



بهبود مدیریت گردشگری سلامت

(اقتصاد هوشمند، گردشگری هوشمند، محیط هوشمند و حکمرانی هوشمند)

مریم صادقی

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

Sadeghi_maryam_IT@shu.iaun.ac.ir

محمد نادری دهکردی

استادیار، دانشکده کامپیوتر، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

naderi@iaun.ac.ir

بهرنگ برکتین

استادیار، دانشکده کامپیوتر، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

behrang_barekatain@iaun.ac.ir

ناصر خانی

دانشیار، گروه مدیریت، واحد نجف آباد، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران.

naserkhani@phu.iaun.ac.ir

چکیده

مقاصد گردشگری هوشمند که توسط پیشرفت‌های فناوری هدایت می‌شوند، با هدف افزایش تجارب مسافران و کیفیت زندگی ساکنان است. با این حال، تحقیقات موجود در درجه اول بر دیدگاه گردشگران تمرکز دارد و در عین حال از نگرش ساکنان غفلت می‌کند. نگرش ساکنان بر حمایت آنها از توسعه گردشگری هوشمند محلی تأثیر می‌گذارد. بدون حمایت ساکنان، پروژه‌های مرتبط با گردشگری هوشمند ممکن است با شکست مواجه شوند. مطالعه حاضر (مروری نظام مند)، با بررسی چگونگی درک ساکنان از تأثیر گردشگری هوشمند در جوامع خود از طریق توسعه و اعتبارسنجی مقیاس تأثیر، این شکاف را پر می‌کند. مقیاس مذکور به‌طور دقیق در چهار بعد مفهوم‌سازی شده است: اقتصاد هوشمند، گردشگری هوشمند، محیط هوشمند و حکمرانی هوشمند. این مطالعه یک ابزار اندازه‌گیری ارزشمند برای تشخیص عوامل تعیین کننده ادراکی مقاصد گردشگری هوشمند بر رضایت کلی ساکنان از زندگی ارائه می‌دهد، و از این طریق مدیریت گردشگری سلامت را بهبود می بخشد.

واژگان کلیدی: تأثیر گردشگری هوشمند، ساکنان جامعه، کیفیت زندگی، مقصد گردشگری هوشمند.



مقدمه

پیشرفت‌های فناوری بر تمام بخش‌های اصلی اقتصادی (World Economic Forum, 2016)، از جمله صنعت گردشگری تأثیر گذاشته است (Xiang et al., 2015). تأثیر قابل توجه فناوری بر گردشگری، الهام‌بخش تحقیقات حیاتی در مورد مقاصد گردشگری هوشمند^۱ شده است، که به مکان‌های جغرافیایی خاصی اشاره دارد که در آن فناوری‌های پیشرفته در زیرساخت‌های فیزیکی برای افزایش قابلیت زندگی و جذابیت مقصد مورد استفاده قرار می‌گیرد (Koo et al., 2019). مفهوم مقاصد گردشگری هوشمند در دهه ۲۰۱۰ ظهور کرد و از ایده شهرهای هوشمند گسترش یافت. این تکامل منعکس‌کننده تأثیر عمیق فناوری‌های هوشمند بر مقاصد گردشگری سنتی است (Mehraliyev et al., 2020). مقاصد گردشگری هوشمند که به عنوان اکوسیستم‌های قابل همکاری و به هم پیوسته در نظر گرفته می‌شوند (Boes et al., 2016)، با افزایش تجارب مسافران و کیفیت زندگی ساکنان، به دینفعان مختلف خدمت می‌کنند. تحقیقات گردشگری هوشمند کنونی عمدتاً بر نقش گردشگران تأکید دارد (Ye et al., 2020). با این حال، نگرش ساکنان نسبت به مقاصد گردشگری هوشمند در خط مقدم گفتمان گردشگری هوشمند نبوده است (Santos-Júnior et al., 2020). برای مقاصد هوشمند ضروری است که جوامعی قابل زندگی باشند که ساکنان آن از کیفیت زندگی بالایی برخوردار باشند (Sorokina et al., 2022). فرآیند طراحی مقاصد هوشمند برای پیوند نیازهای ساکنان، رسیدگی به مسائلی که ساکنان ممکن است در جوامع خود با آن مواجه شوند و افزایش رضایت از زندگی ساکنان ضروری است (Uysal et al., 2020). بر اساس تئوری تبادل اجتماعی، نگرش و ارزیابی ساکنان نسبت به توسعه گردشگری هوشمند محلی بر قصد آنها برای حمایت از توسعه آن در جوامع خود تأثیر می‌گذارد (Gautam, 2022).

Sidewalk Labs، یکی از زیرمجموعه‌های Google، قصد داشت تا ۱.۳ میلیارد دلار برای توسعه یک محله از لحاظ فناوری پیشرفته در تورنتو سرمایه‌گذاری کند (Choi, 2019). هدف این پروژه ایجاد شهری آینده نگر بود که مقرون به صرفه بودن، پایداری و طراحی سازگار با محیط زیست را از طریق استفاده از الگوریتم‌های هوش مصنوعی، حسگرهای هوشمند و وسایل نقلیه خودران در اولویت قرار می‌داد (Sidewalk Labs, 2023). با این حال، این پروژه در نهایت در سال ۲۰۲۰ شکست خورد. یکی از دلایل اصلی شکست آن، انتقاد و شک و تردید ساکنان محلی بود (O'Kane, 2021). آنها نسبت به اجرای این فناوری‌ها در جامعه خود احساس بی‌اطلاعی می‌کردند و نگران تهاجم به حریم خصوصی خود به دلیل حضور گسترده حسگرهای هوشمند بودند (Warburton, 2020). این شکست برجسته، اهمیت بسیار مهم مشارکت و رسیدگی به نگرانی‌های ساکنان در طرح‌های شهر هوشمند را برجسته کرد. علیرغم اهمیت پذیرفته شده ساکنان در مقاصد گردشگری هوشمند (Mehraliyev et al., 2020)، تحقیقات در مورد تأثیر درک شده ساکنان و کیفیت زندگی در مقاصد گردشگری هوشمند هنوز در حال شکل‌گیری است. بر اساس دانش نویسندگان، تحقیقات قبلی محدودی وجود دارد که به طور تجربی تأثیر و کیفیت زندگی ساکنان را در مقاصد گردشگری هوشمند بررسی می‌کند.

این مطالعه دو مشارکت اصلی را ارائه می‌دهد. ابتدا، ادبیات را با توسعه و اعتبارسنجی مقیاس تأثیر گردشگری هوشمند، یک مقیاس اندازه‌گیری تکوینی برای درک جامع درک ساکنان از گردشگری هوشمند، مطابق با درخواست مهرعلی اف و همکاران^۲ (۲۰۲۰) برای تحقیقات بیشتر در مورد نگرش ساکنان نسبت به گردشگری هوشمند، ارتقا می‌دهد. به عنوان سهامدار کلیدی در مدیریت مقصد، نگرش ساکنان نسبت به گردشگری هوشمند باید در نظر گرفته شود زیرا حمایت آنها برای ایجاد یک جامعه قابل زندگی، متصل و پایدار حیاتی است (Koo et al., 2019). علیرغم اهمیت ادراک ساکنان در مورد تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند، عدم سنجش این پدیده مهم تشخیص داده شد و تشویق می‌کند تا این مقیاس تأثیر ایجاد و اعتبار سنجی گردد. هدف این مقیاس تأثیر، ارائه ابزاری جامع برای ارزیابی ادراک ساکنان از گردشگری هوشمند و شناسایی عوامل تعیین‌کننده ادراکی

^۱ Smart Tourism Destinations (STDs)^۲ Mehraliyev et al



تأثیر کیفیت زندگی کلی ساکنان مقاصد گردشگری هوشمند، ارائه یک چارچوب استاندارد و قابل مقایسه برای تحلیل‌های آینده است. مقیاس تأثیر همچنین می‌تواند به تبدیل مفاهیم پیچیده و چند بعدی مقاصد گردشگری هوشمند به متغیرهای قابل اندازه‌گیری کمک کند. فناوری در مقاصد گردشگری هوشمند، به‌عنوان یک نوآوری مخرب، این پتانسیل را دارد که مدل‌های کسب‌وکار مدیریت مقصد را بازسازی، بازتعریف یا انقلابی کند تا پس از مواجهه با چالش مهم کووید-۱۹، حفظ و کارآمد کردن عملیات گردشگری و کسب مزیت‌های رقابتی در دوران پس از کووید-۱۹ بقای خود را ایجاد کند. بنابراین، سازمان‌های مدیریت مقصد می‌توانند این مقیاس اندازه‌گیری را برای اندازه‌گیری جامع عملکرد توسعه گردشگری هوشمند با در نظر گرفتن ادراک ساکنان و ارزیابی بازده سرمایه‌گذاری مقاصد گردشگری هوشمند به روشی نوآورانه اتخاذ کنند (Shin et al., 2022). مدل‌های اندازه‌گیری مرتبط با فناوری قبلی (مانند مدل پذیرش فناوری) از ارزش‌های عملی محدودی رنج می‌برند (Chuttur, 2009). در مقابل، مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند در این مطالعه می‌تواند برای جمع‌آوری اطلاعات گسترده مورد استفاده قرار گیرد، که امکان نظارت در زمان واقعی را برای ارزیابی جامع درک ساکنان از مقاصد هوشمند فراهم می‌کند. شکست‌های برجسته‌ای مانند پروژه Google's Sidewalk Labs بر نتیجه معکوس نادیده گرفتن مشارکت ساکنین تأکید می‌کند. استفاده پیشگیرانه از مقیاس تأثیر می‌تواند بینش‌های ارزشمندی را ارائه دهد و به برنامه‌ریزان کمک کند تا چالش‌ها را به طور ماهرانه‌تری حل کنند. از طریق روش‌های دقیق توسعه چند مرحله‌ای، مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند در چهار بعد مفهوم‌سازی می‌شود: اقتصاد هوشمند، گردشگری هوشمند، محیط هوشمند، و حکمرانی هوشمند. انتخاب چهار بعد بر اساس مقوله‌های پیشینی با توجه به حوزه‌های اصلی زندگی افراد است. هیچ استاندارد یا معیار ثابتی وجود ندارد که حوزه‌های زندگی در آن گنجانده شود. انتخاب حوزه‌های زندگی باید بر اساس اهداف و روش‌شناسی مطالعات مختلف هدایت شود (Uysal et al., 2016). این مطالعه به بررسی چهار بعد هوشمند در چهار حوزه زندگی می‌پردازد که منعکس‌کننده توسعه فعلی و اهداف استراتژیک مقاصد گردشگری هوشمند است. پیامدهای اقتصاد هوشمند، گردشگری هوشمند، محیط هوشمند و حکمرانی هوشمند بر کیفیت زندگی ساکنان چندوجهی است. با در نظر گرفتن این چهار بعد به طور جمعی، مدیریت مقصد می‌تواند برای توسعه همه جانبه و کل نگر مقاصد گردشگری هوشمند تلاش کند. چهار بعد مقاصد گردشگری هوشمند نشان‌دهنده قدرت دگرگون‌کننده فناوری در پیشبرد پیشرفت اقتصادی، بهبود تجارب سفر، ارتقای پایداری و توانمندسازی حکمرانی موثر است. این ابعاد ارتباط متقابل جنبه‌های مختلف مقاصد گردشگری هوشمند و پتانسیل فناوری را برای ایجاد تغییرات مثبت در حوزه‌های زندگی افراد تأیید می‌کنند.

