



The Tourism Value Chain: A Systematic Review of Research Using the Funnel Paradigm Approach

Ali Delshad*

Assistant Professor, Yazd University,
Yazd, Iran

Melika Sadeghizadeh

Master's student in Tourism, Marketing
major, Yazd University, Yazd, Iran

Fatemeh Shoalaei

Master's student in Tourism, Marketing
major, Yazd University, Yazd, Iran

Abstract

Given the pivotal role of the tourism industry in sustainable economic and social development, structural analysis through the tourism value chain has become increasingly significant. This study conducts a systematic literature review using the Paradigm Funnel Approach, examining 49 international academic articles published between 2014 and 2024. The primary objective is to identify research trends, detect existing gaps, and propose future research directions. Findings reveal that prior research has predominantly focused on economic aspects, with limited attention to social and environmental dimensions. Moreover, while emerging technologies such as artificial intelligence, blockchain, and big data have been highlighted as potential tools to optimize the value chain, in-depth analyses remain scarce. Another identified gap is the lack of comparative studies across different tourism destinations. Accordingly, this study underscores the necessity of developing resilient value chain models against global crises such as COVID-19 and integrating sustainability principles. The insights derived from this research can significantly inform tourism policy-making and performance enhancement.

Keywords: tourism value chain, paradigm funnel, systematic review, sustainable tourism.

*Assistant Professor at the Department of Tourism Management, Yazd University

1. Introduction

Tourism has emerged as a key sector in global economic, social, and environmental development. According to the World Travel and Tourism Council (WTTC, 2024), this industry is projected to contribute USD 11.1 trillion to global GDP and support over 348 million jobs by 2024. Such figures reflect the strategic importance of tourism, prompting governments and businesses alike to adopt innovative strategies and optimize operations.

A central component in this optimization is the tourism value chain—an interconnected series of activities and stakeholders that collectively shape the tourist experience. From initial travel planning to accommodation, transport, and recreational services, value creation in tourism depends on the seamless interaction of multiple actors. In addition to improving service delivery, the value chain model is crucial for promoting sustainability, managing resources efficiently, and enhancing destination resilience in the face of crises such as pandemics or climate change.

Despite its importance, there remains a gap in comprehensive analyses that explore the structure and dynamics of the tourism value chain across various contexts. This study addresses this gap by applying a systematic review using the paradigm funnel approach, aiming to consolidate existing knowledge, assess research trends, and identify areas for future inquiry.

Research Question(s)

1. What are the dominant research trends in the study of the tourism value chain over the last decade?
2. Which methodological and theoretical approaches have been most commonly used?
3. What are the main gaps in the existing literature on the tourism value chain, particularly in relation to sustainability, technological innovation, and crisis resilience?

2. Literature Review

2.1. Theoretical Foundations

The concept of the value chain was first introduced by Michael Porter (1985) as a tool to analyze the competitive advantage of firms. Since then, the tourism value chain has evolved into a multidimensional framework, encompassing economic, social, technological, and environmental considerations.

Scholars such as Buhalis (2003) and Vargo & Lusch (2004) emphasized the experiential and co-creative nature of tourism services. Tourism value chains integrate both supply-side operations and consumer interactions, creating value at multiple touchpoints. Subsequent research has elaborated on this by examining the roles of intermediaries, digital platforms, and data-driven strategies (Fernandez-Villaran et al., 2020; Sigala, 2018).

2.2. Research Gaps and Emerging Themes

A growing body of literature recognizes the potential of emerging technologies like AI, blockchain, and big data to revolutionize the tourism value chain. However, these studies often lack empirical depth and comprehensive modeling. Furthermore, the environmental and social dimensions—such as local community inclusion and ecological impact—remain underexplored, particularly in developing country contexts.

Comparative studies across tourism destinations are also scarce. Most research focuses on individual regions without analyzing differences and similarities in value chain configurations, making generalization difficult.

3. Methodology

This study adopts a systematic literature review methodology, enhanced by the paradigm funnel approach (Burton et al., 2003). This framework categorizes research into four levels: empirical observations, analytical methods, specific theories, and fundamental assumptions.

Data collection involved keyword-based searches (e.g., "tourism value chain," "sustainable tourism," "post-pandemic tourism") across major academic databases such as Scopus, Web of Science, ScienceDirect, and Google Scholar. Selection criteria included:

- Articles published between 2014–2024
- Peer-reviewed journals and conference proceedings
- English-language publications
- Clear research design and results

Out of 58 initially identified papers, 49 were selected for final analysis. Each paper was coded and categorized according to the four levels of the paradigm funnel.

4. Results

The selected studies were distributed across the four levels of the paradigm funnel as follows:

- Level 1: Empirical Observations – 13 studies (26.5%)
- Level 2: Analytical Methods – 13 studies (26.5%)
- Level 3: Specific Theories – 9 studies (18.4%)
- Level 4: Fundamental Assumptions – 14 studies (28.6%)

These distributions indicate a relatively balanced spread across methodological and theoretical contributions, with a strong emphasis on foundational thinking. Nevertheless, most studies lack integration of technological and sustainability-related themes across all levels.

Key findings include:

- Lack of comparative analysis between different destination types (urban, rural, cultural, ecotourism)
- Underutilization of digital technologies and data-driven tools
- Inadequate models addressing crisis response and resilience
- Limited inclusion of environmental justice and community participation

5. Discussion

The findings from this systematic review highlight several critical issues in the tourism value chain literature. One of the most significant

observations is the inconsistent integration of sustainability—particularly environmental and social sustainability—within value chain models. Although the tourism sector often emphasizes economic growth, neglecting ecological and community-level concerns may compromise long-term viability.

Another major theme is the transformative potential of emerging technologies such as artificial intelligence, blockchain, and big data. These tools have the capacity to optimize operations, improve transparency, and enhance coordination among stakeholders. However, most studies have addressed these technologies at a conceptual level, without offering empirical validation or practical implementation models.

Additionally, the tourism value chain has shown vulnerability to global crises, such as the COVID-19 pandemic. This emphasizes the urgent need for resilience frameworks that enable adaptive responses and strategic flexibility across the value chain. Only a handful of studies have examined how destinations can reconfigure their value chains in response to such disruptions.

Finally, a lack of comparative research across geographic and cultural contexts limits the generalizability of current findings. Future studies should explore structural differences among destinations and how localized factors shape value creation and distribution within the chain.

5. Conclusion

This review underscores the importance of a comprehensive, multi-dimensional understanding of the tourism value chain. As a complex system involving various actors and processes, the value chain not only influences service quality and customer satisfaction but also serves as a vehicle for innovation and sustainability.

Key conclusions drawn from the analysis include:

- The need for more empirical studies focusing on the implementation of advanced technologies in tourism operations
- The importance of integrating environmental and social sustainability into value chain models

- The call for comparative and cross-cultural analyses to identify universal versus context-specific insights
- The development of resilience-oriented models that enable tourism systems to withstand and adapt to crises

Addressing these gaps will require interdisciplinary collaboration and methodological innovation. Policymakers, tourism planners, and researchers should work together to develop strategies that align with both market demands and sustainability goals. Ultimately, a well-structured and inclusive value chain can contribute to more resilient, competitive, and responsible tourism systems worldwide.

آماده انتشار

زنجیره ارزش گردشگری: مرور سیستماتیک تحقیقات با استفاده از رویکرد قیف پارادایم

استادیار، دانشگاه یزد، یزد، ایران

علی دلشاد * 

دانشجوی رشته گردشگری گرایش بازاریابی، یزد، ایران

ملیکا صادقی زاده 

دانشجوی رشته گردشگری گرایش بازاریابی، یزد، ایران

فاطمه شعلائی 

چکیده

در پی رشد پرشتاب صنعت گردشگری و افزایش پیچیدگی‌های آن، بازنگری در ساختارها و مفاهیم تحلیلی این حوزه بیش از پیش ضروری به نظر می‌رسد. یکی از مفاهیم کلیدی در این زمینه، زنجیره ارزش گردشگری است که می‌تواند درک عمیق‌تری از تعاملات، کارآمدی و پایداری این صنعت ارائه دهد. هدف اصلی این پژوهش، گردآوری و ارزیابی مطالعات پیشین مرتبط با زنجیره ارزش گردشگری به منظور ترسیم تصویری جامع از وضعیت موجود و پیشنهاد مسیرهای آتی پژوهش است. در این راستا، طی یک بازه زمانی پنج‌ماهه، بیش از ۶۵ مقاله بر اساس موضوع، اعتبار و سال انتشار از پایگاه‌های معتبر بین‌المللی نظیر Web of Science، Scopus و Google Scholar جستجو شد. پس از فرآیند غربالگری، در مجموع ۵۱ مقاله انگلیسی منتشرشده بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ بر اساس رویکرد مرور سیستماتیک و قیف پارادایم تحلیل گردید. نتایج تحلیل‌ها حاکی از آن است که پژوهش‌های تطبیقی جامعی درباره ساختار زنجیره ارزش در مقاصد مختلف تاکنون کمتر صورت گرفته‌اند. همچنین، ابعاد کلیدی همچون پایداری زیست‌محیطی و عدالت اجتماعی، خصوصاً در مواجهه با بحران‌های جهانی نظیر همه‌گیری کووید-۱۹، در اغلب مطالعات نادیده انگاشته شده‌اند. افزون‌براین، تاثیر فناوری‌های نوینی همچون هوش مصنوعی، بلاک‌چین و کلان‌داده‌ها بر تعاملات زنجیره به صورت ساختاری مورد بررسی قرار نگرفته است. این پژوهش با ارائه پیشنهادهایی برای

* نویسنده مسئول: استادیار گروه مدیریت جهانگردی دانشگاه یزد

<mailto:alidelshad@yazd.ac.ir>

مطالعات آینده، بر ضرورت تحلیل تطبیقی، ادغام فناوری‌های نوین و طراحی مدل‌های مقاوم‌سازی زنجیره ارزش تأکید می‌ورزد؛ یافته‌هایی که می‌توانند در بهبود سیاست‌گذاری‌ها و ارتقاء پایداری صنعت گردشگری مؤثر واقع شوند.

کلیدواژه‌ها: زنجیره ارزش گردشگری، قیف پارادایم، تاب‌آوری گردشگری، گردشگری پایدار.

مقدمه

صنعت گردشگری در دهه‌های اخیر به یکی از سریع‌ترین و پویاترین بخش‌های اقتصادی جهان تبدیل شده و تأثیرات گسترده‌ای بر جنبه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی جوامع بشری داشته است. بر اساس آخرین گزارش شورای جهانی سفر و گردشگری (WTTC)، در سال ۲۰۲۵ پیش‌بینی می‌شود گردشگری بیش از ۱۱٫۵ تریلیون دلار در تولید ناخالص داخلی جهانی سهم داشته باشد که معادل ۱۰٫۳ درصد از کل GDP جهان است. همچنین انتظار می‌رود این صنعت از بیش از ۳۵۵ میلیون شغل در سراسر جهان پشتیبانی کند؛ رشدی که نشان‌دهنده بازیابی و توسعه چشمگیر این صنعت پس از بحران‌های جهانی از جمله همه‌گیری کووید-۱۹ است (WTTC, 2025; UN Tourism, 2025).

رشد سریع صنعت گردشگری بسیاری از کشورها را به سمت تدوین راهبردهای اقتصادی، سیاسی و فناورانه برای بهره‌گیری بیشتر از این بازار جهانی سوق داده است. در این راستا، توجه به زیرساخت‌های تحلیلی و مدیریتی گردشگری اهمیت فزاینده‌ای یافته است. یکی از مفاهیم کلیدی در این زمینه، «زنجیره ارزش گردشگری» است که با ریشه در ادبیات مدیریت استراتژیک، مجموعه‌ای از فعالیت‌ها و کنشگران مرتبط با ارائه خدمات گردشگری را دربر می‌گیرد و از طریق تعامل میان آن‌ها، به خلق ارزش نهایی برای گردشگر منجر می‌شود (Porter, 1985).

