهل	دیپلم	۱۲
I ₇	مرد	۳۲	مجرد	لیسانس	۵
I ₈	مرد	۴۸	مجرد	فوق دیپلم	۱۵
I ₉	زن	۵۷	متاهل	زیر دیپلم	۱۹
I ₁₀	مرد	۲۹	مجرد	لیسانس	۳
I ₁₁	زن	۴۲	متاهل	فوق لیسانس	۶
I ₁₂	زن	۲۶	مجرد	فوق دیپلم	۲

بلافاصله پس از هر مصاحبه، متن مصاحبه بر روی کاغذ پیاده و با در نظر گرفتن اهداف و سؤالات پژوهش فرآیند

تجزیه و تحلیل و استخراج کدها و کدگذاری باز صورت پذیرفته است. هم‌چنین لازم به ذکر است که فرآیند کدگذاری تا تحقق کفایت نظری ادامه یافته است و حد توقف انجام مصاحبه‌ها با این معیار مشخص شده است. پس از مصاحبه با نفر نهم مصاحبه‌شونده به نقطه اشباع و تکرر کدها دست‌یافت و برای اطمینان از این موضوع مصاحبه خود را تا نفر دوازدهم ادامه داد.

بدین ترتیب نتیجه مرحله کدگذاری باز و تجزیه و تحلیل متون مصاحبه با در نظر نگرفتن کدهای تکراری، دستیابی به ۲۸ کد اولیه است. جدول ۲ نمونه‌ای از استخراج کدهای اولیه از مصاحبه‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نمونه‌ای از استخراج کدهای اولیه از مصاحبه‌ها

کد	متن مصاحبه	منبع
	عدم تخصص کافی در زمینه تکنولوژی‌های دیجیتال	
	با توجه به قرارگیری ۹۰ درصد از اقامتگاه‌های بوم‌گردی در مناطق روستایی و بکر، کوه‌ها و... امکان پوشش ضعیف و نبود اینترنت در این نواحی زیاد است و ما نمی‌توانیم کسب‌وکار خود را آنلاین و با استفاده از اینترنت ساماندهی کنیم. هم‌چنین ما برای کاهش هزینه از کارکنان محلی استفاده می‌کنیم که تخصص چندانی در زمینه استفاده از اینترنت و تکنولوژی ندارند.	I ₂
	عدم پوشش سراسری اینترنت	
	هزینه بالای راه‌اندازی سیستم‌های هوشمند	
	من آشنایی چندانی با گردشگری هوشمند و هوشمند سازی اقامتگاه ندارم و به نظر من استفاده از وسایل و تجهیزات مدرن فضای اقامتگاه‌های بوم‌گردی را از بکر بودن و سنتی بودن خارج می‌کند و دیگر گردشگرانی که به دنبال آرامش و فضای بکر و سنتی بوده‌اند این‌گونه اقامتگاه‌ها را انتخاب نمی‌کنند.	I ₄
	ترس از دست رفتن برخی از مشتریان	
	عدم آشنایی با هوشمند سازی و فواید آن	
	پنداشت‌ها و پیش‌زمینه‌های اشتباه در زمینه هوشمند سازی	

پس از استخراج کدهای اولیه از بطن متون مصاحبه، این کدها بر اساس نزدیکی معنایی و مفهومی در ذیل طبقه‌های مفاهیم که کلی‌تر و انتزاعی‌تر هستند، دسته‌بندی شدند. مفاهیم نزدیک به هم نیز در ادامه ذیل گروه‌های کلی‌تر تحت عنوان مقوله طبقه‌بندی و در نهایت مضامین سازمان دهنده پژوهش را ایجاد نمودند. ۲۸ کد استخراجی از متون مصاحبه در نهایت با توجه به ارتباط و همسانی که در بین آن‌ها نمایان است تشکیل مفاهیم را داده و ذیل مفاهیم انتزاعی و کلان: چالش‌های تکنولوژی، چالش‌های اقتصادی، چالش‌های دانش تخصصی، چالش‌های روانی، چالش‌های اجرایی طبقه‌بندی و هر ۵ مفهوم نیز بر اساس ماهیت کدهای زیرشاخه خود، توسط مقوله کلان‌تر چالش‌های هوشمند سازی بوم‌گردی‌ها طبقه‌بندی شدند.