سهم دوم این است که این مطالعه فراتر از سطح نظری است و به طور تجربی تأثیر مثبت مقاصد گردشگری هوشمند را بر کیفیت زندگی ساکنان تأیید می‌کند. برای بررسی اعتبار نام‌شناختی مدل اندازه‌گیری، این مطالعه بررسی می‌کند که چگونه مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند بر رضایت ساکنان از چهار حوزه زندگی (بهریستی مادی، رفاه اوقات فراغت، رفاه محیطی، و رفاه جامعه) و رضایت کلی از زندگی تأثیر می‌گذارد. هدف توسعه مقاصد گردشگری هوشمند به حداکثر رساندن ارزش برای همه ذینفعان از طریق محصولات و خدمات نوآورانه است (Buhalis et al., 2022). این مطالعه تشخیص می‌دهد که ساکنان می‌توانند به فرصت‌های خلق مشترک ارزش در حال ظهور که توسط اتصال و قابلیت همکاری اکوسیستم گردشگری هوشمند ایجاد می‌شود پاسخ دهند (Chen et al., 2022). با پیشرفت تکنولوژی، این تأثیرات بالقوه مقاصد گردشگری هوشمند بر ساکنان و مسافران به تکامل خود ادامه خواهد داد و در نهایت تجربه کلی سفر و کیفیت زندگی را افزایش می‌دهد.

بررسی ادبیات

محققان قبلی بر جنبه‌های مختلفی از مقاصد هوشمند، مانند پایداری، حکمرانی و فناوری‌های زنجیره بلوکی تأکید کرده‌اند. با این حال، اکثر این مطالعات موافقت که مفهوم شهرهای هوشمند الهام‌بخش مفهوم مقاصد هوشمند است (Williams et al., 2020).



الواتر و دیکینن^۱ (۲۰۱۲) چهار عامل کلیدی را شناسایی کردند که در تعریف شهر هوشمند نقش دارند: کاربرد گسترده فناوری‌ها، تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) بر زندگی روزمره و محیط زیست، پیاده‌سازی فناوری اطلاعات و ارتباطات در حکومت و مدیریت، و ادغام فناوری اطلاعات و ارتباطات با مردم برای نوآوری و تولید دانش. شهرها منابع مرتبط با ICT را برای مقابله با چالش‌های ناشی از شهرنشینی و رشد جمعیت به کار گرفته‌اند (Pettit et al., 2018). آنها فناوری‌هایی را در حوزه‌های مختلف یکپارچه کرده‌اند تا حکمرانی شهری مؤثر، پایداری و کیفیت کلی زندگی شهروندان خود را افزایش دهند. با این وجود، ادبیات اخیر چالش‌های مهمی را که حمایت از شهرهای هوشمند با آن مواجه است، برجسته می‌کند. اولاً، چالش ارزیابی پیشرفت و درجه «هوش» به دست آمده در یک شهر وجود دارد (Ivars-Baidal et al., 2021). علاوه بر این، گسترش پذیرش فناوری تنها به مناطق شهری محدود نمی‌شود، زیرا به مکان‌های روستایی نیز گسترش یافته و مفهوم «دهکده‌های هوشمند» را به وجود آورده است (Coca-Stefaniak, 2021). در نتیجه، تلاش‌ها برای ارتقای هوشمندی باید هم بافت‌های شهری و هم روستایی را در نظر بگیرند و در عین حال اقدامات تطبیقی را برای ارزیابی مؤثر هوش در بر گیرند.

مفهوم مقاصد گردشگری هوشمند از دهه ۲۰۱۰ با گسترش مفهوم شهرهای هوشمند، که منعکس کننده تأثیرات عمیق فناوری‌های هوشمند بر مقاصد گردشگری متعارف است، پدیدار شد (Buhalis & Amaranggana, 2014). از سمت عرضه، مقاصد گردشگری هوشمند را می‌توان از دو منظر درک کرد: طراحی و نوآوری. از منظر طراحی، گردشگری هوشمند فرآیند تکراری طراحی، توسعه، بکارگیری و ارزیابی فناوری‌ها با سه ویژگی برجسته است: ابزاری، به هم پیوسته و هوشمند (Xiang et al., 2021). از منظر نوآوری، مقاصد گردشگری هوشمند سیستم‌ها و فرآیندهای نوآوری پویا از ایده‌پردازی تا تجاری‌سازی را تشکیل می‌دهند که توسط عدم قطعیت و مدیریت دانش هدایت می‌شود (Williams et al., 2020).

تفسیر مقاصد هوشمند می‌تواند به طور قابل توجهی از مکانی به مکان دیگر متفاوت باشد که توسط دیدگاه‌های منحصر به فرد سهامداران مختلف درگیر شکل می‌گیرد (Ye et al., 2021). در میان این سهامداران، سازمان‌های مدیریت مقصد^۲ به عنوان بازیگران کلیدی در سمت عرضه مقاصد هوشمند ایستاده‌اند (Gretzel, 2022). DMOها مسئولیت حیاتی ارتقای مقاصد و خدمت به عنوان رابط‌های محوری را بر عهده دارند و همکاری میان سهامداران مختلف صنعت را تسهیل می‌کنند. آنها نقش فعالی در سازماندهی، ساده‌سازی و نظارت بر ابتکارات گردشگری هوشمند و توسعه مقاصد هوشمند دارند (Sorokina et al., 2022). فراتر از مشارکت مستقیم آنها در گردشگری، DMOها همچنین دارای پتانسیل ایجاد شبکه‌های گسترده‌ای هستند که به بخش‌های دیگر گسترش می‌یابد. علاوه بر این، استقرار مؤثر فناوری‌های هوشمند به تلاش‌های تبلیغاتی و پیاده‌سازی هدایت‌شده توسط DMOها بستگی دارد (Shafiee et al., 2019). یکی دیگر از بازیگران مهم در حوزه مقاصد گردشگری هوشمند دخالت دولت محلی و سیاست‌گذاران است. با این وجود، ایوارس بیدال و همکاران^۳ (۲۰۲۳) گسست بین حاکمیت گردشگری و ابتکارات هوشمند در هفت شهر اروپایی را شناسایی کرده‌اند. آنها از تعریف مجدد ابتکارات شهر هوشمند برای تقویت هم افزایی و در نهایت افزایش فراگیری و کارایی سیاست‌های گردشگری هوشمند دفاع می‌کنند.

با توجه به تقاضا، مقاصد گردشگری هوشمند از توسعه پایدار و در دسترس حمایت می‌کنند و هدفشان بهبود تجارب مسافران و کیفیت زندگی ساکنان است (Shafiee et al., 2019). از دیدگاه مسافران، فناوری‌های مستقر در مقاصد هوشمند نقش منحصربه‌فردی در صحنه‌سازی، تقویت و ایجاد تجربیات سفر دارند (Buhalis & Amaranggana, 2015). مقاصد هوشمند، تجربه سفر شخصی‌سازی شده‌ای را برای مسافران فراهم می‌کند که با زمینه‌سازی و اکتشافات بی‌نظیر افزایش می‌یابد (Sorokina et al., 2022). این بدان معناست که مسافران می‌توانند بر اساس ترجیحات و نیازهای خود، انتظار توصیه‌ها و اطلاعات مناسب را داشته باشند تا سفری سفارشی‌تر و لذت‌بخش‌تر داشته باشند. علاوه بر این، عنصر خوشبختی عنصر شگفتی

¹ Al Waer and Deakin

² Destination Management Organizations (DMOs)

³ Ivars-Baidal et al



و لذت را اضافه می‌کند، زیرا مسافران ممکن است در حین کاوش در مقصد با تجربیات غیرمنتظره و منحصر به فرد یا جواهرات پنهان روبرو شوند. با این حال، تحقیقات محدودی برای بررسی نگرش ساکنان نسبت به مقاصد گردشگری هوشمند وجود دارد (Romão et al., 2018). به عنوان سهامداران کلیدی در مدیریت مقصد، نگرش ساکنان نسبت به توسعه گردشگری هوشمند باید در نظر گرفته شود. حمایت آنها برای ایجاد یک جامعه قابل زندگی، متصل و پایدار حیاتی است (Koo et al., 2019).