زنجیره ارزش گردشگری شامل مراحل مختلفی از تصمیم‌گیری برای سفر، انتخاب مقصد، دریافت خدماتی مانند حمل‌ونقل، اقامت، غذا و تفریح تا بازگشت گردشگر به محل اقامت اولیه است که همگی در شکل‌گیری تجربه گردشگری نقش دارند. اهمیت این زنجیره نه تنها در ارتقاء کیفیت خدمات و رضایت گردشگر است، بلکه در افزایش رقابت‌پذیری مقاصد، بهبود کارایی نظام گردشگری و تقویت تاب‌آوری آن در برابر بحران‌ها نیز نمود

دارد. برای مثال، در شرایطی مانند همه گیری کووید-۱۹ یا بروز مخاطرات اقلیمی، هماهنگی میان اجزای زنجیره می تواند به واکنش سریع تر و اثربخش تر منجر شود (زارع بنادکوکي و همکاران، ۱۴۰۳؛ Gössling & Hall, 2022).

از سوی دیگر، دستیابی به گردشگری پایدار نیازمند مدیریت دقیق و نظام مند زنجیره ارزش است؛ به گونه ای که ضمن خلق ارزش اقتصادی، به حفاظت از منابع طبیعی، حمایت از جوامع محلی و رعایت عدالت اجتماعی نیز توجه شود. امروزه فناوری های نوینی همچون هوش مصنوعی، بلاک چین، اینترنت اشیا و کلان داده ها در حال بازتعریف فرآیندهای زنجیره ارزش هستند و فرصت هایی برای بهینه سازی تعاملات، کاهش هزینه ها و ارتقاء کیفیت خدمات فراهم کرده اند (Filliri et al., 2021; Tasnim et al., 2023).

با وجود اهمیت راهبردی زنجیره ارزش در صنعت گردشگری، مطالعات موجود در این زمینه با چالش هایی جدی روبه رو هستند. بسیاری از پژوهش ها، صرفاً به بررسی یک منطقه یا نوع خاص از گردشگری محدود شده اند و مطالعات تطبیقی جامع که ساختار زنجیره ارزش را در مقاصد مختلف (شهری، روستایی، فرهنگی، طبیعی) بررسی کنند، بسیار اندک است. همچنین، بخش قابل توجهی از ادبیات علمی بر ابعاد اقتصادی زنجیره تمرکز داشته و از تحلیل هم زمان ابعاد اجتماعی، زیست محیطی و فناورانه غفلت شده است. مهم تر آن که بررسی های صورت گرفته نشان می دهند که مدل های مقاوم سازی زنجیره ارزش در برابر بحران ها، به ویژه در بستر کشورهای در حال توسعه، به ندرت توسعه یافته اند (Romero et al., 2023; Lau and Shaikh, 2018).

با توجه به این چالش ها، این پژوهش با هدف تحلیل جامع ادبیات موجود و شناسایی شکاف های پژوهشی در حوزه زنجیره ارزش گردشگری انجام شده است. برای دستیابی به این هدف، از روش مرور سیستماتیک همراه با رویکرد قیف پارادایم استفاده شده است. این رویکرد امکان تحلیل چندلایه و طبقه بندی مطالعات در سطوح تجویبی، روش شناختی، نظری و بنیادی را فراهم می سازد و به پژوهشگر کمک می کند تا مسیر پژوهش های آتی را بر اساس ساختار تحلیلی مشخص طراحی نماید (Shafiei et al., 2020; Burton et al., 2003).

پیشینه پژوهش

در ادبیات علمی مدیریت و اقتصاد، زنجیره ارزش به عنوان چارچوبی برای تحلیل فرآیندهای ارزش آفرینی در طول مسیر تولید و ارائه خدمت، جایگاه ویژه‌ای دارد. با توجه به جدول دیدگاه پژوهشگران و تحقیقاتی که در این راستا انجام شده را به طور خلاصه بررسی می‌کند. این مفهوم ابتدا در صنایع تولیدی مطرح شد، اما به مرور در حوزه خدمات نیز گسترش یافت و در صنعت گردشگری، که از اجزای متنوع و به هم پیوسته‌ای تشکیل شده، اهمیت فزاینده‌ای یافته است (Porter, 1985). ساختار چندلایه صنعت گردشگری از مرحله تصمیم‌گیری برای سفر تا بازگشت به محل اقامت، بستری مناسب برای کاربرد چارچوب زنجیره ارزش فراهم می‌کند، زیرا تعامل میان بازیگران گوناگون همچون ارائه‌دهندگان خدمات، واسطه‌ها و مشتریان نهایی به شدت بر کیفیت تجربه و کارایی کلی این صنعت اثرگذار است (Roblek et al., 2023).

تحلیل مفهومی زنجیره ارزش گردشگری نشان می‌دهد که دیدگاه‌ها درباره آن از مدل‌های کلاسیک خطی به چارچوب‌های چندبعدی، تعاملی و شبکه‌ای تحول یافته‌اند. برخی از مدل‌ها، مانند تقسیم‌بندی لی و همکاران، میان فعالیت‌های عملیاتی و پشتیبانی تمایز قائل شده‌اند و نقش زیرساخت‌ها، منابع انسانی و فناوری را در کنار عملیات اصلی مورد توجه قرار داده‌اند (Lee et al., 2016). سایر مطالعات، مانند چارچوب پارک و ژانگ، زنجیره را به مثابه ارتباط پویا میان طراحان محصول، ارائه‌دهندگان خدمات، واسطه‌ها و گردشگران تعریف کرده‌اند (Park & Zhang, 2019). همچنین، تحلیل‌های مبتنی بر هم‌زمانی تولید و مصرف در خدمات گردشگری، مانند دیدگاه لیو، بر ضرورت تعامل مستمر بین تولیدکننده و مصرف‌کننده در زنجیره ارزش تأکید دارند (Liu, 2017).

در بسیاری از نظریه‌های بعدی، نقش گردشگر از یک مصرف‌کننده منفعل به هم‌آفریننده ارزش ارتقاء یافته است. نظریه ارزش‌سازی مشترک، بیانگر آن است که تجربه گردشگر حاصل کنش متقابل میان او و ارائه‌دهنده خدمات است و این مشارکت، خود بخشی از فرآیند خلق ارزش به شمار می‌رود (Prebensen et al., 2018). در همین راستا، مدل چن و وانگ نیز ساختار تجربه گردشگر را در قالب مراحل مختلف پیش از سفر، در حین سفر و پس از آن دسته‌بندی کرده و بر تأثیرگذاری پیوسته تمام اجزای زنجیره بر رضایت نهایی تأکید می‌کند (Chen & Wang, 2020). سایر پژوهش‌ها نیز با تمرکز بر نقش واسطه‌ها، همکاری بین‌سازمانی و اهمیت اطلاعات، زنجیره را به صورت شبکه‌ای از گره‌های

به هم پیوسته تحلیل کرده‌اند که عملکرد کل‌نگر آن به هماهنگی میان بخش‌های مختلف بستگی دارد (Camilleri, 2018; Sigala, 2020; Zhang et al., 2021; Hernandez & Gomez, 2022).

در ادامه، با تحلیل جدول ۱ که به مرور نظام‌مند دیدگاه پژوهشگران و مطالعات صورت گرفته درباره زنجیره ارزش گردشگری می‌پردازد، تلاش شده است تا با بررسی سه مؤلفه اصلی شامل تمرکز محوری هر مقاله، سال انتشار و نوع نوآوری ارائه شده در آن، تصویری دقیق‌تر و منسجم‌تر از روند تحول مفهومی این حوزه ارائه گردد. این رویکرد امکان مقایسه تطبیقی میان دیدگاه‌ها را فراهم می‌سازد و به شناسایی مسیرهای نوظهور و شکاف‌های موجود در ادبیات موضوع کمک می‌کند. همچنین، از طریق این دسته‌بندی، مشخص می‌شود که چگونه توجه پژوهش‌ها از ساختارهای خطی و سلسله‌مراتبی به مدل‌های پویا، شبکه‌محور و مشارکتی تحول یافته است.

جدول ۱. مرور دیدگاه پژوهشگران و تحقیقات درباره زنجیره ارزش گردشگری

پژوهشگر/سال	تمرکز اصلی	نوآوری یا نکته کلیدی
Poon1994	تقسیم‌بندی زنجیره به فعالیت‌های تجاری و پشتیبانی	تأکید بر نقش زیرساخت، منابع انسانی و فناوری در کنار فعالیت‌های عملیاتی
Kaplinisky & Morris2000	دسته‌بندی زنجیره به طراحان محصول، ارائه‌دهندگان خدمات، واسطه‌ها و گردشگران	نگاه جامع به نقش و تعامل بازیگران مختلف در زنجیره
Buhalis2002	هم‌زمانی تولید و مصرف در گردشگری	شمول گردشگر در زنجیره به عنوان عنصر مشارکت‌کننده
Vargo & Lusch2004	ارزش‌سازی مشترک میان تولیدکننده و مصرف‌کننده	معرفی گردشگر به عنوان هم‌آفریننده ارزش در چارچوب S-D Logic

پژوهشگر/سال	تمرکز اصلی	نوآوری یا نکته کلیدی
Yilmaz & Bititci2006	مدل عملیاتی چهارمرحله‌ای زنجیره ارزش	تمرکز بر تأثیر مراحل پیش، حین و پس از تحویل بر تجربه گردشگر
Grönroos & Ravald2011	نقش واسطه‌ها در زنجیره ارزش	معرفی واسطه‌ها به‌عنوان پیونددهنده تولیدکننده و مصرف‌کننده
Romero & Tejada2011	زنجیره ارزش به‌عنوان مجموعه‌ای از گره‌های همکاری	تأکید بر اهمیت همکاری بین سازمان‌ها برای خلق ارزش پایدار
Song et al.2013	تفکیک فعالیت‌ها به جلوی صحنه و پشت صحنه	روشن‌سازی نقش فرآیندهای پشتیبانی در کنار تجربه مستقیم مشتری
Fernandez et al.2020	نقش اطلاعات در زنجیره ارزش گردشگری	معرفی اطلاعات و مدیریت آن به‌عنوان منبع ارزش‌آفرینی نوین
UNWTO.2020	روندهای جهانی، سیاست‌ها و شاخص‌های عملکردی	فراهم‌آوری چارچوب‌های سیاست‌گذاری و داده‌های جهانی درباره تحولات زنجیره ارزش
Filier et al.2021	تحلیل موردی و مرور نمونه‌های موفق در اروپا	استفاده از هوش مصنوعی و فناوری‌های داده‌محور موجب بهینه‌سازی تجربه گردشگر، ارتقاء

پژوهشگر/سال	تمرکز اصلی	نوآوری یا نکته کلیدی
		شفافیت و بازدهی زنجیره ارزش گردشگری می‌شود.
Chambwe & Saayman. 2024	طراحی مفهومی چارچوب با مطالعه میدانی	تاکید بر تملک محلی و مشارکت جوامع روستایی در ساختار زنجیره ارزش برای توزیع عادلانه‌تر منافع گردشگری.
Buhalis, Sigala. 2000s-present	نقش فناوری‌های دیجیتال	فناوری به‌عنوان عامل توانمندساز در خلق تجربه و بهینه‌سازی زنجیره

یکی از ابعاد نوظهور و کلیدی در مطالعات زنجیره ارزش گردشگری، فناوری‌های دیجیتال و نوآوری‌های فناورانه است. ورود فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، بلاک‌چین، اینترنت اشیا و تحلیل داده‌های بزرگ، مرزهای سنتی زنجیره ارزش را تغییر داده و ساختارهای جدیدی برای ارتباط بین اجزا ایجاد کرده است (Buhalis, 2000; Sigala, 2018). استفاده از سیستم‌های مدیریت مقصد (DMS)، پلتفرم‌های دیجیتال و راهکارهای داده‌محور، توانسته است کیفیت تجربه گردشگر را بهبود بخشد و شفافیت و بهره‌وری در فرآیندهای داخلی صنعت را ارتقاء دهد (UNWTO, 2020). این فناوری‌ها همچنین موجب افزایش شفافیت اطلاعاتی، کاهش هزینه‌های عملیاتی و تقویت انعطاف‌پذیری در مواجهه با نوسانات تقاضا شده‌اند. با این حال، سطح بهره‌گیری از این فناوری‌ها در کشورهای در حال توسعه، همچنان با موانعی چون نبود زیرساخت، مهارت پایین انسانی و ناهماهنگی نهادی مواجه است (Filier et al, 2021). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که در بسیاری از مقاصد، جوامع محلی به دلیل عدم دسترسی به منابع، مهارت یا مالکیت ساختارهای زنجیره، سهم اندکی از منافع گردشگری کسب می‌کنند. چارچوب‌های جدید، بر لزوم تقویت «تملک محلی» و مشارکت فعال جوامع در طراحی و اجرای زنجیره ارزش تأکید دارند؛ به گونه‌ای که فرآیند خلق ارزش به صورت عادلانه و درون‌زا تقویت شود. این دیدگاه بر

تعامل نزدیک میان بازیگران محلی، سیاست‌گذاران و بخش خصوصی تاکید دارد (Chambwe & Saayman, 2024).