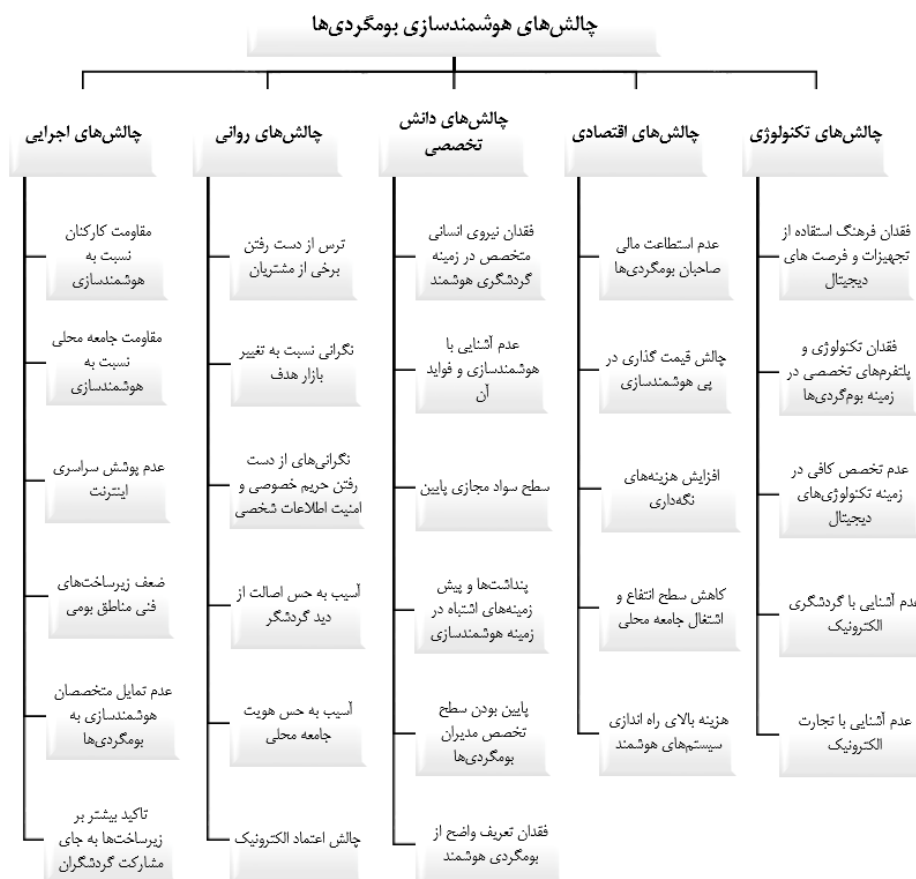
همان‌طور که در جدول زیر نیز بیان شده است چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران بوم‌گردی‌ها، ناشی از شاخص‌ها و عللی است که در دل چالش‌های تکنولوژی، چالش‌های اقتصادی، چالش‌های دانش تخصصی، چالش‌های روانی، چالش‌های اجرایی جای گرفته‌اند. جدول ۳ استخراج مفاهیم و مقوله عدم تمایل را از کدها (تم‌ها) شناسایی شده نشان می‌دهد.

جدول ۴. استخراج مفاهیم و مقوله (چالش‌ها) از کدهای شناسایی شده

مقوله	مفاهیم	کد (تم)	منبع
چالش‌های تکنولوژی T	عدم فرهنگ استفاده از تجهیزات و فرصت‌های دیجیتال	T1	I4, I6, I7, I10
	فقدان تکنولوژی و پلتفرم‌های تخصصی در زمینه بوم‌گردی‌ها	T2	I3, I7, I10, I11, I12
	عدم تخصص کافی در زمینه تکنولوژی‌های دیجیتال	T3	I7, I9, I10, I11
	عدم آشنایی با گردشگری الکترونیک	T4	I1, I3, I6, I8, I9
	عدم آشنایی با تجارت الکترونیک	T5	I4, I7, I11, I12
چالش‌های اقتصادی E	هزینه بالای راه‌اندازی سیستم‌های هوشمند	E1	I5, I7, I9, I10, I12
	عدم استطاعت مالی صاحبان بوم‌گردی‌ها	E2	I1, I2, I3, I7, I9, I11
	چالش قیمت‌گذاری در پی هوشمند سازی	E3	I5, I7, I9, I10
	افزایش هزینه‌های نگهداری	E4	I1, I5, I8, I9, I10
	کاهش سطح انتفاع و اشتغال جامعه محلی	E5	I2, I3, I7, I9, I11
چالش‌های دانش تخصصی N	فقدان نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری هوشمند	N1	I2, I4, I7, I11, I12
	عدم آشنایی با هوشمند سازی و فواید آن	N2	I6, I7, I9, I12
	سطح سواد مجازی پایین	N3	I3, I4, I6, I12
	پنداشت‌ها و پیش‌زمینه‌های اشتباه در زمینه هوشمند سازی	N4	I2, I4, I7, I11, I12
	پایین بودن سطح تخصص مدیران بوم‌گردی‌ها	N5	I3, I5, I7, I8, I11
	فقدان تعریف واضح از بوم‌گردی هوشمند	N6	I2, I4, I5, I8, I9, I12
چالش‌های روانی P	ترس از دست رفتن برخی از مشتریان	P1	I1, I7, I8, I10
	نگرانی نسبت به تغییر بازار هدف	P2	I3, I5, I8, I9, I11
	نگرانی‌های از دست رفتن حریم خصوصی و امنیت اطلاعات شخصی	P3	I6, I8, I10, I11
	آسیب به حس اصالت از دید گردشگر	P4	I1, I5, I7, I8, I9, I12
	آسیب به حس هویت جامعه محلی	P5	I2, I3, I5, I9, I11, I12
چالش‌های اجرایی EX	چالش اعتماد الکترونیک	P6	I2, I4, I5, I8, I9
	مقاومت کارکنان نسبت به هوشمند سازی	EX1	I2, I3, I6, I8, I10
	مقاومت جامعه محلی نسبت به هوشمند سازی	EX2	I3, I6, I10, I12
	عدم پوشش سراسری اینترنت	EX3	I1, I3, I5, I9, I11, I12
	ضعف زیرساخت‌های فنی مناطق بومی	EX4	I2, I4, I6, I9, I10
	عدم تمایل متخصصان هوشمند سازی به بوم‌گردی‌ها	EX5	I2, I4, I7, I12
	تأکید بیشتر بر زیرساخت‌ها به‌جای مشارکت گردشگران	EX6	I5, I7, I9, I11, I12

چالش‌های هوشمند سازی

پس از مصاحبه با ۱۲ تن از صاحبان و مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی و تحلیل تم صورت گرفته و استخراج کدها (تم‌ها)، مفاهیم و دستیابی به مقوله اصلی (چالش‌های هوشمند سازی بوم‌گردی‌ها)، به سازه نهایی در زمینه چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران بوم‌گردی‌ها دست‌یافتیم و سازه ارائه‌شده به دنبال پاسخ به سؤال دوم پژوهش که در بالا نیز مطرح گشته است ارائه می‌گردد. نمودار ۱ نشان‌دهنده سازه چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران بوم‌گردی‌ها می‌باشد.