تجربه هوشمند و گردشگری

توسعه گردشگری می‌تواند کیفیت زندگی را افزایش دهد و سفر را به منبع رفاه تبدیل کند (Ispas, 2021). دنبال کردن نوآوری و گردشگری با کیفیت به نوع جدیدی از تجربه زندگی تبدیل شده است (Chen & Li, 2018). امروزه فناوری‌های هوشمند به‌عنوان مؤلفه‌ی کلیدی تجربه، نقش برجسته‌ای در گردشگری ایفا می‌کنند (Pai et al., 2020). با اذعان به پتانسیل فناوری‌های هوشمند، محققان پیش بینی می‌کنند که فناوری‌های هوشمند برای گردشگران متنوع‌تر خواهد شد (Jeong & Shin, 2020). گردشگری سلامت عرصه به سرعت در حال رشد بازاریابی گردشگری است و شامل سفرهایی برای دسترسی افراد به خدمات درمانی یا مداخلات پزشکی در کنار خدمات معمول گردشگری است (Manna et al., 2020). یک مقصد گردشگری با توجه به مزیت‌های آن انتخاب می‌شود. بازاریابی هوشمند می‌تواند از طریق ابزارهای الکترونیکی تصویر ذهنی از مقصد را در ذهن گردشگر ایجاد کند و با جذب گردشگر مقابله کند (Cho et al., 2002). توسعه مستمر فناوری اطلاعات، همراه با محتوای هوشمند محیط‌های محاسباتی، روش دسترسی و اشتراک‌گذاری اطلاعات در فعالیت‌های روزانه را بدون هیچ گونه محدودیت زمانی یا مکانی متحول کرده است (Park & Stangl, 2020). با استفاده از جدیدترین فناوری‌های هوشمند در زمینه‌های خدماتی مانند مهمان‌نوازی و گردشگری و خرده‌فروشی، کسب‌وکارها می‌توانند تجربه‌ای فراموش‌نشدنی برای مشتری ایجاد کنند. این بدان معنی است که مشتریان، به ویژه هنگام خرید کالا، در تماس فیزیکی مستقیم با ارائه دهنده نیستند (Dumitru & Tomescu, 2020). همچنین حفاظت از اطلاعات مشتری ضروری است. اصطلاح «هوشمند» به قابلیت افزایش سرعت، انعطاف‌پذیری، درک دقیق و حل مشکلات اشاره دارد. در زبان انگلیسی مترادف حکمت (دانش و شناخت) به معنای کیفیت تجربه، دانش و برخورداری از توانایی قضاوت و خردمندی است (Li et al., 2017). «هوشمند» بهبود فن‌آوری و اجتماعی-اقتصادی را به دلیل توسعه سریع اطلاعات، ارتباطات و فناوری‌های مرتبط مشخص می‌کند (Demirkan & Spohrer, 2014).

گردشگری هوشمند از دیدگاه ساکنان

اگرچه ساکنان سهامداران کلیدی در توسعه گردشگری هوشمند هستند، نگرش‌ها و برداشت‌های ساکنان نسبت به گردشگری هوشمند به طور سیستمی یا تجربی مورد بررسی قرار نگرفته است. اول، شایان ذکر است که اهمیت ساکنان در رشد مقاصد گردشگری هوشمند است. بر اساس نظریه تبادل اجتماعی، بین نگرش ساکنان نسبت به گردشگری هوشمند و نیت و رفتارهای آنها برای حمایت و کمک به این توسعه یک رابطه مثبت وجود دارد (Gautam, 2022). با توسعه گردشگری هوشمند، ساکنان می‌توانند دائماً با سایر ذینفعان در ارتباط باشند، از تغییرات در جامعه مطلع شوند، به اندازه کافی خلاق و توانمند شوند، نقش‌های جدید از نظر فن‌آوری را به دست آورند و در روزنامه‌نگاری شهروندی شرکت کنند (Buhalis & Amaranggana, 2014). هدف توسعه گردشگری هوشمند افزایش قابلیت زندگی و دسترسی جامعه است (Lee et al., 2020). در عین حال، ادبیات قبلی همچنین نشان دهنده رابطه سودمند متقابل بین ساکنان و مدیریت مقصد است که به عنوان سنگ بنای مقاصد گردشگری هوشمند عمل می‌کند (Aladwani & Dwivedi, 2018). اگر ساکنان سطح بالاتری از خدمات عمومی هوشمند، مدیریت عمومی هوشمند و حفاظت از محیط زیست هوشمند را درک کنند، ممکن است سطح بالاتری از رضایت از زندگی را تجربه کنند (Yu et al., 2020). مزایای رفاه ساکنان از برخوردهای مثبت آنها در شهرهای هوشمند، شامل احساس ایمنی آنها، سودمندی



اطلاعات و خدمات موجود، و همچنین راحتی دسترسی به شبکه است (Lin et al., 2019). رسانه های اجتماعی که توسط زیرساخت اینترنت در مقاصد گردشگری هوشمند پشتیبانی می شود، محلی را برای ساکنان فراهم می کند تا به عنوان سفیر عمل کنند و غرور خود را نسبت به جوامع خود به نمایش بگذارند (Braun et al., 2013). تعامل بین ساکنان، مسافران و سایر ذینفعان به صورت آنلاین و آفلاین می تواند انتشار اطلاعات محلی را تسهیل کند و به فرآیند مشاوره محلی کمک کند (Molinillo et al., 2019). داده های ثانویه مربوط به ساکنان نیز برای ارزیابی پیشرفت مقاصد گردشگری هوشمند بسیار مهم هستند. به عنوان مثال، سطوح تحصیلی ساکنان، اشتغال و آگاهی رسانه های اجتماعی در فهرستی از شاخص ها برای اندازه گیری پیشرفت مقاصد گردشگری هوشمند گنجانده شده است (Ivars-Baidal et al., 2021). ابتکارات هوشمند موفق نه تنها مسافران کوتاه مدت، بلکه ساکنین بلندمدت را نیز جذب می کند، که به عنوان آفرینندگان رفاه خود به توسعه بلندمدت جامعه می پیوندند (Romão et al., 2018). به طور کلی، این رابطه سودمند متقابل منجر به ایجاد مشترک مؤثر مقاصد گردشگری هوشمند می شود که عامل حیاتی در موفقیت توسعه مقصد است. با این حال، تصور ساکنان از گردشگری هوشمند ممکن است همیشه مثبت نباشد.

حبیب و همکاران^۱ (۲۰۲۰) مشخص کردند که امنیت و حریم خصوصی درک شده قوی ترین نگرانی هایی هستند که بر قصد ساکنان برای اتخاذ خدمات شهر هوشمند تأثیر می گذارند. تأثیر درک شده زیرساخت های هوشمند می تواند منجر به افزایش استرس و کاهش رضایت از زندگی در میان ساکنان شود، زیرا پتانسیل آن برای اشغال فضاهای سبز بیشتر و مختل کردن فعالیت های اوقات فراغت محلی است (Yu et al., 2020). دسترسی نابرابر به فناوری اطلاعات ممکن است منجر به شکاف دیجیتال بین جوامع و مناطق شود (Shin et al., 2021). ساکنان همچنین ممکن است در صورت عدم مشارکت در اقتصاد دیجیتال، نابرابری در درآمد و سود را تجربه کنند (Pan et al., 2021). میدها و مک شین^۲ (۲۰۲۲)، اصطلاح «اصیل سازی الکترونیکی» را برای تشخیص مسیرهای همگرایی پیاده سازی فناوری های هوشمند و جابه جایی ساکنان سابق پیشنهاد کردند. مزایای مقاصد گردشگری هوشمند به طور یکسان دریافت نمی شود، به ویژه توسط ساکنان دارای معایب اجتماعی-اقتصادی (Pan et al., 2021). جنبه تاریک مقاصد گردشگری هوشمند نیز با مورد شهر هوشمند گوگل در تورنتو نشان داده شده است. ساکنان نگران این هستند که چه مقدار داده از طریق حسگرهای هوشمند همه جا حاضر و نظارت دیجیتال استخراج می شود و چگونه از داده ها برای مقاصد ناشناخته استفاده می شود. پس از اینکه دانیل داکتروف^۳، مدیر عامل Sidewalk Labs اعلام کرد که پروژه به جلو نمی رود، انجمن آزادی های مدنی کانادا شکست این پروژه را «پروژه برای حفظ حریم خصوصی و دموکراسی» خواند (Waddoups, 2022)؛ که نشان می دهد درگیری بین ساکنان و مقاصد گردشگری هوشمند باید نادیده گرفته شود. در مجموع، اهمیت بررسی ادراک ساکنان از مقاصد گردشگری هوشمند از طریق تجزیه و تحلیل نقش آنها در مقاصد گردشگری هوشمند با استفاده از نظریه تبادل اجتماعی به عنوان یک لنز نظری، رابطه سودمند متقابل بین ساکنان و مقاصد گردشگری هوشمند، و جنبه های منفی حیاتی مقاصد گردشگری هوشمند که توسط ساکنان درک می شود، تقویت شده است.

تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند بر ساکنان: کیفیت زندگی^۴

هدف این مطالعه بررسی تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند بر کیفیت زندگی ساکنان است. کیفیت زندگی به رضایت افراد از زندگی خود اشاره دارد. با این حال، از این جهت که شامل حوزه های مختلف زندگی می شود، چند بعدی است (Uysal et al., 2016). تحقیقات کیفیت زندگی در رشته های اجتماعی، رفتاری، محیطی و سیاستی رایج است (Uysal et al., 2016) و

¹ Habib et al.

² Middha and McShane

³ Daniel Doctorof

⁴ Quality of life (QoL)



موضوعی نوظهور در گردشگری و مهمان نوازی است. کیفیت زندگی را می‌توان از طریق شاخص‌های عینی و ذهنی تفسیر کرد. شاخص‌های کیفیت زندگی هدف شامل کیفیت زندگی اقتصادی (مثلاً هزینه مصرف‌کننده)، کیفیت زندگی مصرف‌کننده (به عنوان مثال هزینه زندگی در منطقه)، کیفیت زندگی محیطی (مانند دسترسی به آب سالم) و کیفیت زندگی سلامت (به عنوان مثال نرخ مرگ و میر نوزادان) است (Berebekova et al., 2022).

کیفیت زندگی ذهنی معمولاً در سازه‌های روان‌شناختی، مانند شادی، بهزیستی لذت‌گرا، رضایت از زندگی، و رضایت از حوزه زندگی عملیاتی می‌شود (Uysal et al., 2016). با توجه به اینکه ماهیت کیفیت زندگی در طول زمان تکامل یافته است، کمیت و پوشش شاخص‌های کیفیت زندگی به طور قابل توجهی افزایش یافته است (Casini et al., 2019).

