



Designing a Policy-Making Model for the Development of Smart Social Tourism in Iran

**Mehrnaz
Moghadam** 

Tohidi

Ph.D. Student in Business Policy Management, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Rasht, Iran.

Raheleh Jalalniya 

Ph.D. Student in Business Policy Management, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Rasht, Iran.

Esmail MalekAkhlagh* 

Associate Professor, Department of Business Administration, Faculty of Management and Economics, University of Guilan, Rasht, Iran.

Abstract

Smart social tourism, as an emerging approach combining smart technologies with social participation, has opened up new capacities for sustainable development in local communities. Amid rapid technological advancements and increasing social complexities, effective policymaking in this field is an undeniable necessity for countries like Iran, which possesses rich cultural, historical, and geographical diversity. This study aims to design a policymaking model for the development of smart social tourism in Iran. It is a fundamental research based on a fieldwork approach. The participants

* Corresponding Author: malekakhlagh@guilan.ac.ir

How to Cite: Tohidi Moghadam, M., Jalalniya, R. and MalekAkhlagh, E. (2026). Designing a Policy-Making Model for the Development of Smart Social Tourism in Iran. *Tourism Management Studies*, 20(72), 31- 84. doi: 10.22054/tms.2025.86517.3078

consisted of two expert groups: Academic scholars in tourism policymaking (theoretical experts) and active managers in the tourism industry (practical experts). Qualitative data were collected through semi-structured interviews comprising six main questions and the flexibility to ask follow-up questions. Data analysis was conducted using the grounded theory method. Findings revealed that causal conditions—including social capital of host communities, economic motivations, institutional capacity in tourism planning and policymaking, and digital transformation of tourism—affect the core phenomenon of smart social tourism. The core phenomenon, in turn, is shaped by contextual conditions (such as the tourism institutional system and smart infrastructure) and intervening conditions (such as inefficiencies in spatial distribution). These influence the strategies and actions adopted, which include drafting a national development plan for social tourism, spatially just planning, smart innovations to ensure fairness in tourism experiences, strengthening policymaking institutions and governance structures, empowering human resources, and institutionalizing the discourse of responsibility and justice in public tourism culture. Ultimately, these strategies lead to key outcomes, including a balanced distribution of tourism opportunities, enhanced social dynamism in destinations, improved national tourism positioning, and comprehensive, inclusive, and sustainable development of social tourism.

1. Introduction

Tourism significantly contributes to economic growth and sustainable development, generating over \$1.5 trillion annually and attracting 1.5 billion international tourists (Hernandez et al., 2025). It supports economic, cultural, and environmental activities in communities. Tourism development relies on contextual factors like attractions and infrastructure, but effective policymaking is crucial, as outlined in national frameworks (Ahmadzadeh et al., 2023). While international research on social and smart tourism grows, Iranian studies often neglect the topic. This research develops an indigenous model for

smart social tourism policy in Iran that combines public policy, technology, and social justice. It addresses local capacities and constraints, guiding policymakers toward equitable, tech-driven tourism development, and contributes to both policy practice and academic literature.

This research seeks to answer the following main question: "What dimensions, components, and relationships characterize the policy-making model for smart social tourism development in Iran?"

2. Literature Review

Social tourism, a modern aspect of social policymaking, promotes social justice and cultural inclusion by ensuring that disadvantaged groups, including low-income families, the elderly, and people with special needs, have access to tourism (Ma'dani, 2024). Originating from 19th-century labor movements and shaped by post-World War II welfare reforms, particularly after the 1948 Universal Declaration of Human Rights, it reduces economic, cultural, and physical barriers through institutional support and policies. Social tourism fosters accessibility, social solidarity, and improved quality of life, serving as a tool for redistributing opportunities and enhancing social capital and national cohesion (Gai et al., 2024).

3. Methodology

This study is fundamental research aimed at designing a policy-making model for smart social tourism development in Iran. Based on the method of data collection, it is classified as field research. The participants consisted of theoretical experts (university professors specializing in tourism policy-making) and practical experts (tourism industry managers). According to Miller et al. (2010), five criteria—essentiality, prominence, theoretical knowledge, diversity, and motivation to participate—were used to select participants. To analyze interview texts, grounded theory methodology, based on Strauss and Corbin (1997) approach, was utilized.

4. Results

Participants in this study included 21 individuals: 6 university professors and 15 tourism industry experts.

To develop the policy-making model for smart social tourism development in Iran, semi-structured expert interviews were conducted with university professors and tourism industry managers. Interview data were analyzed using MAXQDA software, following a systematic grounded theory approach (Strauss & Corbin, 1997) comprising open, axial, and selective coding.