با توجه به جدول ۲ ارتباط میان کارایی زنجیره ارزش و مزیت رقابتی یکی از موضوعات مهمی است که پژوهشگران به آن پرداخته‌اند. تحلیل‌ها نشان داده‌اند که بهینه‌سازی فعالیت‌های اصلی و پشتیبانی در زنجیره، می‌تواند به خلق تجربه‌ای مثبت و باکیفیت برای گردشگر منجر شود و در نتیجه، رضایت، وفاداری و سودآوری بلندمدت مقصد را تضمین کند (Zhang et al., 2009; Rahmiati et al., 2020; Kim et al., 2020; Morales et al., 2014). همچنین، وجود شبکه‌های محلی کارآمد و مشارکت فعال جوامع بومی در زنجیره ارزش، از عوامل مهم ارتقاء رقابت‌پذیری پایدار مقاصد گردشگری شمرده می‌شوند (Braun, 2005; Bakucz, 2011).

از سوی دیگر، رویکردهای نوین بر لزوم تلفیق ابعاد اجتماعی، زیست‌محیطی و فرهنگی در کنار ارزش اقتصادی تاکید دارند. مفهوم ارزش مشترک که توسط پورتر و کرامر مطرح شده، نشان می‌دهد که صنعت گردشگری باید به گونه‌ای طراحی شود که منافع آن نه فقط برای سرمایه‌گذاران بلکه برای جوامع محلی و محیط‌زیست نیز حاصل شود (Porter & Kramer, 2011). این نگاه، در سیاست‌گذاری‌های حوزه مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها و طراحی چارچوب‌های گردشگری پایدار در ایران نیز مورد توجه قرار گرفته است (Dudangeh et al., 2022). لازم به ذکر می‌باشد که در جدول ۲ به شکل کامل و مختصر به پیشینه تجربی پژوهش اشاره شده که مرور آن می‌توان به فهم دقیق‌تری از مباحث مطرح شده دست یافت.

جدول ۲. پیشینه تجربی پژوهش

نویسنده و سال	عنوان پژوهش	روش تحقیق	یافته/نتایج کلیدی
Zhang et al. 2009	زنجیره ارزش گردشگری، تجربه گردشگری با کیفیت و مزیت رقابتی	تحلیل داده‌های ثانویه و مدل مفهومی	زنجیره ارزش کارآمد موجب بهبود تجربه گردشگر و مزیت رقابتی پایدار می‌شود.

ارزیابی عملکرد در گردشگری: یک مدل مبتنی بر زنجیره ارزش (منتشر شده در مجله بین‌المللی مدیریت معاصر مهمان‌نوازی)		مدل چهار مرحله‌ای برای مطالعه میدانی و خلق ارزش در سفر شامل قبل از طراحی مدل فرآیندی تحویل، تحویل، و خدمات پس از آن ارائه شد.	Yilmaz & Bititci 2006
حاکمیت زنجیره ارزش گردشگری: مروری بر مطالعات و چشم‌اندازها (منتشر شده در مجله تحقیقات سفر)		تحلیل فرآیندهای گردشگری با رویکرد داده‌محور	Song et al. 2013
تحلیل فعالیت‌های زنجیره ارزش گردشگری بر ایجاد مزیت رقابتی: از دیدگاه گردشگران (منتشر شده در نشریه توسعه استعداد و تعالی)		تحلیل داده‌های پرسشنامه‌ای	Rahmiati et al. 2020
تجربه سفر ماندگار و کارکردهای یادآوری آن (منتشر شده در مجله تحقیقات سفر)		تحلیل آماری و پیمایشی	Kim et al. 2019
تاثیر مسئولیت اجتماعی بر واکنش‌های احساسی و رفتاری		مطالعه میدانی با رویکرد مسئولیت پذیری اجتماعی	Dudangeh et al. 2022
پیاده‌سازی مسئولیت اجتماعی موجب بهبود تجربه گردشگر و ارتقاء جایگاه رقابتی مقاصد داخلی می‌شود.			

گردشگران (مطالعه)		
موردی: هتل های تهران)		
مدل شبکه ای روابط بازیگران زنجیره نشان داد که تعامل میان بخش خصوصی، دولت و جامعه محلی بر کارایی کلی زنجیره تأثیرگذار است.	تحلیل شبکه ای با داده های میدانی	ترسیم بازیگران و پیوندهای زنجیره ارزش گردشگری: رویکردی مبتنی بر شبکه
		Tasnim et al. 2023
مدل طراحی شده نشان داد که توسعه زنجیره ارزش با تمرکز بر بازیگران محلی، منجر به بهبود مزیت رقابتی و رضایت گردشگر می شود.	مطالعه میدانی و تحلیل مسیر	ارائه الگوی بهینه زنجیره ارزش گردشگری استان یزد
		Delshad & Asadian. 2023
مشارکت جوامع محلی در تملک زنجیره ارزش، موجب توزیع عادلانه تر منافع گردشگری و افزایش تاب آوری اقتصادی مناطق محروم می شود.	مطالعه میدانی در جوامع روستایی آفریقا	چارچوبی برای مالکیت زنجیره ارزش گردشگری در جوامع روستایی
		Chambwe & Saayman. 2024
زنجیره ارزش گردشگری در ایران از ضعف پیوندهای نهادی و نبود هماهنگی میان بخش ها رنج می برد و نیازمند بازطراحی ساختاری است.	تحلیل موردی و فرا تحلیل مستندات	تحلیل زنجیره ارزش گردشگری در ایران با تمرکز بر بازیگران اصلی
		Zare- Banadkouki et al. 2024
حاکمیت هوشمند و بهره گیری از فناوری دیجیتال در زنجیره ارزش، اثربخشی مدیریت گردشگری را در مقاصد لاتین افزایش داده است.	تحلیل داده های میدانی و مقایسه تطبیقی	حاکمیت هوشمند و پایداری در زنجیره های ارزش گردشگری: شواهد تجربی از آمریکای لاتین
		Lara-Morales & Clarke. 2024

با وجود این پیشرفت‌ها، ادبیات پژوهشی زنجیره ارزش گردشگری همچنان با ضعف‌های ساختاری و محتوایی مواجه است. تحلیل نظام‌مند مطالعات اخیر نشان می‌دهد که بخش زیادی از مدل‌ها و چارچوب‌های تحلیلی، براساس تجارب کشورهای توسعه‌یافته طراحی شده‌اند و انطباق کامل با شرایط نهادی، فرهنگی و اقتصادی کشورهای در حال توسعه ندارند؛ این موضوع، نیاز به بومی‌سازی مفاهیم و سازوکارها را بیش از پیش آشکار می‌سازد (Zarei Banadkouki et al., 2024). همچنین در اغلب مطالعات، تمرکز بر ابعاد اقتصادی غالب بوده و جنبه‌های اجتماعی، فرهنگی و فناورانه یا کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند یا به صورت منفصل و غیرسیستمی بررسی شده‌اند (Liu et al., 2020; Romero et al., 2023).

افزون‌براین، ساختار اغلب پژوهش‌ها از انسجام نظری و روش‌شناختی لازم برخوردار نیستند؛ به‌ویژه در ترکیب سطوح مختلف تحلیل از مشاهدات تجربی تا مبانی فلسفی، پیوستگی کافی برقرار نشده و اغلب مطالعات به یکی از این سطوح محدود مانده‌اند (Sutomo et al., 2023; Tasnim et al., 2023). به همین دلیل، پژوهش‌هایی که بتوانند با اتخاذ رویکردهای چندسطحی، از داده‌های تجربی تا مدل‌های کل‌نگر و بین‌رشته‌ای را در کنار هم قرار دهند، برای ارتقاء دانش علمی در این حوزه ضرورت دارند.

روش تحقیق

در این پژوهش، مرور سیستماتیک و رویکرد کیف پارادایم به عنوان روش تحقیق انتخاب شده است، زیرا این روش امکان بررسی دقیق روندهای تحقیقاتی، شکاف‌های پژوهشی و ساختار مقالات علمی را فراهم می‌کند. هدف اصلی این تحقیق، گردآوری، ارزیابی و تفسیر جامع تحقیقات پیشین به منظور شناسایی روندها، کشف شکاف‌های پژوهشی و ارائه پیشنهاداتی برای تحقیقات آینده بوده است. در حوزه گردشگری، کیف پارادایم به عنوان ابزاری برای تحلیل و دسته‌بندی مقالات این حوزه استفاده می‌شود. پژوهشگران می‌توانند مقالات مرتبط با گردشگری را در چهار سطح تجربی، روش‌شناختی، نظری و هستی‌شناختی سازماندهی کنند تا روندها و شکاف‌های این حوزه را شناسایی و تحلیل کنند (شفیعی و همکاران، ۱۳۹۹).

قیف پارادایم ابزاری مفهومی برای دسته‌بندی و تحلیل یافته‌های علمی است که برای اولین بار توسط برتون و همکاران در سال ۲۰۰۳ معرفی شد. این ابزار به پژوهشگران کمک می‌کند تا مقالات علمی را بر اساس سطح و محتوای آن‌ها سازماندهی کرده و مسیر پژوهش‌های آتی را هدفمندتر سازند. قیف پارادایم چهار سطح اصلی دارد:

(۱) داده‌های مشاهده‌شده در طبیعت: شامل داده‌های خام و مشاهدات واقعی از جهان

پیرامون است؛ مانند آمار، پیمایش، یا نتایج مطالعات میدانی.

(۲) مکانیزم‌هایی که داده‌ها را به نظریه‌ها وصل می‌کنند: به روش‌ها، ابزارها و تکنیک‌های

گردآوری و تحلیل داده‌ها اشاره دارد؛ مثلاً استفاده از مدل‌های آماری، تحلیل محتوا

یا مطالعات موردی.

(۳) نظریه‌های توضیح‌دهنده پدیده‌ها: شامل چارچوب‌ها و نظریه‌هایی است که داده‌ها را

تبیین می‌کنند و روابط بین متغیرها را توضیح می‌دهند؛ مانند نظریه‌های توسعه

گردشگری یا پایداری.

(۴) فرضیات متافیزیکی و بنیادی: بنیادی‌ترین سطح است که به مفروضات فلسفی و

دیدگاه‌های بنیادین درباره ماهیت واقعیت می‌پردازد؛ مثلاً اینکه آیا گردشگری صرفاً

پدیده‌ای اقتصادی است یا پدیده‌ای فرهنگی-اجتماعی (Berton et al., 2003).