این مطالعه با تکیه بر نظریه سرریز از پایین به بالا^۱، پیشنهاد می‌کند که توسعه گردشگری هوشمند می‌تواند بر حوزه‌های زندگی اصلی ساکنان و رضایت کلی از زندگی تأثیر بگذارد. نظریه سرریز از پایین به بالا نشان می‌دهد که کیفیت زندگی کلی توسط بهزیستی حوزه‌های زندگی فردی تعیین می‌شود (Kim et al., 2021). نظریه سرریز از پایین به بالا تأکید می‌کند که رفاه کلی افراد نتیجه هماهنگی و رضایت تجربه شده در حوزه‌های زندگی خاص است. رضایت به دست آمده از حوزه‌های زندگی فردی دارای اثر سرریز عمیقی بر طیف فراگیر رضایت از زندگی است. به عبارت دیگر، رضایت از حوزه زندگی فردی تأثیری سرریز بر رضایت کلی از زندگی دارد. کل کیفیت زندگی درک شده توسط ترکیبی از رضایت از حوزه‌های مختلف زندگی تشکیل می‌شود (Uysal et al., 2016).

تئوری سرریز از پایین به بالا به طور مناسب به عنوان زیربنای نظری برای بررسی تأثیر گردشگری هوشمند بر رضایت از زندگی ساکنان استفاده می‌شود. با توجه به تأثیر یکپارچه فناوری در مقاصد گردشگری، تأثیر سرریز مقاصد هوشمند بر رضایت از زندگی بسیار مهم است (Tanda et al., 2017). فناوری‌ها تغییرات مختلفی را در حوزه‌های زندگی تسهیل کرده‌اند که بر رضایت از حوزه زندگی و کیفیت کلی زندگی تأثیر می‌گذارد. با این حال، هیچ مطالعه قبلی به طور تجربی بررسی نمی‌کند که آیا تأثیر فناوری بر رضایت ساکنان در حوزه‌های زندگی تأثیر می‌گذارد یا خیر.

بنابراین، این مطالعه به روش‌های متفاوتی می‌پردازد که در آن مقاصد گردشگری هوشمند با حوزه‌های زندگی فردی ارتباط برقرار می‌کند. به عنوان مثال، در حوزه رضایت از زندگی اقتصادی، هجوم پلتفرم‌های شغلی آنلاین و مشاغل محلی کارآفرینی و نوآوری به دلیل ابتکارات مقاصد گردشگری هوشمند می‌تواند فرصت‌های شغلی ایجاد کند، مشاغل محلی را تقویت کند و رفاه مادی ساکنان را تقویت کند. در پرتو این ملاحظات، هدف این مطالعه شناسایی عوامل ادراکی تأثیر تکنولوژیکی بر کیفیت زندگی ساکنین با رویکردی جامع برای ارزیابی تأثیر چندوجهی مقاصد گردشگری هوشمند بر حوزه زندگی ساکنان است. هدف این تحقیق با درک تأثیر متقابل بین ابتکارات گردشگری هوشمند و جنبه‌های مختلف زندگی ساکنان، ارائه بینش‌های ارزشمندی برای سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان شهری و جوامع است. در نهایت، با بررسی جامع این پویایی‌ها، این مطالعه تلاش می‌کند تا روشن کند که چگونه تکامل مقاصد گردشگری هوشمند به رضایت کامل از زندگی ساکنان کمک می‌کند و در نتیجه راه را برای تصمیم‌گیری‌های آگاهانه‌تر و شیوه‌های توسعه شهری پایدار هموار می‌کند (Santos-Júnior et al., 2020). بنابراین، دومین سوال پژوهشی در این مطالعه، بررسی تأثیر درک شده فناوری‌ها در حوزه‌های مختلف زندگی بر احساس رفاه در حوزه‌های زندگی مربوطه است.

¹ Bottom-up spillover theory



عملیاتی سازی مقیاس تاثیر برای مقاصد گردشگری هوشمند در حوزه های اصلی زندگی

مقیاس تاثیر برای مقاصد گردشگری هوشمند، با هدف اندازه گیری هوشمندی درک شده در جوامع محلی، با توجه به حوزه های زندگی فردی در ادبیات مربوط به رفاه عملیاتی شده است. حوزه های زندگی، مقدمات اساسی تحقیقات کیفیت زندگی ذهنی هستند. از آنجایی که تاثیر فناوری در زندگی افراد رایج است، ارزیابی واکنش های شناختی و عاطفی به حوزه های زندگی ضروری است. هیچ استاندارد یا معیاری برای حوزه های حیاتی کلیدی که باید گنجانده شوند وجود ندارد. تنوع حوزه های زندگی که بر کیفیت زندگی کلی تاثیر می گذارند باید بر اساس اهداف و روش شناسی مطالعات مختلف انتخاب شوند (Uysal et al., 2016). این مطالعه چهار حوزه زندگی شامل اقتصاد هوشمند، گردشگری هوشمند، محیط هوشمند و حکمرانی هوشمند را انتخاب کرد که منعکس کننده توسعه فعلی و اهداف استراتژیک مقاصد گردشگری هوشمند است.

اقتصاد هوشمند به پیشرفت اقتصادی الهام گرفته از نوآوری های تکنولوژیکی و ابتکارات کارآفرینی اشاره دارد که هدف آن افزایش بهره وری و رقابت و بهبود رفاه اجتماعی و کیفیت زندگی همه شهروندان است. ویژگی اصلی اقتصاد هوشمند انعطاف پذیری است که از شرکت های نوپا گرفته تا شرکت های بزرگ را شامل می شود (Kumar & Dahiya, 2017).

گردشگری هوشمند به این موضوع اشاره دارد که چگونه فناوری اطلاعات و ارتباطات و نوآوری های فناوری شکل سنتی گردشگری، حرکت افراد به مکان هایی خارج از محیط معمولشان را متحول کرده است. گردشگری هوشمند شامل مراحل و لایه های متعددی است. در مرحله قبل از سفر، گسترش گسترده رسانه های اجتماعی و تبلیغات شفاهی الکترونیکی می تواند به مشتریان در برنامه ریزی سفر و تصمیم گیری بهتر کمک کند (Mariani et al., 2019). سیستم های رزرو مرکزی مشتریان را قادر می سازد تا سفر را قبل از ترک خانه امن کنند (Kandampully et al., 2022). در طول سفر، مشتریان دائماً با زیرساخت ICT تعامل دارند - به عنوان مثال، از طریق اطلاعات حمل و نقل در زمان واقعی و کیوسک های سلف سرویس (Shin & Perdue, 2019). سفرهای نوآورانه، به عنوان مثال، تجارب گردشگری مجازی، ساکنان را قادر می سازد تا جاذبه های مرتبط با آموزش، سرگرمی، زیبایی شناسی، فرار و ارتباط را بدون ترک خانه به صورت مجازی تجربه کنند (Wei et al., 2022). به طور کلی، پیشرفت فناوری ها به طور اساسی نحوه طراحی، مبادله و ارائه تجارب گردشگری را تغییر داده است.

محیط هوشمند تأکید می کند که فناوری ها به طور مداوم برای ایجاد محیط های راحت برای ساکنان و برآوردن نیازهای آنها در هر محیطی عمل می کنند. کاربرد محیط هوشمند شامل حفظ هوشمند منابع طبیعی و مدیریت هوشمند زباله است. تأثیرات محیط هوشمند شامل افزایش آگاهی زیست محیطی و اقدامات پایدار بلند مدت است (Souri et al., 2022).

حکمرانی هوشمند فراتر از مدیریت خوب جوامع هوشمند است، اما مشارکت ساکنان را در دگرگونی فرآیند حاکمیت در بر می گیرد. با الهام از کاربردهای گسترده ICT، حکمرانی هوشمند تبادل اطلاعات بین بازیگران کلیدی اجتماعی را برای تصمیم گیری جمعی در مورد مسائل عمومی تسهیل می کند (Tomor et al., 2019). حکمرانی هوشمند را می توان در میان بازیگران اجتماعی (به عنوان مثال گروه های ساکن محلی) و بین بازیگران اجتماعی و سازمان های دولتی شناسایی کرد.

مدل مفهومی

مدل مفهومی در این مطالعه شامل دو بخش اصلی است: (۱) مقیاس تاثیر درک شده ساکنان برای مقاصد گردشگری هوشمند در چهار حوزه زندگی (اقتصاد هوشمند، گردشگری هوشمند، محیط هوشمند، و حکمرانی هوشمند). (۲) احساس رفاه ساکنان در حوزه های زندگی مربوطه (بهبودی مادی، رفاه اوقات فراغت، رفاه محیطی و رفاه جامعه) و تاثیر آنها بر رضایت کلی از زندگی. (۱) هدف توسعه مقاصد گردشگری هوشمند افزایش کیفیت زندگی کلی ساکنان از طریق افزایش رضایت از زندگی در حوزه های اصلی زندگی، از جمله زندگی مادی، زندگی فراغت، زندگی محیطی و زندگی اجتماعی است. به طور خاص، ساکنانی که می توانند از توسعه اقتصاد هوشمند در جامعه خود بهره بیشتری ببرند، ممکن است درک بیشتری از رفاه مادی داشته باشند. در این



راستا، مزایای درک شده از گردشگری هوشمند، محیط هوشمند، و حکمرانی هوشمند، به ترتیب، احساس بهتری از رفاه در زندگی اوقات فراغت، زندگی محیطی و زندگی اجتماعی است.

- ابتکارات اقتصاد هوشمند، که توسط پیشرفت‌های فناوری و نوآوری هدایت می‌شوند، پتانسیل ایجاد فرصت‌های اقتصادی، ایجاد اشتغال و بهبود رفاه کلی مادی در جوامع را دارند (Brüggen et al., 2017). ادبیات موجود نشان می‌دهد که ادغام فناوری در فعالیت‌های اقتصادی منجر به افزایش کارایی، بهره‌وری و رشد اقتصادی می‌شود. علاوه بر این، ابتکارات اقتصاد هوشمند اغلب سرمایه‌گذاری‌ها را جذب می‌کند و کارآفرینی را تقویت می‌کند و به سطوح درآمد بالاتر و بهبود شرایط مادی برای ساکنان کمک می‌کند (Leng, 2022). بنابراین، ساکنانی که تأثیر مثبت توسعه‌های اقتصاد هوشمند را درک می‌کنند، احتمالاً احساس بهبود یافته‌ای از رفاه مادی را تجربه می‌کنند.