شکل ۱. سازه چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران بوم گردی‌ها

بحث

در تحقیقات پیشین مشاهده می‌نماییم که برخی محققان چون، طاهر و همکاران (۲۰۲۱) (چالش‌های توسعه گردشگری هوشمند شامل: نیازمندی به هزینه زیاد، عدم آگاهی گردشگران و مردم از فناوری جدید، نیاز کمتر به نیروی انسانی)، وانگ و همکاران (۲۰۲۱) (چالش‌های توسعه گردشگری هوشمند در چین شامل: تأکید بیش از حد بر توسعه زیرساخت‌ها، تفاوت آشکار سطوح هوشمندی در میان مناطق مختلف چین، استفاده ناکارآمد از منابع داده‌های گردشگری و محدودیت‌های خلاقیت صنعت گردشگری مبتنی بر گردشگری هوشمند)، چالش‌های گردشگری هوشمند را به‌طور کلی مورد بررسی قرار داده بودند. دسته‌ای دیگری از محققان نیز به بررسی چالش‌های هوشمند سازی اختصاصاً در زمینه اکوتوریسم پرداخته بودند مانند، امیر و همکاران (۲۰۲۰) (چالش‌های آگاهی، امنیت و حریم خصوصی و فرآیند پیاده‌سازی گردشگری هوشمند را به‌عنوان مهم‌ترین چالش‌های گردشگری هوشمند در مقاصد اکوتوریسم مالزی شناسایی کرده بودند) و عباسی سورکی و همکاران (۱۴۰۱) (اساسی‌ترین چالش‌ها و مشکلات در خصوص فراهم کردن بستر هوشمند برای مردم محلی و گردشگران در روستاهای بخش بن رود بخش اصفهان مربوط به عدم اعتقاد کسب‌وکار به بسترهای آنلاین، عدم قابلیت‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای رزرو آنلاین هستند). اما در هیچ‌یک از تحقیقات مذکور و پیشین چالش‌های هوشمند سازی اختصاصاً برای اقامتگاه‌های بوم‌گردی مورد بررسی قرار نگرفته است؛ لذا با شناسایی شکاف فوق، محققان در طی این پژوهش به بررسی و شناسایی چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه مدیران و صاحبان بوم‌گردی پرداختند.

نتیجه‌گیری

همان‌گونه که بیان شد، در ابتدا به‌منظور شناسایی و چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران، به مصاحبه عمیق با ۱۲ مدیران و صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی پرداخته و درنهایت با تحلیل تم صورت گرفته از متون مصاحبه‌ها، کدهایی با فراوانی و تکرار شناسایی گشت؛ که موارد تکراری حذف و درنهایت ۲۸ کد که در شکل‌گیری الگوی چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی تأثیرگذار بوده‌اند شناسایی شد. ۲۸ کد شناسایی شده در مفاهیم کلان چالش‌های تکنولوژی، چالش‌های اقتصادی، چالش‌های دانش تخصصی، چالش‌های روانی و چالش‌های اجرایی طبقه‌بندی و نشان‌دهنده علل اصلی عدم هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی هستند و مقوله اصلی چالش‌های هوشمند سازی را ایجاد نموده‌اند و بدین‌صورت چارچوب و سازه چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایجاد و طراحی گشت.

مفهوم چالش‌های تکنولوژی دربردارنده کدهایی است که ناظر بر چالش‌های مرتبط با تکنولوژی‌های مورد استفاده در هوشمند سازی و نحوه کاربرد و به‌کارگیری آن‌ها می‌باشد، فقدان فرهنگ استفاده از تجهیزات و فرصت‌های دیجیتال مسئله‌ای است که امروزه یکی از چالش‌های هوشمند سازی به شمار می‌رود زیرا دنیای دیجیتال دارای مفاهیم، روش‌ها و ابعاد جدیدی می‌باشد و استفاده از آن نیز فرهنگ خاص خود را می‌طلبد حال با توجه به نوظهور بودن این تکنولوژی‌ها به‌خصوص برای جامعه محلی، عدم آشنایی با فرهنگ دیجیتال می‌تواند سبب عدم بهره‌مندی مناسب از مزایای تکنولوژی‌های دیجیتال هم توسط صاحبان و کارکنان اقامتگاه‌های بوم‌گردی و هم توسط متقاضیان خدمات بوم‌گردی شده و از سوی دیگر حتی می‌تواند در نتیجه استفاده نامناسب می‌تواند آسیب‌هایی را نیز به همراه داشته باشد، از طرف دیگر فقدان تکنولوژی و پلتفرم‌های تخصصی و اختصاصی در زمینه بوم‌گردی‌ها که مشخصاً برای این نوع اقامتگاه‌ها طراحی شده باشد و بتواند پاسخگوی نیازهای بوم‌گردی‌ها باشد؛ نیز مسئله‌ای است که صاحبان بوم‌گردی را در راه هوشمند سازی دچار مشکل می‌کند زیرا که پلتفرم‌های اقامتی موجود عمده‌تاً برای هتل‌های بزرگ طراحی شده‌اند و به‌کارگیری آن‌ها در اقامتگاه‌های بوم‌گردی امکان‌پذیر نیست، همچنین باید در نظر گرفت که بوم‌گردی‌ها عمدتاً یا توسط کارآفرینان محلی و یا به‌صورت خانوادگی اداره می‌شوند و مدیران و صاحبان آن‌ها، و هم کارکنان آن‌ها که عمدتاً از جامعه محلی هستند و همچنین متقاضیان خدمات بوم‌گردی معمولاً فاقد تخصص کافی در زمینه تکنولوژی‌های دیجیتال می‌باشند، و به‌خصوص مدیران و صاحبان بوم‌گردی آشنایی کافی با گردشگری الکترونیک و خصوصاً اصول تجارت الکترونیک، نداشته که این مسئله نیز بسیار قابل توجه است زیرا که سیستم‌های پرداخت آنلاین می‌تواند یکی از اصول پایه‌ای یک بوم‌گردی هوشمند باشد که بهره‌گیری از چنین سیستمی نیازمند دانستن اصول پایه‌ای تجارت الکترونیک می‌باشد.