Figure 1-Research Paradigmatic Model



5. Discussion

The present study demonstrates greater analytical comprehensiveness and theoretical depth compared to previous research. Unlike the study by Mohammadamini and Hessam (2024), which focused solely on infrastructure improvement and service quality, this research advances by incorporating causal, contextual, and intervening levels, thereby providing a multilayered analysis of the factors influencing social tourism development. Furthermore, compared with the strategic modeling of Aslani et al. (2024), this study integrates cultural, institutional, technological, and spatial components into a structured model with an interpretive approach. The social drivers highlighted in the futures-oriented analysis of Ahmadzadeh et al. (2023) are also reflected in the causal conditions of this model, yet here they are coupled with the integration of smart technologies to create a more coherent vision. In contrast to the emphasis of Modabberkhaknejad and Amini Komijani (2002) on social capital and policy critique, this research adopts an active and innovative stance by designing participatory mechanisms and proposing a comprehensive policy document. From an international perspective, alignment with the TIAS model in Kumar et al. (2025) and the attention to justice-oriented and experience-centered tourism in Sah et al. (2025) enhances both the global legitimacy and the innovative character of this model.

6. Conclusion

Based on the research model, it was determined that the causal conditions (social capital of the host community, economic motives and drives, institutional capacity in tourism planning and policy-making, and digital transformation of tourism) influence the core phenomenon (smart social tourism). The core phenomenon, contextual conditions (tourism institutional system and smart infrastructural foundation), and intervening conditions (inefficiency of spatial distribution) affect the strategies and actions (formulation of the National Social Tourism Development Document, justice-oriented

spatial planning in social tourism development, smart innovation for justice in the tourism experience, strengthening policy-making institutions and governance structures, empowerment of human resources in social tourism, and institutionalization of the discourse of responsibility and justice in the public culture of tourism). These strategies and actions ultimately lead to intended results (balancing tourism opportunities, enhancing the social dynamism of destinations, improving the national position of tourism, and achieving inclusive and sustainable social tourism development).

Keywords: Tourism policymaking, smart social tourism, emerging technologies in tourism, sustainable regional development, Islamic Republic of Iran



طراحی الگوی سیاست گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران

دانشجوی دکتری مدیریت سیاست گذاری بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

مهرناز توحیدی مقدم 

دانشجوی دکتری مدیریت سیاست گذاری بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

راحله جلال‌نیا 

دانشیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه گیلان، رشت، ایران

اسماعیل ملک‌اخلاق  *

چکیده

گردشگری اجتماعی هوشمند به‌عنوان رویکردی نوین در تلفیق فناوری‌های هوشمند با مشارکت اجتماعی، ظرفیت‌های تازه‌ای را برای توسعه‌ی پایدار در جوامع محلی فراهم کرده است. در بستر تحولات فناورانه و پیچیدگی‌های اجتماعی، سیاست گذاری اثربخش در این حوزه ضرورتی انکارناپذیر برای کشورهایی چون ایران است که دارای تنوع فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی گسترده‌اند. این پژوهش با هدف طراحی الگویی برای سیاست گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند در ایران انجام شده است. مطالعه‌ی حاضر از نوع بنیادی بوده و با رویکرد میدانی به جمع‌آوری داده‌ها پرداخته است. جامعه‌ی مشارکت کنندگان شامل دو گروه از خبرگان، یعنی اساتید سیاست گذاری در حوزه‌ی گردشگری (خبرگان نظری) و مدیران فعال در صنعت گردشگری (خبرگان تجربی) بوده است. داده‌های کیفی از طریق مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با ۶ پرسش اصلی و امکان طرح سؤال‌های تکمیلی گردآوری شد. تحلیل داده‌ها با روش نظریه‌ی داده‌بنیاد انجام شد. نتایج تحلیل‌ها نشان داد که شرایط علی (سرمایه اجتماعی جامعه‌ی میزبان، انگیزه‌ها و محرک‌های اقتصادی، ظرفیت نهادی در برنامه‌ریزی و سیاست گذاری گردشگری، تحول دیجیتال گردشگری) بر پدیده‌ی محوری (گردشگری اجتماعی هوشمند) تأثیرگذار هستند. پدیده‌ی محوری، شرایط زمینه‌ای (نظام نهادی گردشگری و بستر زیرساختی هوشمند) و شرایط مداخله‌گر (ناکارآمدی توزیع فضایی) بر راهبردها اقدامات (تنظیم سند ملی توسعه‌ی گردشگری اجتماعی، برنامه‌ریزی فضایی عدالت محور در توسعه‌ی گردشگری اجتماعی، نوآوری هوشمند برای عدالت در تجربه‌ی گردشگری، تقویت نهادهای سیاست‌گذار و ساختارهای حکمرانی، توانمندسازی نیروی انسانی در گردشگری اجتماعی، نهادینه‌سازی گفت‌وگو مسئولیت‌پذیری و عدالت در فرهنگ عمومی گردشگری) اثرگذارند. در نهایت، راهبردها و اقدامات منجر به پیامدها (توازن فرصت‌های گردشگری، پویایی اجتماعی مقصدها، ارتقای جایگاه ملی گردشگری، توسعه‌ی فراگیر و پایدار گردشگری اجتماعی) می‌شوند.