- ابتکارات سفر هوشمند و گردشگری از فناوری برای افزایش تجارب سفر و بهبود فرصت‌های فراغتی کلی در دسترس ساکنان استفاده می‌کند. فناوری‌های گردشگری هوشمند، مانند برنامه‌های کاربردی تلفن همراه و ابزارهای واقعیت افزوده، تجربیات شخصی و تعاملی را برای گردشگران فراهم می‌کنند که منجر به افزایش فعالیت‌های گردشگری در یک جامعه می‌شود (Jeong & Shin, 2020). ادبیات مطالعات گردشگری نشان می‌دهد که فرصت‌های فراغت افزایش یافته، که توسط فناوری‌های هوشمند تسهیل می‌شود، با ایجاد نشاط اجتماعی و فرهنگی، تقویت حس غرور در جامعه و تشویق تعاملات اجتماعی به رفاه ساکنان کمک می‌کند (Uysal et al., 2016). بنابراین، ساکنانی که تأثیر مثبت سفر/گردشگری هوشمند را درک می‌کنند، احتمالاً احساس بهبود یافته‌ای از رفاه اوقات فراغت را تجربه خواهند کرد.

- ابتکارات محیط زیست هوشمند بر روی شیوه‌های پایدار، بهره‌وری انرژی و حفاظت از محیط زیست از طریق استفاده از فن‌آوری‌های پیشرفته تمرکز دارد. این ابتکارات اغلب منجر به محیط‌های پاک‌تر، کاهش آلودگی و بهبود فضاهای سبز می‌شود که بر کیفیت زندگی ساکنان تأثیر مثبت می‌گذارد. ادبیات موجود نشان می‌دهد که مداخلات زیست‌محیطی هوشمند، زیبایی‌شناسی کلی یک جامعه را افزایش می‌دهد، سلامت و رفاه را ارتقا می‌دهد و حس مراقبت از محیط زیست را در میان ساکنان ایجاد می‌کند (Tanda et al., 2017). بنابراین، ساکنانی که تأثیر مثبت توسعه‌های محیط هوشمند را درک می‌کنند، احتمالاً احساس بهبود یافته‌ای از رفاه محیطی را تجربه می‌کنند.

- ابتکارات حکمرانی هوشمند شامل مشارکت شهروندان، شفافیت و استفاده از فرم‌های دیجیتالی برای ارتقای خدمات عمومی و مشارکت مدنی است. شیوه‌های حکمرانی هوشمند فرصت‌هایی را برای ساکنان ایجاد می‌کند تا نظرات خود را بیان کنند، در فرآیندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند و با نهادهای دولتی محلی درگیر شوند. ادبیات موجود حاکی از آن است که حکمرانی هوشمند انسجام اجتماعی، اعتماد به نهادهای عمومی و احساس تعلق در میان ساکنان را تقویت می‌کند. هنگامی که ساکنان درک می‌کنند که ابتکارات حکمرانی هوشمند تأثیر مثبتی بر جامعه خود می‌گذارد، احتمالاً به دلیل افزایش مشارکت مدنی و احساس قوی تر تعلق به جامعه، احساس بهبود یافته‌ای از رفاه جامعه را تجربه خواهند کرد (Pereira et al., 2018). بنابراین، ساکنانی که تأثیر مثبت حکمرانی هوشمند را درک می‌کنند، احتمالاً احساس بهبود یافته‌ای از رفاه جامعه را تجربه می‌کنند.

(۲) کیفیت زندگی کلی ساکنان تابعی از احساس رفاه آنها در حوزه‌های اصلی زندگی در نظر گرفته می‌شود. هرچه رضایت در حوزه‌های اصلی زندگی بیشتر باشد، احساس کیفیت کلی زندگی بیشتر می‌شود.

- رفاه مادی، از جمله عواملی مانند درآمد، اشتغال و امنیت اقتصادی، نقشی اساسی در شکل‌گیری رضایت کلی از زندگی یک فرد دارد (Sirgy, 2018). مطالعات متعدد در زمینه اقتصاد شادی و تحقیقات رفاه بر همبستگی مثبت بین سطوح



درآمد بالاتر، ثبات مالی و رضایت از زندگی تأکید می‌کنند. بنابراین، ساکنانی که احساس بالاتری از رفاه مادی دارند، احتمالاً رضایت کلی بیشتری از زندگی را تجربه خواهند کرد.

- رفاه اوقات فراغت شامل در دسترس بودن و لذت بردن از فعالیت‌های تفریحی، سرگرمی‌ها و تعاملات اجتماعی است (Sirgy, 2018). فعالیت‌های اوقات فراغت با احساسات مثبت، کاهش استرس و افزایش ارتباطات اجتماعی مرتبط است که همه اینها به طور قابل توجهی به رضایت کلی از زندگی کمک می‌کنند. تحقیقات نقش حیاتی فعالیت‌های اوقات فراغت را در ارتقای رفاه ذهنی و رضایت از زندگی برجسته می‌کند. بنابراین، ساکنانی که احساس رفاه بیشتری را تجربه می‌کنند، احتمالاً رضایت کلی بیشتری از زندگی را گزارش می‌دهند.
- رفاه محیطی به کیفیت درک شده محیط طبیعی از جمله عواملی مانند پاکیزگی، دسترسی به فضاهای سبز و شرایط زندگی پایدار اشاره دارد. ادبیات موجود ارتباط قوی بین کیفیت محیطی و رضایت از زندگی ساکنان را نشان می‌دهد. دسترسی به محیط‌های تمیز و به‌خوبی نگهداری شده نه تنها سلامت جسمانی را افزایش می‌دهد، بلکه حس غرور و رضایت را در میان ساکنان تقویت می‌کند و بر اهمیت زندگی در هماهنگی با محیط برای رضایت کلی از زندگی تأکید می‌کند (Zhou et al., 2021). از این رو، ساکنانی که احساس بالاتری از رفاه محیطی دارند، احتمالاً رضایت کلی بیشتری از زندگی خواهند داشت.
- رفاه جامعه به انسجام اجتماعی، احساس تعلق و شبکه‌های حمایتی در یک جامعه اشاره دارد. ادغام اجتماعی و روابط اجتماعی حمایتی برای رفاه و رضایت از زندگی انسان اساسی است (Hombrados-Mendieta et al., 2019). ساکنانی که احساس می‌کنند به جامعه خود متصل هستند، تعاملات اجتماعی مثبتی را تجربه می‌کنند و به شبکه‌های حمایت اجتماعی دسترسی دارند، احتمالاً زندگی کلی بالاتری را گزارش می‌کنند.

بحث و نتیجه گیری

این مطالعه ابتدا مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند را توسعه داد و اعتبار سنجی کرد، که به طور دقیق در چهار بعد مفهوم‌سازی شد: اقتصاد هوشمند، سفر/گردشگری هوشمند، محیط هوشمند، و حکمرانی هوشمند. این مطالعه سپس بررسی کرد که آیا و چگونه توسعه مقاصد گردشگری هوشمند می‌تواند کیفیت زندگی ساکنان را افزایش دهد یا خیر. در این مطالعه نشان داده شد که چگونه مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند بر رضایت ساکنان از چهار حوزه زندگی (بهریستی مادی، رفاه اوقات فراغت، رفاه محیطی و رفاه جامعه) و رضایت کلی از زندگی تأثیر مثبت گذاشته است. این مطالعه با شناخت نقش ساکنان مقصد به عنوان بازیگران ادغام‌کننده منابع و ایجادکنندگان ارزش در اکوسیستم گردشگری هوشمند، منطق غالب خدمات را در تحقیقات گردشگری هوشمند گسترش داده است. هر چه ساکنان مزایای بیشتری از توسعه گردشگری هوشمند دریافت کنند، احساس خوشبختی آنها در حوزه‌های اصلی زندگی و کیفیت زندگی بالاتر خواهد بود. این مطالعه با بسط نظریه سرریز از پایین به بالا در تحقیقات گردشگری هوشمند، مشخص کرده است که تأثیر سرریز مقاصد هوشمند بر رضایت از زندگی بسیار مهم است. مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند توسعه‌یافته و تأیید شده در این مطالعه شامل دیدگاه گسترده‌ای در توسعه گردشگری هوشمند است که تغییرات مختلفی را در حوزه‌های زندگی تسهیل کرده و بر رضایت از حوزه زندگی و کیفیت کلی زندگی تأثیر گذاشته است. این مطالعه دو سهم مهم را ارائه می‌دهد. ابتدا، ادبیات موجود را با توسعه و اعتبارسنجی مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند غنی می‌کند. با توجه به اینکه ساکنان سهامداران حیاتی در مدیریت مقصد هستند، این نگرش‌ها می‌تواند به طور قابل توجهی بر قصد آنها برای حمایت از توسعه یک جامعه زیست پذیر، متصل و پایدار از طریق یکپارچه سازی فناوری، بر اساس تئوری تبادل اجتماعی، تأثیر بگذارد. (Koo et al., 2019).



سهم دوم این مطالعه در تأیید تأثیر مثبت مقاصد گردشگری هوشمند بر کیفیت زندگی ساکنان نهفته است. برای ارزیابی اعتبار نام‌شناختی مدل اندازه‌گیری، این تحقیق بررسی می‌کند که چگونه مقیاس تأثیر به طور مستقیم بر رضایت ساکنان در چهار حوزه زندگی تأثیر می‌گذارد: رفاه مادی، رفاه اوقات فراغت، رفاه محیطی، و رفاه جامعه، و همچنین رضایت کلی آنها از زندگی (Koo et al., 2019). هدف کلی توسعه مقاصد گردشگری هوشمند به حداکثر رساندن ارزش برای همه ذینفعان با ارائه محصولات و خدمات نوآورانه است (Buhalis et al., 2022). در زمینه مقاصد گردشگری هوشمند، این مطالعه تصدیق می‌کند که ساکنان می‌توانند به فرصت‌های نوظهور برای خلق مشترک ارزش که توسط اتصال و قابلیت همکاری در اکوسیستم گردشگری هوشمند تسهیل می‌شود، پاسخ دهند (Chen et al., 2022). با ادامه پیشرفت فناوری، انتظار می‌رود این تأثیرات بالقوه مقاصد گردشگری هوشمند بر ساکنان و مسافران تکامل یابد و در نهایت تجربه کلی سفر و کیفیت زندگی را افزایش دهد.