در بخش چالش‌های اقتصادی نیز ۵ زیرگروه شناسایی شده که مهم‌ترین آن‌ها عدم استطاعت مالی صاحبان بوم‌گردی‌ها می‌باشد که این مسئله با توجه به قرارگیری در زمره کسب‌وکارهای کوچک قابل توجه می‌باشد. همچنین باید توجه داشت که معمولاً هزینه نسبی راه‌اندازی سیستم‌های هوشمند در سطح متوسط به بالا می‌باشد و در بحث نگهداری و پشتیبانی این سیستم‌ها نیز معمولاً هزینه‌بر می‌باشد که این مسئله می‌تواند سبب بالا رفتن بهای تمام‌شده خدمات و نگرانی در خصوص افزایش هزینه نگهداری شده و همچنین در قیمت‌گذاری صاحبان بوم‌گردی را با چالش مواجه کند زیرا یکی از مزیت‌های رقابتی عمده اقامتگاه‌های بوم‌گردی نسبت به سایر انواع اقامتگاه‌ها قیمت پایین‌تر این اقامتگاه‌ها باشد و بالا رفتن هزینه این اقامتگاه‌ها می‌تواند سبب به خطر افتادن این مزیت شود.

همچنین باید در نظر داشت یکی از فواید اقامتگاه‌های بوم‌گردی ایجاد اشتغال پایدار برای افراد محلی می‌باشد که در صورت هوشمند سازی اقامتگاه‌ها و اضافه شدن مسئولیت‌های مرتبط با فناوری به شرایط لازم برای احراز مشاغل موجود در بوم‌گردی‌ها می‌تواند سبب کاهش سطح ارتفاع و اشتغال جامعه محلی شود.

همچنین ۶ چالش در زیرگروه چالش‌های دانش تخصصی قرار می‌گیرند که تفاوت این مفهوم با مفهوم چالش‌های تکنولوژی آن است که چالش‌های تکنولوژی در سطح پایه و وسیع‌تری بوده و دانش تخصصی ناظر بر جنبه‌های تخصصی گردشگری هوشمند می‌باشد که لازم است با توجه به اهمیت این موضوع، گستردگی آن و ارتباط با سایر علوم در یک گروه جداگانه مورد بررسی قرار گیرد. گردشگری هوشمند مفهوم نوظهوری بوده که پیدایش و توسعه مفهوم آن سابقه طولانی ندارد، و به همین علت نخستین چالش در خصوص هوشمند سازی فقدان نیروی انسانی متخصص در زمینه گردشگری هوشمند می‌باشد، که تمامی کسب‌وکارهای گردشگری را برای هوشمند سازی دچار چالش می‌کند زیرا از طرفی متخصصان گردشگری دانش تخصصی لازم هوشمند سازی را نداشته و متخصصان IT و ICT، و تکنولوژی نیز دانش تخصصی گردشگری ندارند به خصوص در زمینه اقامتگاه‌های بوم‌گردی که جزو مشاغل ساده به شمار می‌آیند که شرایط احراز شغل ساده‌ای دارند این مسئله بسیار مورد توجه تر است، همچنین ضعف دانش تخصصی گردشگری هوشمند به خصوص در زمینه بوم‌گردی‌ها سبب شده تا تعریف دقیقی از بوم‌گردی هوشمند در دسترس نباشد و همچنین صاحبان بوم‌گردی با هوشمند سازی و مزایای آن آشنا نبوده و با توجه به پایین بودن سطح نسبی تخصص و مهارت مدیران و صاحبان بوم‌گردی در قیاس با مدیران سایر تسهیلات اقامتی، پنداشت‌ها و پیش‌زمینه‌های اشتباهی در زمینه هوشمند سازی، ویژگی‌ها، نتایج و شرایط آن داشته باشند. و از طرف دیگر چالش پایین بودن سطح سواد مجازی هم در میان کارکنان بوم‌گردی‌ها و جامعه محلی و هم در میان گردشگران متقاضی خدمات بوم‌گردی نیز یکی از چالش‌های هوشمند سازی بوم‌گردی‌ها می‌باشد.