Shafiei et al., 2020)

این ابزار مزایای زیادی دارد، از جمله ارائه چارچوبی منسجم برای تحلیل مقالات، کمک

به شناسایی شکاف‌ها و طراحی پژوهش‌های جدید و انعطاف‌پذیری در به کارگیری در

حوزه‌های مختلف علمی. با این حال، نقدهایی نیز به آن وارد شده است، برای مثال عدم

پوشش کامل پیچیدگی‌ها و تنوع موضوعات علمی و محدودیت در تحلیل مقالات ترکیبی

یا بین‌رشته‌ای (Berton et al., 2003).

در این مطالعه، پس از جستجوی نظام‌مند در پایگاه‌های معتبر بین‌المللی از جمله

Scopus، Web of Science و Google Scholar، تعداد ۶۵ مقاله شناسایی شد که

با اعمال معیارهای علمی و غربال‌گری نهایی، ۵۱ مقاله منتشر شده بین سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴

برای تحلیل انتخاب شدند. این پژوهش با تمرکز بر ارزیابی محتوای مطالعات منتخب، تلاش

دارد تا مسیرهای آینده پژوهی در حوزه زنجیره ارزش گردشگری را هموار کرده و در تدوین

سیاست‌های توسعه پایدار گردشگری نقش آفرین باشد.

جستجو با استفاده از کلمات کلیدی نظیر "زنجیره ارزش گردشگری"، "گردشگری پایدار" و "گردشگری پسا کرونا" انجام شد. برای بهبود دقت جستجو، عبارات جستجو به زبان انگلیسی و به صورت زیر طراحی و اعمال شدند:

("tourism value chain" OR "value creation in tourism") AND ("sustainable tourism" OR "post-COVID tourism")

در فرآیند جستجو و انتخاب مقالات، معیارهای ورود شامل مقالات منتشر شده در بازه زمانی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴، مقالات منتشر شده به زبان انگلیسی، پژوهش‌هایی با داوری علمی (Peer-reviewed) و مطالعات مرتبط با حوزه‌های موضوعی مدیریت، گردشگری، کسب و کار و پایداری بوده است. از عملگرهای بولی (AND، OR) استفاده گردید تا مقالات مرتبط‌تر شناسایی شوند.

در نهایت، یافته‌های تحقیق در قالب طبقه‌بندی‌های مشخص ارائه شد و بر اساس آن‌ها پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی مطرح گردید. این پیشنهادات به‌ویژه بر لزوم توجه بیشتر به پایداری زنجیره ارزش گردشگری، ادغام فناوری‌های نوین در مدیریت زنجیره تامین گردشگری و بررسی اثرات بلندمدت بحران‌های جهانی مانند همه‌گیری کرونا بر صنعت گردشگری تاکید دارند (Bakar et al, 2020).

یافته‌ها

در انتخاب مقالات مورد تحلیل، معیارهایی مشخص و علمی مدنظر قرار گرفت تا اعتبار و قابلیت استنتاج‌پذیری نتایج حفظ شود. از جمله این معیارها می‌توان به انتشار در مجلات معتبر علمی-پژوهشی، وضوح در ارائه چارچوب نظری و روش تحقیق، و قابلیت تطبیق با ساختار تحلیلی مورد استفاده در پژوهش حاضر (قیف پارادایم) اشاره کرد. در بین مقالات انگلیسی، مقالاتی انتخاب شدند که به صورت نظام‌مند به ابعاد مختلف زنجیره ارزش گردشگری، از جمله بازیگران کلیدی، فناوری، تجربه گردشگر، و پایداری پرداخته بودند و همچنین اطلاعات دقیق درباره رویکرد فلسفی، سطح تحلیل و راهبردهای تحقیق ارائه می‌دادند. در خصوص مقالات فارسی نیز، با وجود انجام جستجوی گسترده در پایگاه‌های داخلی، بخش زیادی از مطالعات فاقد اطلاعات روش‌شناختی کافی بودند یا بیشتر جنبه توصیفی و موردی

داشتند؛ این رویکرد مبتنی بر کیفیت علمی منابع، نه صرفاً تنوع زبانی یا جغرافیایی، انتخابی هدفمند و روشمند را تضمین کرده است.

در این مطالعه، ۵۱ مقاله علمی داخلی و خارجی مرتبط با زنجیره ارزش گردشگری که در فاصله سال های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ منتشر شده اند، مورد بررسی قرار گرفتند. انتخاب بازه زمانی ده ساله (2014-2024) با هدف تمرکز بر جدیدترین روندهای نظری، فناوری و سیاستی در حوزه زنجیره ارزش گردشگری انجام شده است. در یک دهه اخیر، به ویژه از سال ۲۰۱۴ به بعد، تحولاتی مهم مانند دیجیتالی شدن خدمات گردشگری، ظهور فناوری های نوین (نظیر کلان داده و هوش مصنوعی)، افزایش توجه به پایداری و همچنین تأثیرات گسترده همه گیری COVID-19 موجب شده اند تا ساختار و ماهیت زنجیره ارزش گردشگری دستخوش دگرگونی شود (Elhini et al, 2021). از سوی دیگر، در مرورهای نظام مند علمی، انتخاب یک بازه زمانی ده ساله یکی از رویه های متداول برای حفظ تازگی، دقت و قابلیت تعمیم پذیری یافته هاست، به ویژه در حوزه هایی که به سرعت در حال تحول اند. در نتیجه، انتخاب بازه زمانی مذکور، بر مبنای همزمانی با تحولات کلیدی در صنعت گردشگری و رشد چشمگیر ادبیات علمی در این حوزه، اقدامی روشمند و هدفمند بوده است. هدف از بررسی مقالات، مرور سیستماتیک ادبیات زنجیره ارزش گردشگری، رسیدن به شکاف تحقیقاتی موجود در این راستا و مشخص نمودن مسیر پژوهش های آتی میباشد.

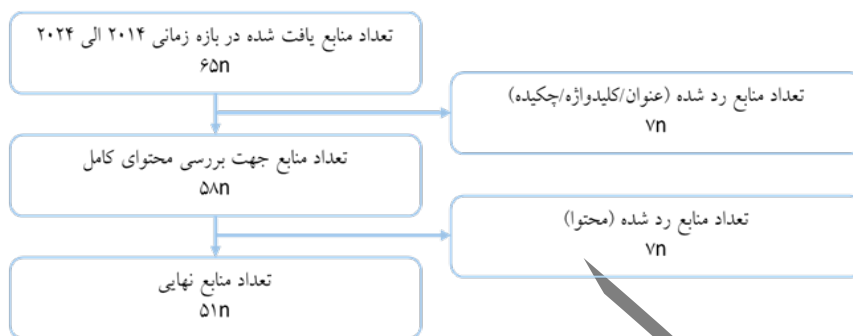
با وجود انجام جستجوی گسترده در پایگاه های اطلاعاتی فارسی، اکثر مقالات داخلی شناسایی شده از نظر ساختار روش شناسی، چارچوب نظری، یا سطح تحلیل با معیارهای انتخاب این پژوهش همخوانی نداشتند. بسیاری از این مطالعات، بیشتر ماهیتی توصیفی یا موردی داشتند و اطلاعات لازم برای تحلیل در چارچوب قیف پارادایم را ارائه نمی دادند. در نهایت، تنها دو مقاله فارسی دارای کیفیت علمی لازم و داده های کافی برای تحلیل مفهومی و روش شناختی تشخیص داده شدند و وارد مرحله بررسی نهایی شدند. جهت کنترل بهتر مقالات، محدودیت هایی در نظر گرفته شده است که در جدول ۳ مختصر و جامع آورده شده اند (علیرضا حسن زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

پارامترها	معیارهای انتخاب	معیار های حذف مقالات
نوع مقالات	مقالات، کنفرانس های علمی و ژورنال های معتبر	ژورنال های غیرمعتبر
موضوع تحقیق	مقالات با ارتباط معنایی نزدیک باحوزه پژوهش و دارای کلمات کلیدی مورد جستجو	مقالات باحوزه پژوهشی متفاوت با اهداف پژوهش
زمان	مقالات چاپ شده بین سال های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴	مقالات چاپ شده قبل از سال ۲۰۱۴
وضعیت اطلاعات مقالات	مقالاتی با فرایند و نتیجه تحقیق روشن	مقالاتی که فرایند و نتیجه تحقیق واضح و شفاف ندارند.

برای شناسایی ژورنال های معتبر، تنها مقالات منتشر شده در پایگاه های اطلاعاتی بین المللی معتبر مانند Scopus، Web of Science (WoS) و Google Scholar وارد فرآیند تحلیل شدند. این پایگاه ها صرفاً مجلات دارای داور و اعتبار علمی جهانی را نمایه می کنند. همچنین در هنگام بررسی اولیه مقالات، اطلاعات ژورنال شامل ضریب تاثیر و وضعیت نمایه سازی در SJR یا JCR مورد توجه قرار گرفت. مجلاتی که در لیست ژورنال های علمی-پژوهشی دارای نمایه بین المللی نبودند، یا فاقد ساختار علمی شفاف در ارائه روش تحقیق و نتایج بودند، حذف شدند. در مورد مقالات فارسی نیز فقط مقالات منتشر شده در مجلات دارای مجوز علمی-پژوهشی از سوی وزارت علوم انتخاب شدند. هدف از این فرایند، تضمین روایی علمی، اعتبار بین المللی، و قابلیت استناد منابع انتخاب شده بوده است.

در بین مقالات بررسی شده، ۱۴ مقاله حذف شده اند که از نظر مفهومی و اطلاعات تحقیق با اهداف پژوهش هم راستا نبوده اند. ۵۱ مقاله باقی مانده بعد از غربالگری با توجه به مطالعه چکیده آن ها، در سطوح مختلف کیفی پارادایم سطح بندی شده اند که این فرایند در شکل ۱ قابل مشاهده می باشد. همچنین دسته بندی مقالات بعد از غربالگری در جدول ۴ قابل رویت است.

شکل ۱. فرایند غربالگری مقالات علمی



جدول ۴. دسته بندی مقالات بعد از غربالگری

منابع	تعداد مقالات	درصد مقالات	سطوح کیف
Zarei Banadkouki et al (2024)			
Sharia, M. (2023)			
Quang, N. H. (2022)			
Ayele, L. A. et al (2024)			
Setthachotsombut, N. et al (2020)			
Noguer Juncà, E. et al (2023)			
Klakočar, T. et al (2024)	۱۴	%۲۷ / ۴۵	سطح یک:مشاهدات تجربی
Praygod Wilfred Chao. et al (2024)			
Siah, A. K. et al (2022)			
Anter, M. et al (2021)			
Spencer, J. P. et al (2014)			
Rylance, A. et al (2017)			
Gurung, T. B. et al (2016)			

منابع	تعداد مقالات	درصد مقالات	سطوح کیف
Jonathan Mitchell. et al (2012)			
Chambwe, M. et al (2024)			
Chambwe, M. et al (2023)			
Hjalager, A. M. et al (2016)			
Lara-Morales, O. et al (2024)			
Lan, N. T. P. et al (2020)			
Liu, Y. (2022)			
Mwesiumo, D. et al (2016)	۱۴	%۴۵/۲۷	سطح دو: روش های تحلیل
Ndivo, R. M. et al (2015)			
Opondo, F. A. et al (2024)			
Phoewhawm, R. A. (2018)			
Sutomo, Y. A. et al (2023)			
Sutono, A. et al (2022)			
Tasnim, Z. et al (2023)			
Ali Delshad. et al (2023)			
Sutomo, Y. A. W. et al (2024)			
Zeng, M., Shen, S. et al (2023)			
Garasymliuk, M. et al (2023)	۹	%۶۵/۱۷	سطح سه: نظریات خاص
Sutono, A. et al (2024)			
Yi Liu (2015)			

منابع	تعداد مقالات	درصد مقالات	سطوح کیف
Thaha, F. et al (2022)			
Fernandez et al(2018)			
Keshelashvili, G. et al (2023)			
Chigora, F. et al (2015)			
Muhardi, M. et al (2023)			
Hutabarat, Z. S. et al (2024)			
Gómez-Ceballos, G. et al (2023)			
Stipanović, C., & Rudan, E. (2016)			
Kersan-Škabić, I. (2024)			
Nhamo, G. et al (2020)			
Liu, Y. et al (2020)	۱۴	%۴۵/۲۷	سطح چهار:فرضیات بنیادی
Gomes, B. et al (2021)			
Rivera, J. P. R. et al (2019)			
Romero, I. et al (2023)			
Sun, S. et al (2018)			
Prof. DAC Suranga Silva2024(A)			
Prof. DAC Suranga Silva2024(B)			
Prof. DAC Suranga Silva2024(C)			
	۵۱	%۱۰۰	

مطالعاتی که در سطح نخست قیف پارادایم جای می گیرند، عمدتاً مبتنی بر داده‌های میدانی و واقعی‌اند و بر تحلیل عملکرد زنجیره ارزش گردشگری در بسترهای عینی و زمینه‌های محلی، از جمله شهرها، روستاها و نواحی گردشگری خاص تمرکز دارند. این پژوهش‌ها در تلاش‌اند تا با بررسی وضعیت موجود، موانع، چالش‌ها و فرصت‌های اجرایی مرتبط با پیاده‌سازی اثربخش زنجیره‌های ارزش در صنعت گردشگری را شناسایی و تحلیل نمایند.