از نظر پیامدهای مدیریتی، مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند که در این مطالعه توسعه یافته و تأیید شده است، به یک ابزار اندازه‌گیری ارزشمند برای ارزیابی اثربخشی مقاصد گردشگری هوشمند از دیدگاه ساکنان کمک می‌کند. ابزارهای مفید عملی می‌توانند این مقیاس تأثیر را در جمع‌آوری اطلاعات گسترده و نظارت بر زمان واقعی برای ارزیابی جامع «ادراک گردشگری هوشمند» ساکنان و شناسایی عوامل تعیین‌کننده تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند بر ساکنان «کیفیت کلی زندگی» به عنوان یک مؤلفه حیاتی سرمایه انسانی در مدیریت مقصد اتخاذ کنند. توسعه گردشگری - برای DMOها و سایر ذینفعان برای تعیین اینکه کدام فناوری‌های هوشمند می‌توانند به عنوان تقویت‌کننده تجربه و هماهنگی، تسهیل و حمایت گسترده از توسعه گردشگری هوشمند آینده کار کنند، حیاتی است. نمونه شکست خورده، به عنوان پروژه شهر هوشمند Google's Sidewalk Labs، به عنوان یادآوری قابل توجهی از واکنش متقابل ناشی از نادیده گرفتن مشارکت ساکنین و نگرانی‌ها است. اگر از این مقیاس تأثیر از قبل استفاده می‌شد، می‌توانست بینش‌های ارزشمندی را در مورد ادراکات و ترس‌های ساکنان ارائه دهد، بنابراین برنامه ریزان پروژه مقاصد گردشگری هوشمند را قادر می‌ساخت تا به طور مؤثرتری در مسیر خود قرار بگیرند.

درک ادراکات ساکنان از مقاصد گردشگری هوشمند از طریق توسعه مقیاس در این مطالعه می‌تواند مزایای عملی را برای سهامداران مختلف درگیر در صنعت گردشگری به ارمغان بیاورد. DMOها می‌توانند بخش‌های بازار هدف را بر اساس ادراک ساکنان شناسایی کنند به عنوان مثال، اگر ساکنان برای رفاه محیطی ارزش زیادی قائل باشند، تلاش‌های بازاریابی می‌تواند بر ابتکارات گردشگری هوشمند سازگار با محیط زیست متمرکز شود. کسب‌وکارهای گردشگری و کارآفرینان مهمان‌نوازی می‌توانند از این مقیاس برای درک ترجیحات مسافران و ساکنان برای تنظیم خدمات هوشمندشان استفاده کنند و از تجربه‌ای معتبرتر و فرهنگی‌تر برای ساکنان و گردشگران اطمینان حاصل کنند. دولت‌های محلی و برنامه‌ریزان شهری می‌توانند از این مقیاس برای تخصیص استراتژیک سرمایه‌گذاری‌ها در زیرساخت‌های فناوری، بر اساس اینکه چگونه ابتکارات هوشمند کیفیت زندگی ساکنان را افزایش می‌دهد، استفاده کنند. با استفاده از این مقیاس قبل از اجرای مقاصد گردشگری هوشمند، مقامات می‌توانند به طور فعال نگرانی‌های ساکنان را ارزیابی کنند. این آینده نگری به آنها اجازه می‌دهد تا تعارضات احتمالی بین ساکنان و شرکت‌های فناوری را پیش‌بینی کنند و آنها را قادر می‌سازد تا به اندازه کافی برای مکانیسم‌های حل و فصل آماده شوند. جهت جدید مقاصد گردشگری هوشمند نه تنها پیشرفت فناوری را ترکیب می‌کند بلکه ملاحظات اخلاقی را نیز در بر می‌گیرد تا رفاه همه ذینفعان به ویژه ساکنان را افزایش دهد. این موضوع را بر اساس چهار بعد کلیدی توسعه یافته برای ارزیابی مقیاس تأثیر مقاصد گردشگری هوشمند در این مطالعه مورد بحث قرار گرفت.

اقتصاد هوشمند برای ساکنین مقصد بر تقویت رفاه مادی ساکنان در عین رعایت اصول اخلاقی تمرکز دارد. برنامه‌های صرفه‌جویی و سرمایه‌گذاری آنلاین ساکنان را تشویق می‌کنند از برنامه‌های مالی استفاده کنند که سواد مالی و سرمایه‌گذاری مسئولانه را ارتقا می‌دهند (Panos & Wilson, 2020). فرصت‌های شغلی آنلاین دسترسی به مشاغل از راه دور و مشاغل اقتصادی را تسهیل می‌کند، دستمزد منصفانه، انعطاف‌پذیری و توسعه مهارت را ارتقا می‌دهد (Anwar & Graham, 2021). اقتصاد اشتراک



محلی^۱ از اشتراک مسئولانه دارایی، قیمت گذاری منصفانه و رفاه جامعه پشتیبانی می کند (Gössling & Michael Hall, 2019). متخصصان فناوری اطلاعات محلی با مشاغل محلی برای رفع نیازهای جامعه از طریق راه حل های فناوری همکاری می کنند. کسب و کار کارآفرینی و نوآوری محلی فرهنگ کارآفرینی و نوآوری را با ارائه منابع، مربیگری و فرصت های شبکه ای برای کسب و کارهای محلی ترویج می کند (He et al., 2021).

گردشگری هوشمند برای ساکنان مقصد نشان دهنده رفاه و ملاحظات اخلاقی ساکنان مقصد است. صفحات وب/وبلاگ های جاذبه های توریستی محلی جواهرات کمتر شناخته شده را تبلیغ می کنند و حس غرور محلی را تقویت می کنند. تبلیغ دهان به دهان^۲ الکترونیکی ساکنان و بازدیدکنندگان را تشویق می کند تا در بررسی های واقعی و مسئولانه در پلتفرم ها مشارکت کنند (Chen & Law, 2016). سیستم های رزرو آنلاین با مشاغل محلی همکاری می کنند تا از شیوه های اخلاقی و پایدار با قیمت گذاری منصفانه و خدمات با کیفیت اطمینان حاصل کنند. سیستم های توصیه الکترونیکی توصیه های شخصی سازی شده را با ارزش های گردشگری اخلاقی بر اساس بینش ها و ترجیحات ساکنان در کنار ترجیحات گردشگران ارائه می کنند. گزینه های سفر نوآورانه به ساکنان این امکان را می دهد تا فرهنگ و میراث خود را به روش های همه جانبه با پتانسیل ایجاد جریان های درآمد اضافی و در عین حال حفظ اصالت به اشتراک بگذارند (Wei et al., 2022). کیوسک های سلف سرویس در هتل ها و فرودگاه ها گردشگری مسئولانه را ترویج می کنند و اطلاعاتی در مورد انتخاب های اخلاقی، به ویژه برای افرادی که نیاز به اقامتگاه های ویژه دارند، ارائه می کنند (Moon et al., 2021).

محیط هوشمند برای ساکنان مقصد، ساکنین را در تلاش های پایداری درگیر می کند و حس مالکیت و غرور را برای جامعه خود تقویت می کند. کمپین های زیست محیطی در رسانه های اجتماعی ساکنان را در به اشتراک گذاشتن داستان های پایداری و ترویج ارزش های اخلاقی درگیر می کند (Reynolds et al., 2023). کنتورهای هوشمند انرژی و آب ساکنان را قادر می سازد تا مصرف منابع را به طور موثر مدیریت کنند. ساختمان های پایدار شیوه های سازگار با محیط زیست را ترویج می کنند، قبوض آب و برق را کاهش می دهند و با پایداری اخلاقی همسو می شوند (Hou & Wu, 2021). مدیریت هوشمند زباله ضایعات را به حداقل می رساند و بازیافت را ترویج می کند و رویکردی اخلاقی ایجاد می کند.

حکمرانی هوشمند برای ساکنان مقصد بر ساکنین متمرکز است که به طور فعال با تصمیم گیری جامعه درگیر می شوند و نیازهای خود را اولویت بندی می کنند. داده های شفاف دسترسی به اطلاعات ضروری را فراهم می کند، به طوری که ساکنان با آگاهی در مورد نحوه تخصیص و خرج کردن منابع عمومی، شفافیت و اعتماد را تقویت می کنند. کانال های آنلاین جامعه به سوالات، شکایات و نگرانی های ساکنان به سرعت و از نظر اخلاقی رسیدگی می کنند. مبارزه با اطلاعات نادرست شامل بررسی حقایق و ارائه اطلاعات دقیق برای مقابله با روایت های نادرست است که می تواند بر رفاه ساکنان تأثیر منفی بگذارد (Zhong, 2023). جوامع محله آنلاین ساکنان را تشویق می کنند تا با هم ارتباط برقرار کنند، اطلاعات را به اشتراک بگذارند، و به مسائل محلی رسیدگی کنند، که به عنوان ابزار ارزشمندی برای ایجاد و تعامل جامعه عمل می کند (Mosconi et al., 2017). به طور کلی، با ادغام اقتصاد هوشمند، سفر/گردشگری هوشمند، محیط هوشمند و حکمرانی هوشمند، مقاصد می توانند محیط زندگی پایداری، فراگیرتر و اخلاقی تری ایجاد کنند که نشان دهنده مستقیم جدید است.