چالش‌های روانی نیز یکی از دسته‌های چالش‌های هوشمند سازی بوم‌گردی‌ها می‌باشد، و می‌تواند سبب موانع ذهنی هم سر راه صاحبان و مدیران بوم‌گردی برای بهره‌گیری از امکانات هوشمند سازی و هم در میان کارکنان بوم‌گردی‌ها شود، و هم می‌تواند سبب عدم تمایل و حتی بدبینی متقاضیان خدمات بوم‌گردی به استفاده خدمات گردشگری هوشمند در اقامتگاه‌های بوم‌گردی بشود. یکی از این چالش‌ها نگرانی صاحبان و مدیران بوم‌گردی نسبت به از دست رفتن برخی مشتریان و یا نگرانی در خصوص تغییر بازار هدف (منظور آن است که صاحبان و مدیران بوم‌گردی با چندین سال سابقه یک دید ذهنی نسبت به مشتریان خود دارند و آن‌ها را بازار هدف خود می‌دانند و با توجه به تجربه خود در خصوص این دست گردشگران خود را نسبت با این دسته متخصص می‌دانند) در صورت هوشمند سازی سیستم ارائه خدمات می‌باشد که این مسئله از آنجا می‌آید که اقامتگاه‌های بوم‌گردی عمدتاً با سادگی و بهره‌گیری از امکانات مناطق بومی و سنتی شناخته می‌شوند و از طرفی هوشمند سازی بیش‌ازحد و غیراصولی می‌تواند از طرفی هم سبب آسیب به حس اصالت از دید گردشگر بشود و هم سبب کاهش حس هویت جامعه بشود که این چالش مدیران و صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی را برای هوشمند سازی خدمات دچار ابهام می‌کند و عمدتاً باعث ایجاد یک جبهه ذهنی و خطای برخورد کلیشه‌ای شده و سبب می‌شود که معایب احتمالی هوشمند سازی، سبب شود که مدیران و صاحبان اقامتگاه‌های بوم‌گردی با کلیت قضیه هوشمند سازی مخالفت کنند، از طرف دیگر گردشگران متقاضی بوم‌گردی نیز ممکن است نگران از دست رفتن حریم خصوصی و امنیت اطلاعات شخصی خود در هنگام استفاده از خدمات هوشمند باشند و همچنین چالش اعتماد الکترونیک نیز همواره یکی از چالش‌های هوشمند سازی به خصوص در زمینه خدمات اقامتی که ناظر بر جنبه‌هایی خصوصی‌تری از

زندگی است، می‌باشد.

همچنین یک دسته دیگر از چالش‌های اقامتگاه‌های بوم‌گردی مربوط به چالش‌های اجرایی و پیاده‌سازی سیستم‌های هوشمند سازی می‌باشد، که این دست چالش‌ها در مرحله اجرا می‌تواند بوم‌گردی‌ها را دچار چالش کند، که در این دسته نیز ۶ چالش قرار می‌گیرد.

همان‌گونه که گفته شد عمده کارکنان اقامتگاه‌های بوم‌گردی را جامعه بومی و محلی تشکیل می‌دهد که معمولاً سطح سواد مجازی پایینی دارند و این افراد ممکن است که نسبت به پذیرش و استفاده از امکانات دیجیتال مقاومت کنند، و از طرف دیگر نیز خود جامعه بومی و محلی مناطق قرارگیری اقامتگاه‌های بوم‌گردی نیز به‌عنوان بخشی از زنجیره ارزش اقامتگاه‌های بوم‌گردی امکان دارد بعضاً در مقابل بهره‌گیری و استفاده از تجهیزات و امکانات دیجیتال مقاومت نمایند، همچنین باید توجه داشت که راه‌اندازی دستگاه‌های هوشمند نیازمند زیرساخت‌های فنی و همچنین شبکه اینترنت در محل موردنظر می‌باشد و با توجه به ضعف زیرساخت‌های فنی مناطق قرارگیری بوم‌گردی‌ها و همچنین عدم پوشش سراسری شبکه اینترنت به‌خصوص شبکه‌های پرسرعت اینترنت در مناطق قرارگیری بوم‌گردی‌ها، صاحبان و مدیران اقامتگاه‌های بوم‌گردی برای بهره‌گیری از سیستم‌های هوشمند دچار مشکل شوند، و هزینه راه‌اندازی تجهیزات اینترنت ماهواره‌ای نیز توجیه اقتصادی برای این کسب‌وکارها ندارد. همچنین به دلیل قرارگیری کسب‌وکارهای بوم‌گردی جزو کسب‌وکارهای کوچک و متوسط مقیاس، متخصصان هوشمند سازی تمایل چندانی به کار کردن در زمینه بوم‌گردی‌ها ندارند و به همین دلیل بوم‌گردی‌ها در راه اجرا کردن پروژه‌های هوشمند سازی دچار مشکل می‌شوند. همچنین مسئله دیگر این است که تأکید بیش‌ازحد بر توسعه کمی زیرساخت‌ها سبب شده، که مدیران و صاحبان بوم‌گردی به مشارکت گردشگران با امکانات موجود چندان توجه نکنند، زیرا در دنیای امروز با پیشرفت روزافزون تکنولوژی، بهره‌گیری از خدمات و تکنولوژی‌های دیجیتال روزبه‌روز ساده‌تر می‌شود، برای مثال روزی برای وصل شدن به شبکه اینترنت نیاز به خطوط تلفن ثابت، مودم‌های خاص و کامپیوترهای بزرگ و حجیم بود، اما اکنون می‌توان به‌سادگی در تلفن همراه خود عمده امکانات دیجیتال را مورد استفاده قرارداد. به همین دلیل لازم است تا صاحبان و مدیران بوم‌گردی به‌جای تمرکز بر توسعه کمی زیرساخت‌ها به دنبال شناخت راه‌های ساده‌تری برای بهره‌گیری از سیستم‌های هوشمند باشند.

با توجه به نتایج و محدودیت‌های تحقیق، موارد زیر برای تحقیق‌های بعدی توصیه می‌شود:

موضوع پژوهش فوق و سازه‌شناسایی شده در حیطه چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه صاحبان و مدیران بوم‌گردی‌ها است و محققان به دلیل عدم دسترسی به نظرسنجی و بررسی چالش‌های هوشمند سازی از دیدگاه گردشگران و جامعه هدف (متقاضیان بوم‌گردی‌ها) نپرداخته‌اند؛ لذا پیشنهاد می‌گردد تحقیقات آتی در زمینه چالش‌های هوشمند سازی اقامتگاه‌های بوم‌گردی از دیدگاه متقاضیان بوم‌گردی و گردشگران صورت گیرد. به‌علاوه جهت بررسی روایی سازه موردنظر پیشنهاد می‌گردد محققان آتی در تحقیقات خود، تحلیل عاملی تأییدی را به انجام برسانند، همچنین جهت شناسایی اولویت‌های چالش‌های موثر بر هوشمند سازی امکان رتبه‌بندی چالش‌ها نیز برقرار است.