برونداد این مطالعات نشان می‌دهد که یکی از موانع اساسی در مسیر تحقق زنجیره ارزش کارآمد، ضعف در ایجاد ارتباط مؤثر و ساختارمند میان عناصر مختلف زنجیره است. به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، تولیدکنندگان محلی از جمله کشاورزان و صنعت‌گران سنتی، اغلب فاقد بسترهای لازم برای برقراری ارتباط پایدار با سایر کنشگران زنجیره، نظیر واحدهای اقامتی، تورگردانان و دفاتر خدمات گردشگری هستند. در نتیجه، این گسست ارتباطی سبب می‌شود منافع اقتصادی حاصل از فعالیت‌های گردشگری عمدتاً در اختیار شرکت‌های بزرگ یا بازیگران خارجی قرار گیرد و سهم جوامع محلی به میزان قابل توجهی کاهش یابد (Mitchell et al., 2012; Rylance & Spenceley, 2017; Anter & Elmaghraby, 2021).

در مقابل، برخی از مطالعات تجربی به شناسایی و تحلیل نمونه‌هایی پرداخته‌اند که در آن‌ها پیوند میان بازیگران زنجیره در سطوح محلی به‌صورت موفقیت‌آمیزی تقویت شده است. این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که در صورت حمایت هدفمند نهادهای دولتی و محلی از مشارکت مردمی، و همچنین فراهم‌سازی زیرساخت‌ها و ارائه آموزش‌های موردنیاز، جوامع محلی قادر خواهند بود به‌صورت مستقیم در ارائه خدمات گردشگری همچون اقامت، پذیرایی، راهنمایی گردشگران و عرضه محصولات بومی مشارکت فعال داشته باشند. این نوع مشارکت نه تنها به افزایش درآمد و بهره‌مندی اقتصادی جوامع میزبان منجر می‌شود، بلکه موجب ارتقاء کیفیت تجربه گردشگران نیز خواهد شد (Gurung & Thing, 2016; Quang, 2022; Zarei Banadkouki et al., 2024).

با این حال، یکی از کاستی‌های رایج در بخش قابل توجهی از این مطالعات، تمرکز صرف آن‌ها بر ابعاد اقتصادی زنجیره ارزش است. بسیاری از پژوهش‌های تجربی، عمدتاً بر شاخص‌هایی همچون سودآوری، اشتغال‌زایی و افزایش درآمد تأکید داشته‌اند و در نتیجه، سایر جنبه‌های کلیدی نظیر پایداری زیست‌محیطی، عدالت اجتماعی و نقش‌آفرینی فناوری

در فرآیند ارزش آفرینی کمتر مورد توجه قرار گرفته است. به عنوان نمونه، کاربرد فناوری های نوین نظیر کلان داده ها، بلاک چین و هوش مصنوعی در بهینه سازی زنجیره ارزش، در این سطح از مطالعات کمتر تحلیل شده است (Chao & Israel, 2024; Klakočar & Pavić, 2024).

در مجموع، می توان چنین نتیجه گیری کرد که اگرچه مطالعات تجربی سطح نخست، ظرفیت های بالقوه زنجیره ارزش گردشگری در راستای توسعه محلی را به خوبی آشکار می سازند، اما بالفعل سازی این ظرفیت ها مستلزم وجود سازوکارهای هماهنگ کننده میان اجزای زنجیره، توانمندسازی واقعی و نظام مند جوامع محلی و نیز پشتیبانی سیاستی و نهادی هدفمند است. در غیاب این مؤلفه های کلیدی، عملکرد زنجیره ارزش ناقص باقی خواهد ماند و منافع حاصل از آن عمدتاً در اختیار کنشگران مسلط و غیرمحلی قرار خواهد گرفت.

سطح دوم: روش های تحلیلی

مطالعاتی که در سطح دوم قیف پارادایم قرار می گیرند، با بهره گیری از داده های تجربی گردآوری شده در سطوح محلی یا ملی، به تحلیل روابط میان اجزای زنجیره ارزش گردشگری می پردازند. برخلاف سطح نخست که تمرکز آن بر توصیف واقعیت های میدانی است، هدف اصلی این پژوهش ها، شناسایی عوامل مؤثر بر کارآمدی یا ناکارآمدی عملکرد زنجیره ارزش از طریق بهره گیری از روش های تحلیلی و مدل محور است (Ndivo & Cantoni, 2015; Chambwe & Saayman, 2024).

در این دسته از مطالعات، از تکنیک هایی نظیر تحلیل شبکه، مدل سازی آماری، تحلیل مسیر و سایر روش های کمی استفاده شده است تا نحوه تعامل میان کنشگران زنجیره و تأثیر متغیرهای مختلف بر این تعاملات مشخص گردد. چنین رویکردهایی امکان آن را فراهم ساخته اند تا نقاط قوت و ضعف در ارتباطات درون زنجیره ای شناسایی شود و روابط علی میان عوامل کلیدی با دقت بیشتری مورد بررسی قرار گیرد (Tasnim et al., 2023; Lara-Morales & Clarke, 2024).

یکی از محورهای برجسته در این پژوهش ها، بررسی نقش و جایگاه جوامع محلی در بهبود عملکرد زنجیره ارزش گردشگری است. یافته ها حاکی از آن است که هرگاه مشارکت فعال مردم محلی در فرآیندهای برنامه ریزی، تصمیم گیری و ارائه خدمات گردشگری فراهم

گردد، پیامدهایی چون ارتقاء کیفیت تجربه گردشگر، افزایش میزان رضایتمندی، و توزیع عادلانه‌تر منافع اقتصادی قابل مشاهده خواهد بود (Chambwe & Saayman, 2023; Sutomo et al., 2023).

با وجود این دستاوردها، بخش قابل توجهی از مطالعات سطح دوم با نوعی سوگیری تحلیلی مواجه‌اند. تمرکز غالب این پژوهش‌ها معطوف به ابعاد اقتصادی و مدیریتی زنجیره ارزش بوده و سایر جنبه‌های حیاتی، نظیر پایداری زیست‌محیطی، ابعاد فرهنگی، فناوری‌های نوین و حکمرانی مشارکتی، کمتر مورد توجه قرار گرفته‌اند. اگرچه در برخی موارد به کاربرد ابزارهای فناوریانه نظیر اپلیکیشن‌های موبایل، سامانه‌های هوشمند و نوآوری‌های دیجیتال اشاره شده است، اما این مباحث به‌ندرت در محور اصلی تحلیل‌ها قرار داشته‌اند (Klakočar & Pavić, 2024; Chao & Israel, 2024).

نتیجتاً می‌توان اذعان داشت که مطالعات این سطح نقش مهمی در تعمیق فهم نسبت به سازوکارهای درونی زنجیره ارزش گردشگری ایفا می‌کنند و با بهره‌گیری از ابزارهای تحلیلی پیشرفته، در شناسایی گلوگاه‌ها و ارتقاء ارتباطات مؤثر میان اجزای زنجیره سهم بسزایی دارند. با این حال، غفلت از رویکردهای میان‌رشته‌ای و کم‌توجهی به متغیرهای فرهنگی، فناوریانه و زیست‌محیطی، خلأهایی اساسی در این دسته از پژوهش‌ها به‌وجود آورده است که ضرورت بازنگری در چارچوب‌های مفهومی مورد استفاده را یادآور می‌شود.

سطح سوم: نظریات خاص

مطالعات جای‌گرفته در سطح سوم کیف پارادایم، به‌جای تمرکز بر داده‌های تجربی یا تحلیل‌های آماری، عمدتاً بر توسعه چارچوب‌های مفهومی و ارائه مدل‌های نظری برای تبیین عملکرد زنجیره ارزش گردشگری تمرکز دارند. این دسته از پژوهش‌ها با بهره‌گیری از رویکردهای میان‌رشته‌ای و تلفیق مفاهیم برگرفته از حوزه‌های مدیریت، اقتصاد، جامعه‌شناسی و مطالعات توسعه، در تلاش‌اند تا پیچیدگی‌های ذاتی زنجیره ارزش را در ابعاد گوناگون آشکار سازند (Sutomo et al., 2024; Yi Liu, 2015).

در این سطح، مطالعات با مفروض گرفتن تعامل میان ذی‌نفعان، ساختارهای نهادی و شرایط محیطی، چارچوب‌هایی را طراحی می‌کنند که در آن‌ها مفاهیمی چون نوآوری دیجیتال، عدالت توزیعی، توانمندسازی جوامع محلی، و پایداری اجتماعی و زیست‌محیطی

نقش محوری ایفا می کنند. هدف اصلی این چارچوب‌ها، فراتر رفتن از نگاه صرفاً اقتصادی و پرداختن به سطوح کیفی‌تر، پیچیده‌تر و چندلایه‌تر از فرایند خلق ارزش در حوزه گردشگری است (Zeng et al., 2023; Keshelashvili & Jibuti, 2023).

در این چارچوب‌های نظری، مفاهیم کلیدی همچون «خلق مشترک ارزش»، «زنجیره ارزش تاب‌آور» و «مدیریت مشارکتی پایدار» مورد توجه قرار گرفته‌اند. این مفاهیم تلاش دارند نشان دهند که تحقق موفقیت در زنجیره ارزش گردشگری، نیازمند پیوند مؤثر میان کنشگران اقتصادی، سیاست‌گذاران، جوامع محلی و ساختارهای حکمرانی مشارکتی است؛ و در غیاب چنین تعامل فراگیر و یکپارچه‌ای، دستیابی به پایداری و اثربخشی در اجرای سیاست‌ها امکان‌پذیر نخواهد بود (Garasymliuk et al., 2023; Thaha et al., 2022).

برخی از این پژوهش‌ها، چارچوب‌های پیشنهادی خود را با اتکا بر داده‌ها و شواهد تجربی مورد حمایت قرار داده‌اند، در حالی که برخی دیگر صرفاً با بهره‌گیری از روش تحلیل مفهومی، به تدوین مدل‌های نظری و تبیینی پرداخته‌اند. نقطه اشتراک میان این مطالعات آن است که همگی در پی ارتقاء سطح نظری دانش موجود پیرامون زنجیره ارزش گردشگری هستند و می‌کوشند تا شکاف میان واقعیت‌های میدانی و بنیان‌های نظری را کاهش دهند (Fernández et al., 2018; Chigora & Zvavahera, 2015).