این مطالعه دارای محدودیت هایی است که فرصت هایی را برای تحقیقات آینده فراهم می کند. اولاً، این مطالعه عمدتاً بر جنبه های مثبت مقاصد گردشگری هوشمند، از جمله کاربردهای تکنولوژیکی و احساس خوب بودن در حوزه های اصلی زندگی متمرکز است. تحقیقات آتی می تواند تأثیرات نامطلوب بالقوه ای را که ساکنان در رابطه با مقاصد گردشگری هوشمند درک می کنند، مانند شکاف دیجیتال، جنرال سازی الکترونیکی و گردشگری بیش از حد بررسی کند. به عنوان مثال، شکاف دیجیتالی بین

¹ Local Sharing Economy

² Word of Mouth



مصرف کنندگان جوان و مسن مشاهده شده است که منجر به رفتارهای مسافرتی متمایز می شود (Shin & Baek, 2023). علاوه بر این، هزینه بالای دستیابی به تجهیزات فناوری این شکاف را تشدید می کند، زیرا بسیاری از سازمان ها و کاربران بالقوه را به دلیل محدودیت های مالی حذف می کند (Buhalis et al., 2023). این وضعیت نگرانی هایی را در مورد تأثیر فناوری بر رفاه کلی ایجاد می کند. با پذیرش دیدگاهی متعادل که جنبه های مثبت و منفی گردشگری هوشمند را در بر می گیرد، این مطالعات می توانند درک انسان را تقویت کنند.

این تلاش ها برای اطمینان از کاربرد گسترده تر و تعمیم پذیری یافته های انسان در زمینه های مختلف حیاتی هستند. علاوه بر این، حتی اگر جمع آوری داده ها در دوران پس از همه گیری انجام شد، تأثیرات کووید-۱۹ بر درک و کیفیت زندگی ساکنان طولانی مدت است. با توجه به تأثیرات دگرگونی همه گیری کووید-۱۹ بر بخش های مختلف، از جمله گردشگری هوشمند، مطالعات آینده باید ساختار مرتبط با کووید-۱۹ را در بر بگیرد (Huang & Wang, 2023). بررسی تغییرات بالقوه در بزرگی روابط در پرتو این رویداد بی سابقه نه تنها دامنه تحقیق را گسترش می دهد، بلکه اعتبار یافته ها را نیز به طور قابل توجهی افزایش می دهد، که کاملاً مستدل هستند و سناریوهای دنیای واقعی را کاملاً منعکس می کنند و پویایی در حال تحول گردشگری هوشمند را در چشم انداز پس از همه گیری نشان می دهند.

منابع

- Al Waer, H., & Deakin, M. (2012). From intelligent to smart cities. Routledge.
- Aladwani, A. M., & Dwivedi, Y. K. (2018). Towards a theory of SocioCitizenry: Quality anticipation, trust configuration, and approved adaptation of governmental social media. *International Journal of Information Management*, 43, 261–272. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2018.08.009>
- Anwar, M. A., & Graham, M. (2021). Between a rock and a hard place: Freedom, flexibility, precarity and vulnerability in the gig economy in Africa. *Competition & Change*, 25(2), 237–258. <https://doi.org/10.1177/1024529420914473>
- Berbekova, A., Uysal, M., & Assaf, A. G. (2022). Toward an assessment of Quality of Life indicators as measures of destination performance. *Journal of Travel Research*, 61(6), 1424–1436.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124.
- Braun, E., Kavartzis, M., & Zenker, S. (2013). My city—my brand: The different roles of residents in place branding. *Journal of Place Management and Development*, 6(1), 18–28. <https://doi.org/10.1108/17538331311306087>
- Brüggen, E. C., Hogreve, J., Holmlund, M., Kabadayi, S., & Löfgren, M. (2017). Financial well-being: A conceptualization and research agenda. *Journal of Business Research*, 79, 228–237. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.03.013>
- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism—from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014, January 21–24). Smart tourism destinations. In *Information and communication technologies in tourism 2014: Proceedings of the International Conference in Dublin, Ireland* (pp. 553–564). Springer International Publishing.
- Buhalis, D., & O'Connor, P. (2005). Information communication technology revolutionizing tourism. *Tourism Recreation Research*, 30(3), 7–16. <https://doi.org/10.1080/02508281.2005.11081482>
- Buhalis, D., Leung, D., & Lin, M. (2023). Metaverse as a disruptive technology revolutionising tourism management and marketing. *Tourism Management*, 97, 104724. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2022-0102>
- Buhalis, D., O'Connor, P., & Leung, R. (2022). Smart hospitality: From smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Ahead-of-Print (ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2022-0497>
- Casini, L., Boncinelli, F., Contini, C., Gerini, F., & Scozzafava, G. (2019). A multicriteria approach for well-being assessment in rural areas. *Social Indicators Research*, 143(1), 411–432. <https://doi.org/10.1007/s11205-018-1978-0>



- Chen, S., Tian, D., Law, R., & Zhang, M. (2022). Bibliometric and visualized review of smart tourism research. *International Journal of Tourism Research*, 24(2), 298–307. <https://doi.org/10.1002/jtr.2501>
- Chen, Y., & Li, X.Y. (2018). Does a happy destination bring you happiness? Evidence from Swiss inbound tourism. *Tour. Manag.*, 65, 256–266. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.10.009>
- Chen, Y.-F., & Law, R. (2016). A review of research on electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 17(4), 347–372. <https://doi.org/10.1080/15256480.2016.1226150>
- Cho, Y.-H., Wang, Y., & Fesenmaier, D.R. (2002). Searching for Experiences: The Web-Based Virtual Tour in Tourism Marketing. *J. Travel Tour. Mark.*, 12, 1–17. https://doi.org/10.1300/J073v12n04_01
- Choi. (2019, June 24). Factbox: Alphabet unveils Toronto smart city master plan details. Reuters. <https://www.reuters.com/article/us-alphabet-canada-masterplan-factbox-idUSKCN1TP2RY>
- Chuttur, M. (2009). Overview of the technology acceptance model: Origins, developments and future directions. *All Sprouts Content*, 9, 37. https://aisel.aisnet.org/sprouts_all/290
- Coca-Stefaniak, J. A. (2021). Beyond smart tourism cities—towards a new generation of “wise” tourism destinations. *Journal of Tourism Futures*, 7(2), 251–258.
- Demirkan, H., & Spohrer, J. (2014). Developing a framework to improve virtual shopping in digital malls with intelligent self-service systems. *J. Retail. Consum. Serv.*, 21, 860–868. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.02.012>
- Dumitru, O.I., & Tomescu, A.V. (2020). European consumer law in the digital single market. *Jurid. Trib.*, 10, 222.
- Gautam, V. (2022). Why local residents support sustainable tourism development? *Journal of Sustainable Tourism*, 31(3), 1–17. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2082449>
- Gössling, S., & Michael Hall, C. (2019). Sharing versus collaborative economy: How to align ICT developments and the SDGs in tourism? *Journal of Sustainable Tourism*, 27(1), 74–96. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560455>
- Gretzel, U. (2022). The smart DMO: A new step in the digital transformation of destination management organizations. *European Journal of Tourism Research*, 30, 3002–3002. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v30i.2589>
- Habib, A., Alsmadi, D., & Prybutok, V. R. (2020). Factors that determine residents’ acceptance of smart city technologies. *Behaviour & Information Technology*, 39(6), 610–623. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1693629>
- He, W., Zhang, Z. J., & Li, W. (2021). Information technology solutions, challenges, and suggestions for tackling the COVID-19 pandemic. *International Journal of Information Management*, 57, 102287. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102287>
- Hombrados-Mendieta, I., Millán-Franco, M., Gómez-Jacinto, L., Gonzalez-Castro, F., Martos-Méndez, M. J., & García-Cid, A. (2019). Positive influences of social support on sense of community, life satisfaction and the health of immigrants in Spain. *Frontiers in Psychology*, 10, 2555. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.02555>
- Hou, H., & Wu, H. (2021). Tourists’ perceptions of green building design and their intention of staying in green hotel. *Tourism and Hospitality Research*, 21(1), 115–128. <https://doi.org/10.1177/1467358420963379>
- Huang, S., & Wang, X. (2023). COVID-19 two years on: A review of COVID-19-related empirical research in major tourism and hospitality journals. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(2), 743–764. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2022-0393>
- Ispas, G.-L. (2021). Impact of the COVID-19 on the migration in the European Union. *Trib. Jurid.*, 11, 30–41.
- Ivars-Baidal, J. A., Celdrán-Bernabeu, M. A., Femenia-Serra, F., Perles-Ribes, J. F., & Giner-Sánchez, D. (2021). Measuring the progress of smart destinations: The use of indicators as a management tool. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, 100531. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100531>
- Ivars-Baidal, J., Casado-Díaz, A. B., Navarro-Ruiz, S., & Fuster-Uguet, M. (2023). Smart tourism city governance: Exploring the impact on stakeholder networks. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2022-0322>
- Jeong, M., & Shin, H. H. (2020). Tourists’ experiences with smart tourism technology at smart destinations and their behavior intentions. *Journal of Travel Research*, 59(8), 1464–1477. <https://doi.org/10.1177/0047287519883034>
- Jeong, M., & Shin, H.H. (2020). Tourists’ Experiences with Smart Tourism Technology at Smart Destinations and Their Behavior Intentions. *J. Travel Res.*, 59, 1464–1477. <https://doi.org/10.1177/0047287519883034>
- Kandampully, J., Bilgihan, A., & Amer, S. M. (2022). Linking servicescape and experiencescape: Creating a collective focus for the service industry. *Journal of Service Management*, 34, 316–340. <https://doi.org/10.1108/JOSM-08-2021-0301>