سازه‌شناسایی و مفهوم‌پردازی شده، مختص کشور ایران است، لذا پیشنهاد می‌گردد، سازه مفهوم‌پردازی شده در سایر کشورها بومی سازی و به نظرسنجی گذاشته شود.

حامی مالی

حامی مالی این اثر شرکت یادگار درخشان آریا هست.

سهیمیه نویسندگان در پژوهش

نویسندگان در تمام مراحل و بخش‌های انجام پژوهش سهم برابر داشتند.

تضاد منافع

نویسندگان اعلام می‌دارند که هیچ تضاد منافی در رابطه با نویسندگی و یا انتشار این مقاله ندارند.

تقدیر و تشکر

نویسندگان از همه کسانی که در انجام این پژوهش به ما یاری رساندند، به ویژه کسانی که کار ارزیابی کیفیت مقالات را انجام دادند، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

منابع

- بایبری، جعفر؛ قادری، اسماعیل و محمود زاده، مجتبی. (۱۴۰۱). طراحی چارچوب مدل کسب‌وکار پایدار اقامتگاه‌های بوم‌گردی با استفاده از روش فراترکیب. *برنامه‌ریزی و توسعه گردشگری*، ۱۱(۴۰)، ۱۶۱-۱۸۶.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.21318.3526>
- چراغعلی‌خانی، علی؛ رضاعلی، عماد و خوش‌لهجه، سید علی. (۱۳۹۹). رتبه‌بندی عوامل مؤثر بر انتخاب مکان هدف گردشگری در صنعت گردشگری ایران (با استفاده از مدل دیمتل). *پژوهش‌های جغرافیایی انسانی*، ۵۲(۳)، ۱۰۷۱-۱۰۸۱.
<https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.21318.3526>
- حسام، مهدی. (۱۳۹۸). شناسایی موانع تأسیس و توسعه اقامتگاه‌های بومگردی در نواحی روستایی استان گیلان. *پژوهش‌های روستایی*، ۱۰(۳)، ۵۴۶-۵۵۹.
<https://doi.org/10.22059/jrur.2019.281777.1363>
- دفتر برنامه‌ریزی و بودجه. (۱۴۰۰). سالنامه آماری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی سال ۱۳۹۹. وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع‌دستی، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، تهران، ایران.
- دفتر برنامه‌ریزی و بودجه. (۱۳۹۶). سالنامه آماری سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری سال ۱۳۹۵. سازمان میراث فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری، پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری، تهران، ایران.
- ربانی، رضیه. (۱۳۹۷). *بررسی پتانسیل‌های اقامتگاه‌های بومگردی در توسعه گردشگری نسل سوم، مورد پژوهی: اقامتگاه‌های بوم‌گردی استان اصفهان*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشکده پژوهش‌های عالی هنر و کارآفرینی. دانشگاه اصفهان.
- شفیعی، ساناز. رجب‌زاده قطرمی، علی. حسن‌زاده، علیرضا و جهانیان، سعید. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر فناوری اطلاعات بر توسعه پایدار مقاصد گردشگری به‌منظور توسعه مقاصد گردشگری هوشمند (با استفاده از رویکرد فراترکیب). *تحقیقات بازاریابی نوین*، ۲۷(۷)، ۹۵-۱۱۶.
<https://doi.org/10.22108/nmrj.2017.103939.1247>
- عباسی سورکی، فاطمه؛ شیخی، احمدرضا و نوری زمان‌آبادی، هدایت‌اله. (۱۴۰۱). شناسایی و تحلیل موانع گذار از ساختارهای سنتی به بستر هوشمند در مقاصد گردشگری روستایی بخش بن رود شهرستان اصفهان. *فصلنامه مطالعات توسعه پایدار شهری و منطقه‌ای*، ۳(۱)، ۴۴-۶۷.
- عنابستانی، علی‌اکبر؛ گیاهی، حسن و جوانشیری، مهدی. (۱۳۹۷). بررسی و تحلیل آثار ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی بر توسعه سکونتگاه‌های روستایی (نمونه: روستای رادکان شهرستان چناران). *برنامه‌ریزی فضایی*، ۱۸(۲)، ۱-۲۴.
<https://doi.org/10.22108/spl.2018.108017.1132>