به‌طور کلی، سطح سوم نمایانگر گذار از تحلیل‌های صرفاً تجربی به تأملات نظری و توسعه مدل‌هایی است که می‌توانند بنیان‌گذار سیاست‌گذاری‌های کلان و برنامه‌ریزی‌های آینده‌نگر در صنعت گردشگری باشند. این سطح، به‌ویژه از منظر تقویت رویکردهای کل‌نگر و میان‌رشته‌ای، ظرفیت قابل توجهی برای غنی‌سازی چارچوب‌های تحلیلی در این حوزه فراهم می‌آورد.

سطح چهارم: فرضیات بنیادی و پایه

سطح چهارم پژوهش‌ها در حوزه زنجیره ارزش گردشگری، عمیق‌ترین و بنیادین‌ترین لایه تحلیل را در بر می‌گیرد. این سطح، فراتر از چارچوب‌های صرفاً اقتصادی یا مدیریتی، به بازان‌دیشی فلسفی، اجتماعی و سیاسی در باب ماهیت و پیامدهای گردشگری می‌پردازد. تمرکز این رویکرد بر تحلیل گردشگری به‌مثابه پدیده‌ای چندوجهی و پیچیده است که در

آن، افزون بر ملاحظات اقتصادی، موضوعاتی نظیر ساختارهای قدرت، عدالت اجتماعی، هویت فرهنگی و پایداری جامع نیز در کانون توجه قرار دارند (Nhamo et al., 2020; Gomes, 2021).

از منظر این نگاه انتقادی، گردشگری به عنوان عرصه‌ای از کنش‌های اجتماعی و سیاسی تحلیل می‌شود که در آن، ساختارهای سلطه و نابرابری به صورت سیستماتیک شکل گرفته و بازتولید می‌گردند. تسلط شرکت‌های چندملیتی و نهادهای فراملی بر زنجیره ارزش گردشگری، منجر به تمرکز منابع و قدرت در دست گروهی محدود از بازیگران شده و در مقابل، جوامع محلی به حاشیه رانده می‌شوند (Romero et al., 2023; Rivera & Gutierrez, 2019). این تمرکز، نه تنها منجر به تشدید بی‌عدالتی اقتصادی می‌شود، بلکه موجب تضعیف هویت‌های فرهنگی بومی و تخریب اکوسیستم‌های طبیعی نیز خواهد شد. در این سطح از تحلیل، بر ضرورت بازتعریف مفهوم «ارزش» در گردشگری تأکید می‌شود؛ مفهومی که نباید صرفاً در چارچوب منافع مالی محدود بماند، بلکه باید ابعاد فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی را نیز در بر گیرد. مفاهیمی چون «گردشگری در خدمت توسعه پایدار»، «عدالت فضایی»، «تاب‌آوری اجتماعی» و «حقوق بشر در گردشگری»، از جمله محورهای کلیدی این بازاندیشی به شمار می‌روند (Muhardi et al., 2023; Liu et al., 2020; Hutabarat et al., 2024). این رویکردها بر این نکته تأکید دارند که گردشگری باید در خدمت تأمین نیازهای جوامع میزبان، حفظ میراث فرهنگی و منابع طبیعی، و گسترش عدالت اجتماعی قرار گیرد.

از دیگر موضوعات برجسته در این سطح، نقش حکمرانی چندسطحی و سیاست‌گذاری کلان در شکل‌دهی به زنجیره ارزش گردشگری است. شواهد پژوهشی نشان می‌دهد که در غیاب نظام‌های حکمرانی منسجم، چارچوب‌های تنظیم‌گری اثربخش و مشارکت فراگیر ذی‌نفعان، تحقق اهداف توسعه پایدار در حوزه گردشگری با چالش‌های جدی مواجه خواهد شد (Suranga Silva, 2024a, b, c). در این میان، اهمیت تعامل مؤثر میان دولت‌های محلی، نهادهای بین‌المللی، بخش خصوصی و جامعه مدنی در طراحی و پیاده‌سازی سازوکارهایی عادلانه و پایدار، به عنوان یکی از یافته‌های مهم این سطح شناخته می‌شود. با وجود غنای نظری و اهمیت انتقادی این سطح از پژوهش‌ها، باید اذعان داشت که پیوند میان این مباحث بنیادین و راهکارهای عملی یا سیاست‌گذاری‌های اجرایی، هنوز به‌طور

کامل برقرار نشده است. بسیاری از مطالعات سطح چهارم، عمدتاً در قلمرو تحلیل‌های مفهومی و انتقادی باقی مانده‌اند و کمتر به طراحی مدل‌ها یا چارچوب‌های کاربردی برای اجرا در سطوح میدانی پرداخته‌اند. این گسست میان نظریه و عمل، یکی از چالش‌های محوری این دسته از پژوهش‌ها محسوب می‌شود که مستلزم توجه جدی و تحقیقات تکمیلی در آینده است (Fernandez et al., 2018).

در این مطالعه، زنجیره ارزش گردشگری در قالب چهار سطح تحلیلی به صورت نظام‌مند بررسی شده است؛ سطوحی که هریک با تمرکز بر ابعاد خاصی از این پدیده چندوجهی، به شکلی مکمل، در تبیین جامع‌تر آن نقش‌آفرین‌اند.

به‌طور کلی، یافته‌های این مرور نظام‌مند بیانگر آن است که با وجود تلاش‌های صورت گرفته در سطوح مختلف تحلیلی برای تبیین زنجیره ارزش گردشگری، همچنان شکاف‌های معرفتی و کاربردی قابل توجهی در این حوزه وجود دارد. از جمله مهم‌ترین این خلأها می‌توان به کم‌توجهی به ظرفیت فناوری‌های نوظهور در بهینه‌سازی زنجیره، فقدان رویکردهای میان‌رشته‌ای برای تلفیق ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست‌محیطی، و همچنین گسست میان سطوح نظری و عملی در فرآیند سیاست‌گذاری اشاره کرد. افزون بر این، نبود چارچوب‌های بومی‌شده و سازگار با ساختارهای حکمرانی محلی، یکی از محدودیت‌های اساسی در بهره‌گیری مؤثر از زنجیره ارزش گردشگری به‌شمار می‌رود. بر این اساس، ارتقاء سطح دانش نظری و کاربردی در این زمینه مستلزم جهت‌گیری پژوهش‌های آتی به‌سوی استفاده تلفیقی از فناوری‌های دیجیتال، تقویت مشارکت محلی، و توسعه الگوهای حکمرانی چندسطحی است؛ رویکردی که می‌تواند زمینه‌ساز طراحی سیاست‌هایی یکپارچه، پایدار و مبتنی بر عدالت اجتماعی در جوامع میزبان باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر فناوری‌های نوین و شناسایی چالش‌های کلیدی در زنجیره ارزش گردشگری انجام شد. یافته‌ها نشان دادند که فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، بلاک‌چین و کلان‌داده‌ها نقش مؤثری در ارتقای بهره‌وری و تسهیل تعامل میان اجزای مختلف زنجیره دارند. با این حال، بررسی‌ها بیانگر آن است که بیشتر مطالعات، تأکید کلی

و توصیفی بر اهمیت این فناوری‌ها داشته‌اند و تحلیل‌های ساختاری و تجربی عمیق‌تری درباره نقش اختصاصی آن‌ها در بهبود کارکرد زنجیره ارزش، کمتر صورت گرفته است. این یافته با نتایج پژوهش‌هایی همچون (Filieri et al. 2021 and Gómez-Ceballos et al. 2023)، هم‌راستا است که ضمن تاکید بر ظرفیت‌های فناوری‌های نوین در مدیریت گردشگری، خلا پیاده‌سازی عملی و ساختاری این فناوری‌ها را در مقاصد مختلف، به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه، مورد اشاره قرار داده‌اند.

از سوی دیگر، یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که هم‌افزایی میان ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی در تحلیل زنجیره ارزش گردشگری، هنوز به‌صورت جامع و یکپارچه دنبال نشده است. اغلب مطالعات بررسی‌شده، تمرکز خود را بر یکی از این ابعاد قرار داده‌اند و از اتخاذ رویکردهای چند بعدی و میان‌رشته‌ای غفلت کرده‌اند. این موضوع، مشابه با نقدی است که (Liu et al. 2020 and Romero et al. 2023)، نیز مطرح کرده‌اند، مبنی بر اینکه چارچوب‌های مفهومی موجود در ادبیات زنجیره ارزش، به دلیل نگاه تک بعدی و اقتصادی محور، از تبیین جامع پدیده گردشگری ناتوان بوده‌اند.

یکی دیگر از یافته‌های کلیدی این پژوهش، آسیب‌پذیری زنجیره ارزش گردشگری در برابر بحران‌های جهانی از جمله همه‌گیری کووید-۱۹ است. با وجود نقش حیاتی تاب‌آوری در تضمین تداوم عملکرد زنجیره، مطالعات محدودی به توسعه مدل‌های مقاوم‌سازی در این زمینه پرداخته‌اند. این امر در حالی است که پژوهش‌هایی مانند (Bakar & Rosbi 2020 and Elhini & Kafafy 2021)، به‌صراحت تاکید کرده‌اند که بحران‌هایی نظیر کرونا، ساختارهای زنجیره ارزش را در سطح جهانی دگرگون ساخته و بر ضرورت طراحی چارچوب‌های انعطاف‌پذیر، تاکید داشته‌اند. این مطالعه با برخی محدودیت‌ها روبه‌رو بود که باید در تفسیر نتایج لحاظ شوند:

- بازه زمانی مطالعات محدود به سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۴ بود و ممکن است پژوهش‌های جدیدتر یا مطالعات قبلی با رویکردهای متفاوت در نظر گرفته نشده باشند.

- عدم استفاده از داده‌های میدانی و تجربی باعث شده یافته‌ها بیشتر بر پایه مرور ادبیات و تحلیل نظری باشد و کاربردهای عملی کمتر مورد بررسی قرار گیرد.
- وجود محدودیت زبانی

بر اساس خلاصه‌ها و یافته‌های این تحقیق، مسیرهای زیر برای پژوهش‌های آینده پیشنهاد می‌شود:

- انجام مطالعات تطبیقی ساختاری میان مقاصد گردشگری مختلف
- پژوهش‌های تجربی و عملیاتی در زمینه کاربرد فناوری‌های نوین (هوش مصنوعی، بلاک‌چین، کلان‌داده) در اجزای مختلف زنجیره ارزش گردشگری.
- توسعه مدل‌های تحلیلی و ترکیبی که همزمان ابعاد اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی زنجیره ارزش را در نظر بگیرند و چارچوب‌های کاربردی برای پایداری صنعت ارائه دهند.
- طراحی چارچوب‌های تاب‌آوری و مقاوم‌سازی زنجیره ارزش در مواجهه با بحران‌های جهانی، با تمرکز بر نقش نهادها، فناوری‌ها و رفتارهای ذی‌نفعان.
- گسترش مطالعات فرامرزی و چندزبانه برای کاهش سوگیری‌های زبانی و فرهنگی و بهره‌گیری از تجارب متنوع جهانی.

بر اساس یافته‌های این پژوهش، به‌ویژه تحلیل‌های صورت گرفته در چارچوب چهار سطح کیف پارادایم، توصیه می‌شود سیاست‌گذاران و مدیران حوزه گردشگری به جای اتخاذ رویکردهای کلی‌نگر، بر طراحی و پیاده‌سازی سازوکارهای مشخص برای توانمندسازی هدفمند جوامع محلی تمرکز کنند. این توانمندسازی می‌تواند از طریق ایجاد زیرساخت‌های مشارکتی، آموزش‌های مهارتی، و تعریف نقش‌های روشن برای بازیگران محلی در زنجیره ارزش تحقق یابد. همچنین، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین همچون هوش مصنوعی، بلاک‌چین و تحلیل کلان‌داده، زمانی مؤثر خواهد بود که در قالب پروژه‌های پایلوت،

سرمایه گذاری زیرساختی و آموزش عملی در مقاصد گردشگری به کار گرفته شود، نه صرفاً در سطح اسناد توسعه‌ای. یافته‌های پژوهش همچنین نشان می‌دهد که برای افزایش تاب‌آوری زنجیره ارزش گردشگری در برابر بحران‌های جهانی، طراحی چارچوب‌های حکمرانی چندسطحی با مشارکت دولت، بخش خصوصی و نهادهای محلی ضروری است؛ چارچوب‌هایی که بتوانند در شرایط ناپایداری محیطی یا اقتصادی نیز استمرار عملکرد زنجیره را تضمین نمایند. در نهایت، توسعه رویکردهای جامع پایداری که سه بُعد اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی را به صورت هم‌افزا در نظر بگیرد، باید متناسب با شرایط نهادی، فرهنگی و اقلیمی هر منطقه طراحی شود. اجرای این پیشنهادات می‌تواند زمینه‌ساز تدوین سیاست‌های واقع‌بینانه، بومی‌شده و پایدار در حوزه گردشگری کشور، به‌ویژه در مناطق روستایی و کمتر توسعه‌یافته باشد.