- Kim, H., Kim, Y. G., & Woo, E. (2021). Examining the impacts of touristification on quality of life (QOL): The application of the bottom-up spillover theory. *The Service Industries Journal*, 41(11–12), 787–802. <https://doi.org/10.1080/02642069.2020.1722652>
- Koo, C., Mendes-Filho, L., & Buhalis, D. (2019). Smart tourism and competitive advantage for stakeholders: Guest editorial. *Tourism Review*, 74(1), 1–4. <https://doi.org/10.1108/TR-02-2019-208>
- Kumar, V., & Dahiya, B. (2017). Smart economy in smart cities. In *Smart economy in smart cities* (pp. 3–76). Springer.
- Lee, P., Hunter, W. C., & Chung, N. (2020). Smart tourism city: Developments and transformations. *Sustainability*, 12(10), 3958. <https://doi.org/10.3390/su12103958>
- Leng, X. (2022). Digital revolution and rural family income: Evidence from China. *Journal of Rural Studies*, 94, 336–343. <https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2022.07.004>
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tour. Manag*, 58, 293–300. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014> Get rights and content
- Lin, C., Zhao, G., Yu, C., & Wu, Y. J. (2019). Smart city development and residents' well-being. *Sustainability*, 11(3), 676. <https://doi.org/10.3390/su11030676>
- Manna, R., Cavallone, M., Ciasullo, M.V., & Palumbo, R. (2020). Beyond the rhetoric of health tourism: Shedding light on the reality of health tourism in Italy. *Curr. Issues Tour*, 23, 1805–1819.
- Mariani, M., Styven, M. E., & Ayeh, J. K. (2019). Using Facebook for travel decision-making: An international study of antecedents. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(2), 1021–1044. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2018-0158>
- Mehraliyev, F., Chan, I. C. C., Choi, Y., Koseoglu, M. A., & Law, R. (2020). A state-of-the-art review of smart tourism research. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 37(1), 78–91. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1712309>
- Middha, B., & McShane, I. (2022). E-gentrification: Digital community engagement, urban change and digital rights to the city. In *Citizen participation in the information society* (pp. 141–165). Springer.
- Molinillo, S., Anaya-Sánchez, R., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2019). Smart city communication via social media: Analysing residents' and visitors' engagement. *Cities*, 94, 247–255. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2019.06.003>
- Moon, H. G., Lho, H. L., & Han, H. (2021). Self-check-in kiosk quality and airline non-contact service maximization: How to win air traveler satisfaction and loyalty in the post-pandemic world? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(4), 383–398. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1921096>
- Mosconi, G., Korn, M., Reuter, C., Tolmie, P., Teli, M., & Pipek, V. (2017). From Facebook to the neighbourhood: Infrastructuring of hybrid community engagement. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 26(4–6), 959–1003. <https://doi.org/10.1007/s10606-017-9291-z>
- O'Kane. (2021). What Google's Sidewalk Labs Ignored About Building a city. <https://nextcity.org/features/googlesidewalk-labs-what-makes-a-city-detroit-toronto>.
- Pai, C.-K., Liu, Y., Kang, S. & Dai, A. (2020). The role of perceived smart tourism technology experience for tourist satisfaction, happiness and revisit intention. *Sustainability*, 12, 6592. <https://doi.org/10.3390/su12166592>
- Pan, B., Lin, M. S., Liang, Y., Akyildiz, A., & Park, S. Y. (2021). Social, ethical, and moral issues in smart tourism development in destinations. *Journal of Smart Tourism*, 1(1), 9–17. <https://doi.org/10.52255/smarttourism.2021.1.1.3>
- Panos, G. A., & Wilson, J. O. (2020). Financial literacy and responsible finance in the FinTech era: Capabilities and challenges. *The European Journal of Finance*, 26(4–5), 297–301. Taylor & Francis. <https://doi.org/10.1080/1351847X.2020.1717569>
- Park, S., & Stangl, B. (2020). Augmented reality experiences and sensation seeking. *Tour. Manag*, 77, 104023. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104023>
- Pereira, G. V., Parycek, P., Falco, E., & Kleinhans, R. (2018). Smart governance in the context of smart cities: A literature review. *Information Polity*, 23(2), 143–162. <https://doi.org/10.3233/IP-170067>
- Pettit, C., Bakelmun, A., Lieske, S. N., Glackin, S., Thomson, G., Shearer, H., Dia, H., & Newman, P. (2018). Planning support systems for smart cities. *City, Culture and Society*, 12, 13–24. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2017.10.002>
- Reynolds, L., Doering, H., Koenig-Lewis, N., & Peattie, K. (2023). Engagement and estrangement: A “tale of two cities” for Bristol's green branding. *European Journal of Marketing*, 57(9), 2432–2458.



- Romão, J., Kourtiti, K., Neuts, B., & Nijkamp, P. (2018). The smart city as a common place for tourists and residents: A structural analysis of the determinants of urban attractiveness. *Cities*, 78, 67–75. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.11.007>
- Santos-Júnior, A., Almeida-García, F., Morgado, P., & Mendes-Filho, L. (2020). Residents' quality of life in smart tourism destinations: A theoretical approach. *Sustainability*, 12(20), 8445. <https://doi.org/10.3390/su12208445>
- Shafiee, S., Ghatari, A. R., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287–300. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2019.06.002>
- Shin, H. H., Shin, S., & Gim, J. (2022). Looking back three decades of hospitality and tourism technology research: A bibliometric approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, ahead-of-print (ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2022-0376>
- Shin, H., & Baek, S. (2023). Unequal diffusion of innovation: Focusing on the digital divide in using smartphones for travel. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 277–281. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.04.012>
- Shin, H., & Perdue, R. R. (2019). Self-service technology research: A bibliometric co-citation visualization analysis. *International Journal of Hospitality Management*, 80, 101–112. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.01.012>
- Shin, S.-Y., Kim, D., & Chun, S. A. (2021). Digital divide in advanced smart city innovations. *Sustainability*, 13(7), 4076. <https://doi.org/10.3390/su13074076>
- Sidewalk Labs. (2023). Sidewalk Toronto. Sidewalk Labs. <https://www.sidewalklabs.com/toronto>.
- Sirgy, M. J. (2018). The psychology of material well-being. *Applied Research in Quality of Life*, 13(2), 273–301. <https://doi.org/10.1007/s11482-017-9590-z>
- Sorokina, E., Wang, Y., Fyall, A., Lugosi, P., Torres, E., & Jung, T. (2022). Constructing a smart destination framework: A destination marketing organization perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, 100688. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100688>
- Souri, A., Hussien, A., Hoseyninezhad, M., & Norouzi, M. (2022). A systematic review of IoT communication strategies for an efficient smart environment. *Transactions on Emerging Telecommunications Technologies*, 33(3), e3736. <https://doi.org/10.1002/ett.3736>
- Tanda, A., De Marco, A., & Rosso, M. (2017). Evaluating the impact of smart city initiatives. The 6th International Conference on Smart Cities and Green ICT Systems, 281–28.
- Tomor, Z., Meijer, A., Michels, A., & Geertman, S. (2019). Smart governance for sustainable cities: Findings from a systematic literature review. *Journal of Urban Technology*, 26(4), 3–27. <https://doi.org/10.1080/10630732.2019.1651178>
- Uysal, M., Berbekova, A., & Kim, H. (2020). Designing for quality of life. *Annals of Tourism Research*, 83, 102944. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102944>
- Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244–261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013>
- Waddoups, R. (2022). Toronto's scrapped smart city reflects distrust in tech. <https://www.surfacemag.com/articles/toronto-quayside-smart-cities/>.
- Warburton. (2020, May 7). Alphabet's Sidewalk Labs cancels Toronto "smart city" project. Reuters. <https://www.reuters.com/article/us-canada-sidewalk-idUKKBN22J2FN>.
- Wei, W., Baker, M. A., & Onder, I. (2022). All without leaving home: Building a conceptual model of virtual tourism experiences. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, ahead-of-print (ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2021-1560>
- Williams, A. M., Rodriguez, I., & Makkonen, T. (2020). Innovation and smart destinations: Critical insights. *Annals of Tourism Research*, 83, 102930. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102930>
- World Economic Forum. (2016). The Future of Jobs. The Future of Jobs. <http://wef.ch/1XIgRU9>.
- Xiang, Z., Magnini, V. P., & Fesenmaier, D. R. (2015). Information technology and consumer behavior in travel and tourism: Insights from travel planning using the internet. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244–249. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2014.08.005>
- Xiang, Z., Stienmetz, J., & Fesenmaier, D. R. (2021). Smart tourism design: Launching the annals of tourism research curated collection on designing tourism places. *Annals of Tourism Research*, 86, 103154. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103154>
- Ye, B. H., Ye, H., & Law, R. (2020). Systematic review of smart tourism research. *Sustainability*, 12(8), 3401. <https://doi.org/10.3390/su12083401>



- Ye, H., Sun, S., & Law, R. (2021). An investigation of developing smart tourism from the perspective of stakeholders. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(10), 1156–1170. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1953086>
- Yu, C., Ye, B., Lin, C., & Wu, Y. J. (2020). Can smart city development promote residents' emotional well-being? Evidence from China. *IEEE Access*, 8, 116024–116040. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2020.3004367>
- Zhong, B. (2023). Going beyond fact-checking to fight health misinformation: A multi-level analysis of the Twitter response to health news stories. *International Journal of Information Management*, 70, 102626. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102626>
- Zhou, K., Tan, J., & Watanabe, K. (2021). How does perceived residential environment quality influence life satisfaction? Evidence from urban China. *Journal of Community Psychology*, 49(7), 2454–2471. <https://doi.org/10.1002/jcop.22545>



Improving health tourism management (Smart economy, smart tourism, smart environment and smart governance)

Maryam Sadeghi

PhD student, Department of Management, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

Sadeghi_maryam_IT@shu.iaun.ac.ir

Mohammad Naderi Dehkordi

Assistant Professor, Department of Computer Science, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

naderi@iaun.ac.ir

Behrang Barekatain

Assistant Professor, Department of Computer Science, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

behrang_barekatain@iaun.ac.ir

Naser Khani

Associate Professor, Department of Management, Najafabad Branch, Islamic Azad University, Najafabad, Iran.

naserkhani@phu.iaun.ac.ir

Abstract

Smart tourism destinations, driven by technological advancements, aim to enhance travelers' experiences and residents' quality of life. However, existing research primarily focuses on tourists' perspectives while neglecting residents' attitudes. Residents' attitudes influence their support for local smart tourism development. Without residents' support, smart tourism-related projects may fail. The present study (a systematic review) fills this gap by investigating how residents perceive the impact of smart tourism in their communities through the development and validation of an impact scale. The scale is conceptualized in detail in four dimensions: smart economy, smart tourism, smart environment, and smart governance. This study provides a valuable measurement tool to identify the perceptual determinants of smart tourism destinations on residents' overall life satisfaction, thereby improving health tourism management.

Keywords: Impact of smart tourism, community residents, quality of life, smart tourism destination.