References

- Abasi Soraki, F., Shaikhi, A., & Nori Zaman Abadi, H. (2022). Identification and Analysis of Barriers to Transition from Traditional to Intelligent Structures in Rural Tourism Destinations, Case Study: Ben Roud Section, Isfahan Township. *Journal of Sustainable Urban & Regional Development Studies (Jsurds)*, 3(1), 44-67. [In Persian].
- Anabestani, A., Giyahi, H., & Javanshiri, M. (2018). An Analysis of the Effects of Establishing Ecotourism Residence on Development of Rural Settlements (A Case Study of Radakan Village, Chenaran County). *Spatial planning*, 8(2), 1-24. doi: 10.22108/spl.2018.108017.1132 [In Persian].
- Ashurova, M. S. (2023). The Role Of Tour Operators In The System Of Economic Relations. *Educational Research in Universal Sciences*, 2(1), 399-402.
- Bakıcı, T., Almirall, E., & Wareham, J. (2013). A smart city initiative: the case of Barcelona. *Journal of the knowledge economy*, 4(2), 135-148. <https://doi.org/10.1007/13132-012-0084-9>
- Bapiri, J., Ghaderi, E., & Mahmoudzadeh, M. (2022). Developing Sustainable Business Model Framework for Ecolodges: Using Meta-synthesis Method. *Tourism planning and development*, 11(40), 161-186. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.21318.3526> [In Persian]
- Buhalis, D. (2000). Tourism and information technologies: Past, present and future. *Tourism recreation research*, 25(1), 41-58. <http://dx.doi.org/10.1080/02508281.2000.11014899>
- Buhalis, D. (2022). *Drivers of e-Tourism*. In: Xiang, Z., Fuchs, M., Gretzel, U., Höpken, W. (eds) *Handbook of e-Tourism*. Springer International Publishing, Cham. 57-74. https://doi.org/10.1007/978-3-030-05324-6_6-1
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). *Smart Tourism Destinations*. In: Xiang, Z., Tussyadiah, I. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2_40
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet The state of eTourism research. *Tourism management*, 29(4), 609-623. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005>
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582. <https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1592059>
- Camilleri, J., & Neuhofer, B. (2017). Value co-creation and co-destruction in the Airbnb sharing economy. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. <http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-09-2016-0492>
- Caragliu, A., Del Bo, C., & Nijkamp, P. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, 18 (2), 65-82. <https://doi.org/10.1080/10630732.2011.601117>
- Cheraghali khani, A., Rezaali, E., & Khoshlahje Minoo, A (2020). Ranking factors affecting the selection of tourist target location using the Dimatel model: A case study of tourism industry in Iran. *Human Geography Research Quarterly*, 52(3), 1071-1081. <https://doi.org/10.22080/jtpd.2022.21318.3526> [In Persian].
- Collection of Tourism Expenditure Statistics. Technical Manual No.2. (1995). UNWTO. Retrieved from: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284401062>
- Da Costa Liberato, P. M., Alén-González, E., & de Azevedo Liberato, D. F. V. (2018). Digital technology in a smart tourist destination: the case of Porto. *Journal of Urban Technology*, 25(1), 75-97. <http://dx.doi.org/10.1080/10630732.2017.1413228>
- Del Chiappa, G., & Baggio, R. (2015). Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 145-150. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.02.001>
- Ghaith, A., Abdel-Wahab, M., Abdel-ate, A. A., & Qoura, O. (2019). Profiling of Egyptian Eco-lodge Guests. *International Journal of Heritage. Tourism and Hospitality*, 13(2), 54-69. <http://dx.doi.org/10.21608/ijhth.2019.92751>
- Gohar, A., & Kondolf, G. M. (2020). How Eco is Eco-Tourism? A systematic assessment of resorts on the Red Sea, Egypt. *Sustainability*, 12(23), 10139. <https://doi.org/10.3390/su122310139>
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic markets*, 25(3), 179-188. <http://dx.doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>

- Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., & Williams, P. (2010). Foundations for smarter cities. *IBM Journal of research and development*, 54(4), 1-16. <http://dx.doi.org/10.1147/JRD.2010.2048257>
- Harrison, C., Eckman, B., Hamilton, R., Hartswick, P., Kalagnanam, J., Paraszczak, J., & William, P. (2010). Foundation for Smarter Cities. *IBM Journal of Research and Development*, 54(4), 1-16. <http://dx.doi.org/10.1147/JRD.2010.2048257>
- Hesam, M. (2019). Identifying Obstacles to the Establishment and Development of Ecotourism Residence in the Rural Areas of Guilan Province. *Journal of Rural Research*, 10(3), 546-559. <http://dx.doi.org/10.22059/jrur.2019.281777.1363> [In Persian].
- Huang, A., & Li, Y. (2011). Study on Smart Tourism System Based on Smart City Duing the 12th Five Year Plan Period. *paper presented at China Tourism Research Annual Conference (Beijing, 2011)*. <https://doi.org/10.1080/10630732.2021.1879605>
- Isaac, R.K. & Dodeen, S. (2023). Stakeholders' perspective on smart tourism development: a case study of the West Bank, Palestine. *Management & Sustainability: An Arab Review*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/MSAR-01-2023-0003>
- Jin, W. (2012). Smart tourism and the construction of tourism public service system. *Tourism Tribune*, 27(2), 5-6.
- Kuflik, T., Wecker, A. J., Lanir, J., & Stock, O. (2015). An integrative framework for extending the boundaries of the museum visit experience: linking the pre, during and post visit phases. *Information Technology & Tourism*, 15(1), 17-47. <http://dx.doi.org/10.1007/s40558-014-0018-4>
- Lee, C. C., & Chang, C. P. (2008). Tourism development and economic growth: A closer look at panels. *Tourism management*, 29(1), 180-192. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2007.02.013>
- Lee, J. H., Hancock, M. G., & Hu, M. C. (2014). Towards an effective framework for building smart cities: Lessons from Seoul and San Francisco. *Technological Forecasting and Social Change*, 89, 80-99. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.08.033>
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism management*, 58, 293-300. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>
- Liu, J., & Fan, Y. (2011). The form, value and development trend of intelligent tourism. *Chongqing Social Sciences*, 10, 121-124. <https://doi.org/10.54517/st.v3i1.1714>
- Long, Y., Ge, J., Li, Q., Xie, Y., & Zhang, L. (2014). Application System of Urban Smart Tourism Based on GIS. *Science of Surveying and Mapping*, 39(08), 98-102.
- Ma, Y., & Liu, J. (2011). The enormous prospects of the smart tourism applications. *China Tourism News*, 13, 8-24. <http://dx.doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
- Marija, C., Uglješa, S., Dunja, D., & Vanja, P. (2019). Nice and smart: creating a smarter festival—the study of EXIT (Novi Sad, Serbia). *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1596139>.
- McCarthy, J., & Wright, P. (2004). Technology as experience. *interactions*, 11(5), 42-43. <http://dx.doi.org/10.1145/1015530.1015549>
- Mo, K. (2013). Discussion on security threats and countermeasures of smart tourism. *Tourism Overview*, 2, 302-303.
- Morrison, A. (2002). Small hospitality businesses: enduring or endangered?. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 9(1), 1-12.
- Nematpour, M., & Faraji, A. (2019). Structural analysis of the tourism impacts in the form of future study in developing countries (case study: Iran). *Journal of Tourism Futures*, 5(3), 259-282. <http://dx.doi.org/10.1108/JTF-05-2018-0028>
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2012). Conceptualising technology enhanced destination experiences. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1-2), 36-46. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2012.08.001>
- Prasad, D., & Alizadeh, T. (2020). What makes Indian cities smart? A policy analysis of smart cities mission. *Telematics and Informatics*, 55, 101466. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101466>
- Pribadi, T. I., Tahir, R., & Yuliawati, A. K. (2021). The Challenges in Developing Smart Tourism: A Literature Review. *InfoTekJar: Jurnal Nasional Informatika dan Teknologi Jaringannya*, 5(2), 254-258. <http://dx.doi.org/10.30743/infotekjar.v5i2.3462>