به‌طور کلی، یافته‌های این مرور نظام مند نشان می‌دهد که اگرچه هر یک از سطوح تحلیلی توانسته‌اند بخش‌هایی از واقعیت زنجیره ارزش گردشگری را روشن سازند، اما شکاف‌های معرفتی و کاربردی قابل توجهی همچنان پابرجاست. از جمله مهم‌ترین این خلأها می‌توان به کم‌توجهی به قابلیت‌های فناوری‌های نوظهور در بهینه‌سازی زنجیره، فقدان رویکردهای میان‌رشته‌ای که بتوانند ابعاد اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و زیست محیطی را به صورت یکپارچه تلفیق نمایند، و همچنین فاصله محسوس میان نظریه و عمل در طراحی و اجرای سیاست‌ها اشاره نمود. علاوه بر این، نبود چارچوب‌های بومی‌شده و سیاست‌محور که با اقتضائات محلی و ساختارهای حکمرانی منطقه‌ای هماهنگ باشند، از دیگر محدودیت‌های ساختاری پژوهش‌های کنونی در این حوزه به شمار می‌رود. بر طرف نمودن این شکاف‌ها، نه تنها موجب ارتقاء سطح دانش نظری و کاربردی در زمینه زنجیره ارزش گردشگری خواهد شد، بلکه زمینه‌ساز تدوین سیاست‌گذاری‌هایی جامع، پایدار و مبتنی بر عدالت اجتماعی و فرهنگی خواهد بود. بر این اساس، پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آتی با نگاهی کل‌نگر و تلفیقی، به مطالعه نقش فناوری‌های دیجیتال، تقویت مشارکت محلی، و توسعه سازوکارهای حکمرانی چندسطحی توجه ویژه‌ای معطوف دارند تا بتوان از زنجیره ارزش گردشگری به‌عنوان ابزاری اثربخش در تحقق توسعه پایدار جوامع میزبان بهره‌برداری نمود.

ORCID

Ali Delshad



<https://orcid.org/0000-0002-8081-2150>

Melika
Sadeghizadeh



<https://orcid.org/0009-0003-1420-9024>

Fatemeh Shoalaei



<https://orcid.org/0009-0004-3795-0584>

منابع

امیری فهلیانی، محمدرضا و ملکی، سعید. (۱۳۹۸). رابطه متقابل مدیریت استراتژیک با گردشگری در عصر جهانی شدن. سیاست‌های راهبردی و کلان، ۷(۲۸)، ۶۷۰-۶۹۷. doi: 10.32598/JMSP.7.4.8

دلشاد، علی و اسدیان اردکانی، فائزه. (۲۰۲۳). ارائه الگوی بهینه زنجیره ارزش گردشگری استان یزد. گردشگری و توسعه، 119-131، 12(3).
<https://doi.org/10.22034/jtd.2023.385865.2742>

دودانگه، سارا، حاجی کریمی، بابک، مظفری، محمد مهدی و کاوش، کامیار. (۲۰۲۲). تاثیر مسئولیت اجتماعی بر پاسخ‌های احساسی و رفتاری گردشگران بعد از شکست خدمات در هتل‌های چهار و پنج ستاره (مورد مطالعه: شهر تهران). تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، 22(65)، 43-60.
<https://doi.org/10.22059/jut.2022.340597.1022>

زارع بنادکوکي، محمدرضا و موسوی، سمیه السادات و عادل نیانجف آبادی، مسعود. (۱۴۰۳). تحلیل زنجیره ارزش گردشگری در ایران با تمرکز بر بازیگران اصلی، اولین همایش بین‌المللی صنعت گردشگری، تهران. <https://civilica.com/doc/2155729>

شفیعی، ساناز، رجب زاده قطری، علی، حسن زاده، علیرضا و جهانیان، سعید. (۱۳۹۹). مقاصد گردشگری هوشمند: مرور سیستماتیک تحقیقات با استفاده از رویکرد کیف پارادایم. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری. ۱۵(۴۹)، ۳۳-۶۲. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.11045>

یادگاری، محمدی، شهریار، یارمحمدی سامانی، & پیمان. (۲۰۱۵). الگوی اعتماد در گردشگری الکترونیکی. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۱۰(۳۰)، ۱۲۹-۱۴۸.
<https://civilica.com/doc/603259>

References

- Alkier, R., Milojica, V., & Roblek, V. (2023). *The complexity of the tourism supply chain in the 21st century: a bibliometric analysis*. *Kybernetes*, 52(11), 5480-5502. <https://doi.org/10.1108/K-03-2022-0430>
- Anter, M., & Elmaghraby, D. (2021). *Tourism value chain in Egyptian national economy: Input-output analysis*. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 21(4), 113–133. https://www.researchgate.net/publication/355559733_Tourism_Value_Chain_in_Egyptian_National_Economy_Input-Output_Analysis
- Ayele, L. A., & Singh, A. (2024). *Tourism value chain, quality tourism experience and competitive advantage: Evidence from star-rated hotels in Ethiopia*. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 54, 831–841. <https://doi.org/10.30892/gtg.54521-1060>
- Bakar, N. A., & Rosbi, S. (2020). *Effect of Coronavirus disease (COVID-19) to tourism industry*. *International Journal of Advanced Engineering Research and Science*, 7(4), 189–193. <https://doi.org/10.22161/ijaers.74.23>
- Bakucz, M. (2011). *Tourism Value Chain Management as a Tool for Effective Tourism Destination Development The Case of Pécs ECoC 2010*. *Acta Universitatis Danubius. Economica*, 7(3), 46-63. https://www.researchgate.net/publication/254406481_Tourism_Value_Chain_Management_as_a_Tool_for_Effective_Tourism_Destination_Development_The_Case_of_Pecs_ECoC_2010
- Braun, P. (2005, September). *Creating value to tourism products through tourism networks and clusters: Uncovering destination value chains*. In *Proceedings of the OECD-Korea International Tourism Conference: Global Tourism Growth: A Challenge for SMEs* (pp. 6–7). https://www.researchgate.net/publication/228941194_Creating_value_to_tourism_products_through_tourism_networks_and_clusters_uncovering_destination_value_chains
- Buhalis, D. (2003). *eTourism: Information technology for strategic tourism management*. Pearson Education. https://www.researchgate.net/publication/270392994_Buhalis_D_2003eTourism_information_technology_for_strategic_tourism_managementPearson_Financial_TimesPrentice_Hall_London_ISBN_0582357403_httpgooglHNCpb

- Chambwe, M., & Saayman, A. (2024). *A framework for tourism value chain ownership in rural communities*. Community Development Journal. Advance online publication. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsae022>
- Chambwe, M., Saayman, A., & Viviers, P. A. (2023). *Rural communities' perspectives on the influence of tourism on poverty and development*. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, 12(3), 1011–1026. https://www.researchgate.net/publication/374663994_Rural_Communities'_Perspectives_on_the_Influence_of_Tourism_on_Poverty_and_Development
- Chao, P. W., & Mugobi, T. I. (2024). *TOURISM VALUE CHAIN DETERMINANTS TOWARD DESTINATION COMPETITIVENESS AND HOW THEY INFLUENCE TAX BASE AND MOBILE APPLICATION USAGE AS A MEDIATING VARIABLE: A CASE OF TANZANIA*. Research Journal of Hospitality and Tourism Management, 3(1), 17–30. DOI: [10.52589/RJHTM-OAXICI8Z](https://doi.org/10.52589/RJHTM-OAXICI8Z)
- Elhini, M. M., & Kafafy, D. (2021). *The economic impacts of COVID-19 on the tourism global value chain*. In Handbook of Research on the Impacts and Implications of COVID-19 on the Tourism Industry (pp. 92–114). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-8231-2.ch005>
- Fernandez-Villaran, A., Rodriguez-Zulaika, I., & Pastor, R. (2020). *Value chain mapping for tourism intermediation: The role of information*. International Journal of Business Environment, 12(3), 112–125. <https://doi.org/10.1594/IJBE.2020.10029626>
- Filieri, R., D'Amico, E., Destefanis, A., Paolucci, E., & Raguseo, E. (2021). *Artificial intelligence (AI) for tourism: A European-based study on successful AI tourism start-ups*. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 33(11), 4099–4125. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2020-0480>
- Garasymliuk, M., Danylyshyn, B., Martyniuk, U., Makarovych, V., Polivoda, O., Nezveshchuk-Kohut, T., & Popadynets, N. (2023). *Non-price competitiveness factors in a value chain of a tourism product*. Journal of Environmental Management & Tourism, 14(4), 1996–2003. [https://doi.org/10.14505/jemt.14.4\(68\).11](https://doi.org/10.14505/jemt.14.4(68).11)
- Gomes, B. (2021). *The tourism value chain and the prospect of pro-poor tourism in Cox's Bazar, Bangladesh* (Doctoral dissertation, Bournemouth University Business School). <https://pure.hud.ac.uk/en/activities/the-tourism-value-chain-and-the-prospects-of-pro-poor-tourism>
- Gómez-Ceballos, G., Menoya-Zayas, S., & Vázquez-Loaiza, J. P. (2023). *ICT as a support for value chain management in tourism destinations: The case of the*

- city of Cuenca, Ecuador. *Sustainability*, 15(13), 10181.
<https://doi.org/10.3390/su151310181>
- Gössling, S., & Hall, C. M. (2022). *Tourism and global environmental change: Ecological, social, economic and political interrelationships*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9780203001073>
- Grönroos, C., & Ravald, A. (2011). *Service as business logic: Implications for value creation and marketing*. *Journal of Service Management*, 22(1), 5–22.
<https://doi.org/10.1108/09564231111106893>
- Gurung, T. B., & Thing, A. (2016). *Fishing tourism can support fisher's livelihood and fish conservation in Nepal: A value chain analysis*. *Hydro Nepal: Journal of Water, Energy and Environment*, 18, 55–60.
https://www.researchgate.net/publication/298415494_Fishing_Tourism_can_Support_Fisher's_Livelihood_and_Fish_Conservation_in_Nepal_A_Value_Chain_Analysis
- Hjalager, A. M., Tervo-Kankare, K., & Tuohino, A. (2016). *Tourism value chains revisited and applied to rural well-being tourism*. *Tourism Planning & Development*, 13(4), 379–395.
<https://doi.org/10.1080/21568316.2015.1133449>
- Hutabarat, Z. S., Masni, H., Zahar, E., Pratiwi, H., Sembiring, B., Azizah, A., ... & Tara, F. (2024). *Analysis of halal value chain education in efforts to develop halal tourism products and increase income*. *Jurnal Ekonomi Lembaga Layanan Pendidikan Tinggi Wilayah I*, 4(1), 19–22.
<https://l1ldikti1.kemdikbud.go.id/jurnal/index.php/juket/article/view/4511ldikti1.kemdikbud.go.id>
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2000). *A handbook for value chain research*. Institute of Development Studies, University of Sussex.
https://www.researchgate.net/publication/42791981_A_Handbook_for_Value_Chain_Research
- Kim, H., & Chen, J. S. (2019). *The memorable travel experience and its reminiscence functions*. *Journal of Travel Research*, 58(4), 637–649.
<https://doi.org/10.1177/0047287518772366>
- Kramer, M. R., & Porter, M. E. (2011). *Creating shared value*. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
https://www.academia.edu/20115622/Kramer_and_porter_2011
- Lan, N. T. P., & Van Hanh, N. T. (2020). *Value chain approach in tourism development study*. *VNUHCM Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(3), 408–416.