- Rahman, S. A. A., Yusof, M. A., Nakamura, H., & Nong, R. A. (2020). Challenges of smart tourism in Malaysia eco-tourism destinations. *Planning Malaysia*, 18. <http://dx.doi.org/10.21837/pm.v18i14.844>
- Sevrani, K., & Elmazi, L. (2008). Ict and the changing landscape of tourism distribution-a new dimension of tourism in the global conditions. *Revista de turism-studii si cercetari in turism*, (6), 22-29.
- Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2022). A Study of Online Tourism Services in Iran: The Viewpoint of Tourists. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 70(1), 67-86. <http://dx.doi.org/10.37741/t.70.1.5>
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2018). Studying the Effect of IT on Sustainable Development of Tourism Destinations toward Developing Smart Tourism Destinations (Based on the Meta Synthetize Approach). *New Marketing Research Journal*, 7(4), 95-116. <https://doi.org/10.22108/nmrj.2017.103939.1247> [In Persian]
- Sheldon, P. J. (1997). *Tourism information technology*. Cab International. <https://www.scirp.org/reference/referencespapers?referenceid=1290907>
- Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable development*, 29(1), 259-271. <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
- Sumanapala, H. D. P., Kotagama, S. W., Perera, P. K. P., Galahitiyawe, N. W. K., & Suranga, D. A. C. S. (2017). Comparison of characteristics of Asian and non-Asian tourists visiting eco-lodges in Sri Lanka. *Sri Lanka Journal of Social Sciences*, 40(2), 119-126. <http://dx.doi.org/10.4038/sljss.v40i2.7542>
- Tang, "Smart Tourism and Informationization," *China Tourism News* (April 20, 2012) 11.
- UNWTO Tourism Highlights: 2018 Edition. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419876>.
- UNWTO, Tourism Resilience Committee Stresses Need for "Smart Tourism" (Madrid: UNWTO Press, 2009) <http://sdg.iisd.org/news/unwto-tourism-resilience-committee-stresses-need-for-%E2%80%9Csmart-tourism%E2%80%9D-2/?rdr=nr.iisd.org> Accessed September 27, 2016.
- Vanolo, A. (2014). Smartmentality: The smart city as disciplinary strategy. *Urban studies*, 51(5), 883-898. <http://dx.doi.org/10.1177/0042098013494427>
- Vasavada, M., & Padhiyar, Y. J. (2016). Smart Tourism: Growth for Tomorrow. *Journal for Research* | Volume, 1(12).
- Vazin, N., Mokhtari Hashi, H., & Setayesh Manesh, M. (2019). The study of the effect of tourism development on strengthening Iran's national power. *Research Political Geography Quarterly*, 3(2), 115-139. <https://doi.org/10.22067/PG.V3I4.82904>
- Wang, X., Zhen, F., Tang, J., Shen, L., & Liu, D. (2021). Applications, experiences, and challenges of smart tourism development in China. *Journal of Urban Technology*, 1-26. <http://dx.doi.org/10.1080/10630732.2021.1879605>
- Werthner, H., & Klein, S. (1999). *Information technology and tourism: a challenging relationship*. Springer-Verlag Wien. <http://dx.doi.org/10.1007/978-3-7091-6363-4>
- World Economic Forum, The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017 (Geneva: WEF, 2017) <http://reports.weforum.org/travel-and-tourism-competitiveness-report-2017/> Accessed October 19, 2016.
- World Travel & Tourism Council (WTTC), *Travel & Tourism Economic Impact Reports 2022*, August 2022, Available at: <https://wttc.org/Portals/0/Documents/Reports/2022/EIR2022-Global%20Trends.pdf>
- World Travel & Tourism Council (WTTC), *Travel & Tourism Economic Impact Reports 2020*, Available at: <https://wttc.org/research/economic-impact>
- Yao, G. (2012). Analysis of smart tourism construction framework. *Nanjing University of Posts and Telecommunications (The Social Sciences Edition)*, 14(2), 5-9.
- Zhang, L., Li, N., & Liu, M. (2012). On the Basic Concept of Smarter Tourism and Its Theoretical System. *Tourism Tribune*, 27(5) 66-73. https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8_175