https://www.researchgate.net/publication/343561298_Value_chain_approach_in_tourism_development_study

- Lara-Morales, O., & Clarke, A. (2024). *Sustainable tourism value chain analysis as a tool to evaluate tourism's contribution to the sustainable development goals and local Indigenous communities*. *Journal of Ecotourism*, 23(2), 129–147. <https://doi.org/10.1080/14724049.2022.2147189>
- Liu, Y. (2022). *A geographical retheorization of the tourism value chain*. *Erdkunde*, 76(1), 59–68. <https://doi.org/10.3112/erdkunde.2022.01.05>
- Liu, Y. ResearchGate Profile. <https://www.researchgate.net/profile/Yi-Liu-177>
- Mitchell, J. (2012). *Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low-income households in developing countries*. *Journal of Sustainable Tourism*, 20(3), 457–475. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.663378> <https://www.researchgate.net/publication/266337878> <https://www.brighton.ac.uk/>
- Morales-Zamorano, L. A., Camacho-García, A. L., Bustamante-Valenzuela, A. C., Cuevas-Mercías, I., & Suarez-Hernández, Á. M. (2020). *Value chain for agritourism products*. *Open Agriculture*, 5(1), 768–777. <https://doi.org/10.1515/opag-2020-0073>
- Muhardi, M., Ihwanudin, N., & Nurdin, N. (2023). *Value chain model and management of waqf-based halal tourism development*. *JASa (Jurnal Akuntansi, Audit dan Sistem Informasi Akuntansi)*, 7(3), 566–573. <https://journalfeb.unla.ac.id/index.php/jasa/article/view/2323> <https://journalfeb.unla.ac.id>
- Mwesiumo, D., & Halpern, N. (2016). *Interfirm conflicts in tourism value chains*. *Tourism Review*, 71(4), 259–271. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2016-0020>
- Ndivo, R. M., & Cantoni, L. (2015). *Economic empowerment of communities through tourism: A pro-poor tourism value chain approach*. *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 3(2), 116–134. https://www.researchgate.net/publication/291351539_Economic_Empowerment_of_Communities_through_Tourism_A_ProPoor_Tourism_Value_Chain_Approach
- Nhamo, G., Dube, K., & Chikodzi, D. (2020). *Global tourism value chains, sustainable development goals and COVID-19*. In *Counting the cost of COVID-19 on the global tourism industry* (pp. 27–51). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56231-1_2
- Opondo, F. A., Chagwiza, C., Ouko, K. O., & Mkandawire, E. (2024). *Diversification of small-scale fishing activities in exploring entrepreneurial*

- opportunities along the tourism value chain in South Africa. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2286751. <https://doi.org/10.1080/23311886.2023.2286751>
- Phoewhawm, R. A., & Srichai, P. (2018). *Cultural tourism value chain as a strategy: A case study of Thailand's Northern Region*. *Miscellanea Geographica: Regional Studies on Development*. https://www.researchgate.net/publication/329828391_Cultural_Tourism_Value_Chain_as_a_Strategy_A_Case_Study_of_Thailand's_Northern_Region
- Poon, A. (1994). The 'new tourism' revolution. *Tourism Management*, 15(2), 91–92. [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(94\)90001-9](https://doi.org/10.1016/0261-5177(94)90001-9)
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=193>
- Quang, N. H. (2022). *Measuring tourism value chains through tourist satisfaction in Vietnam*. *Science & Technology Development Journal: Economics-Law & Management*, 6(4), 3655–3664. <https://doi.org/10.32508/stdjelm.v6i4.1065>
- Rahmiati, F., Othman, N. A., Ismail, Y., Bakri, M. H., & Amin, G. (2020). *The analysis of tourism value chain activities on competitive creation: Tourists perspective*. *Talent Development & Excellence*, 12(1), 4613–4628. https://www.researchgate.net/profile/Mohammed-Bakri/publication/346579874_The_Analysis_of_Tourism_Value_Chain_Activities_on_Competitive_Creation_Tourists_Perspective/links/5fc8869892851c00f84920c3/The-Analysis-of-Tourism-Value-Chain-Activities-on-Competitive-Creation-Tourists-Perspective.pdf
- Rivera, J. P. R., & Gutierrez, E. L. M. (2019). *A framework toward sustainable ecotourism value chain in the Philippines*. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 20(2), 123–142. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2018.1492495> Taylor & Francis Online
- Romero, I., & Tejada, P. (2011). *A multi-level approach to the study of production chains in the tourism sector*. *Tourism Management*, 32(2), 297–306. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.005>
- Romero, I., Fernández-Serrano, J., & Cáceres-Carrasco, R. (2023). *Technological capabilities and global value chains: Insights from Spanish SMEs in the hotel industry*. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(1), 583–601. <https://doi.org/10.1108/JHTI-08-2022-0362>
- Rylance, A., & Spenceley, A. (2017). *Reducing economic leakages from tourism: A value chain assessment of the tourism industry in Kasane, Botswana*. *Development Southern Africa*, 34(3), 295–313. <https://doi.org/10.1080/0376835X.2017.1308855>

- Sharia, M. (2023). *Geographical distribution of the tourism value chain of Georgia by the example of accommodations*. *Economics & Business*, (3), 45–52. https://www.researchgate.net/publication/377658848_Geographical_Distribution_of_the_Tourism_Value_Chain_of_Georgia_by_the_Example_of_Accommodations
- Song, H., Liu, J., & Chen, G. (2013). *Tourism value chain governance: Review and prospects*. *Journal of Travel Research*, 52(1), 15–28. https://doi.org/10.1177/0047287512457264PolyU_Scholars_Hub
- Spencer, J. P., Safari, E., & Dakora, E. A. (2014). *An evaluation of the tourism value-chain as an alternative to socio-economic development in Rwanda, Africa*. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance*, 20(21), 569–583. https://www.researchgate.net/profile/Ernest-Safari-2/publication/282815391_An_evaluation_of_the_tourism_value-chain_as_an_alternative_to_socioeconomic_development_in_Rwanda_Africa/links/561d1f2508aef097132b19fb/An-evaluation-of-the-tourism-value-chain-as-an-alternative-to-socio-economic-development-in-Rwanda-Africa.pdf
- Stipanović, C., & Rudan, E. (2016). *Tourism product club in generating the value chain*. *Polish Journal of Management Studies*, 14(2), 214–224. [ResearchGate+1CoLab+1https://www.researchgate.net/publication/312050962_Tourism_product_club_in_generating_the_value_chain](https://www.researchgate.net/publication/312050962_Tourism_product_club_in_generating_the_value_chain)
- Sun, S., Law, R., & Schuckert, M. (2018). *A comprehensive review of the North American hotel industry: An application of the value chain model*. *Tourism Analysis*, 23(2), 261–274. <https://doi.org/10.3727/108354218X15210313504544>
- Sutomo, Y. A. W., Sianipar, C. P. M., Basu, M., Onitsuka, K., & Hoshino, S. (2023). *Tourism value chain: Synthesizing value webs to support tourism development and planning*. *Tourism Review*, 78(3), 726–746. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2021-0566Emerald>
- Sutomo, Y. A. W., Sianipar, C. P., Basu, M., Onitsuka, K., & Hoshino, S. (2023). *Tourism value chain: Synthesizing value webs to support tourism development and planning*. *Tourism Review*, 78(3), 726–746. <https://doi.org/10.1108/TR-12-2021-0566Emerald>
- Sutomo, Y. A. W., Sianipar, C. P., Onitsuka, K., & Hoshino, S. (2024). *Evaluating policy environment for community-based rural tourism: Multi-actor perspectives in tourism value chain*. *Journal of Regional and City Planning*, 35(3), 280–304. https://doi.org/10.5614/jpwk.2024.35.3.3ITB_Journals

Sutono, A., Sumaryadi, Rahtomo, W., Puksi, F. F., & Permana, O. (2022). *Re-modelling Muslim-friendly tourism value chain ecosystem: The case study of West Sumatera, Indonesia*. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2361536. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2024.2361536>

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311886.2024.2361536>

Tasnim, Z., Shareef, M. A., Dwivedi, Y. K., Kumar, U., Kumar, V., Malik, F. T., & Raman, R. (2023). *Tourism sustainability during COVID-19: Developing value chain resilience*. *Operations Management Research*, 16(1), 391_407. https://www.researchgate.net/publication/365344886_5_Tourism_sustainability_during_COVID-19_developing_value_chain_resilience_Z_Tasnim_MA_Shareef_YK_Dwivedi_U_Kumar_V_Kumar_FT_Malik_Operations_Management_Research_1-17

UN Tourism. (2025). *UN Tourism report 2025: Global tourism trends and insights*. <https://www.unwto.org>

Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2004). *Evolving to a new dominant logic for marketing*. *Journal of Marketing*, 68(1), 1–17. <https://doi.org/10.1509/jmkg.68.1.1.24036>

WTTC. (2025). *World Travel & Tourism Council: Economic impact report 2025*. <https://wttc.org>

Yilmaz, Y., & Bititci, U. S. (2006). *Performance measurement in tourism: A value chain model*. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(4), 341–349. DOI: [10.1108/09596110610665348](https://doi.org/10.1108/09596110610665348)

Zeng, M., Shen, S., & Gu, J. (2023). *How does the integration of cultural and tourism industries impact the value added to tourism value chain: Evidences from Jiangsu Province of China*. *PLOS ONE*, 18(6), e0287610. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0287610>

Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). *Tourism supply chain management: A new research agenda*. *Tourism Management*, 30(3), 345–358. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.12.010>

Zheng, L., Wang, H., Li, G., & Guo, Y. (2021). *Construction scenario for a rural tourism value chain: A case study from rural China*. *American Journal of Industrial and Business Management*, 11(1), 1–18. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2021.111001> SCIRP+2SCIRP+2Oalib+2

References [In Persian]

- Amiri Fehlyani, M., and Maleki, S. (2020). *Strategic management relations with tourism in the era of globalization*. Quarterly Journal of Macro Policies and Strategies, 7(28), 670–697. <https://doi.org/10.32598/JMSP.7.4.8>)
- Delshad, A., & Asadian Ardakani, F. (2023). *Providing an Optimal Model of Tourism Value Chain in Yazd Province*. Tourism and Development, 12(3), 119–131. <https://doi.org/10.22034/jtd.2023.385865.2742>
- Dudangeh, S., Haji Karimi, B., Mozaffari, M. M., & Kavosh, K. (2022). *Investigating the effect of social responsibility on destinations on emotional and behavioral responses of urban tourists Case study: Tehran. urban tourism*, 9(2), 55-71. <https://doi.org/10.22059/jut.2022.340597.1022>
- Shafiei, Sanaz, Rajabzadeh Qatari, Ali, Hasanzadeh, Alireza, and Jahanian, Saeed. (2020). *Smart tourism destinations: A systematic review of research using the paradigm funnel approach*. Quarterly Journal of Tourism Management Studies, 15(49), 33-62. <https://doi.org/10.22054/tms.2020.11045>
- Yadgarian, Mehdi, Mohammadi, Shahriar, and Yarmohammadi Samani, Peyman. (201۵). *Trust model in electronic tourism*. <https://civilica.com/doc/603259>
- Zarei Banadkouki, Mohammadreza, Mousavi, Somayeh Sadaat, and Adel Nianjaf Abadi, Masoud. (2024). *Analysis of the tourism value chain in Iran with a focus on key players*. First International Conference on the Tourism Industry, Tehran. <https://civilica.com/doc/2155729>