کلیدواژه‌ها: سیاست گذاری گردشگری، گردشگری اجتماعی هوشمند، فناوری‌های نوظهور در گردشگری، توسعه‌ی منطقه‌ای پایدار، کشور ایران.

مقدمه

توسعه‌ی گردشگری در بسیاری از کشورها به‌عنوان یکی از اولویت‌های مهم سیاست‌گذاری شناخته می‌شود، چرا که این صنعت نقشی مؤثر در رشد اقتصادی و تحقق اهداف توسعه‌ی پایدار ایفا می‌کند (پاشایی، ۱۴۰۴). به‌عبارت دیگر، یکی از راه‌های دستیابی به توسعه در جهان امروز، بهره‌گیری از ظرفیت‌های گردشگری است (تقدیسی و همکاران، ۱۴۰۴). گردشگری نقشی حیاتی در رشد و توسعه‌ی فعالیت‌های اقتصادی، فرهنگی و محیطی جوامع مقصد دارد.

بر اساس گزارش‌های سازمان جهانی گردشگری^۱، صنعت گردشگری سالانه بیش از ۱/۵ تریلیون دلار درآمد حاصل از گردشگری بین‌المللی ایجاد می‌کند و تعداد گردشگران ورودی در سال‌های اخیر به حدود یک میلیارد و ۵۰۰ میلیون نفر رسیده است (Hernandez et al., 2025). به‌طوری‌که گردشگری به‌عنوان یکی از سه صنعت سودآور درجه اول در جهان شناخته شده که برای گسترش و توسعه نیازمند سیاست‌گذاری درست پیرامون عوامل محیطی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است (Prayitno et al., 2024). به‌طور کلی، عوامل مؤثر بر گردشگری کشورها را می‌توان به دو دسته‌ی اصلی تقسیم کرد: عوامل زمینه‌ای و عوامل مرتبط با سیاست‌گذاری گردشگری. عوامل زمینه‌ای مشتمل بر جاذبه‌ها و زیرساخت‌های گردشگری است که شرط لازم برای توسعه‌ی گردشگری بوده اما کافی نیست. شرط کافی سیاست‌گذاری گردشگری است که بر اراده‌ی لازم متولیان این صنعت برای توسعه‌ی گردشگری دلالت دارد و در اسناد قوانین پایه و فرادستی ملی انعکاس پیدا کرده است (احمدزاده و همکاران، ۱۴۰۲).

صنعت گردشگری منشوری چندوجهی متشکل از وجوه سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، زیست‌محیطی و تاریخی است. همچنین، رویکردهای گوناگونی به گردشگری وجود دارد که هر کدام از ویژگی‌های خاصی برخوردار هستند (صلاحی و همکاران، ۱۴۰۳). از آنجایی که سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری متناسب با ارزش‌ها و هنجارهای حاکم بر نظام اقتصادی، اجتماعی و سیاسی صورت می‌گیرد، توجه به افراد کم‌بضاعت و

طبقه‌های اقتصادی پایین‌تر در سبد گردشگری باید مورد وثوق قرار گیرد که از این سیاست‌گذاری با عنوان گردشگری اجتماعی یاد می‌شود (شمس‌الدینی و دهقانی، ۱۴۰۳). گردشگری اجتماعی به آن دسته از فعالیت‌های گردشگری اطلاق می‌شود که با هدف ارتقای عدالت اجتماعی، افزایش مشارکت اقشار کم‌درآمد در تجربه‌های گردشگری و گسترش فرصت‌های برابر برای بهره‌مندی از خدمات گردشگری طراحی می‌شود. در این نوع گردشگری، دولت‌ها، نهادهای مدنی و بخش عمومی نقش فعالی در کاهش موانع اقتصادی، فرهنگی یا جسمانی برای سفر ایفا می‌کنند (Fernandez et al., 2024). گردشگری اجتماعی فراتر از جابه‌جایی فیزیکی افراد، ابزاری برای تقویت سرمایه‌ی اجتماعی، همبستگی میان فرهنگی و ارتقای کیفیت زندگی تلقی می‌شود و می‌تواند از منظر توسعه‌ی پایدار نیز نقش مؤثری در توزیع عادلانه‌ی منافع گردشگری ایفا کند (Taylor et al., 2024).

از سوی دیگر گردشگری در سال‌های اخیر به شدت تحت تأثیر فناوری‌های الکترونیک و هوش مصنوعی قرار گرفته است. به طوری که اکنون «گردشگری هوشمند»^۱ به یک مفهوم مورد پذیرش در زمینه‌های مختلف صنعت گردشگری تبدیل شده است (Liu et al., 2024). توسعه‌ی فناوری هوشمند باعث تولد گردشگری هوشمند شده است که استفاده از اطلاعات و ارتباطات و پشتیبانی را در مقاصد گردشگری فراهم می‌کند. رواج فناوری‌های هوشمند اطلاعاتی و ارتباطی منجر به بهبود تجربه‌ی گردشگران و رضایت آن‌ها چه قبل از سفر و چه در هنگام و بعد از سفر شده است (خاوریان گرمسیر و همکاران، ۱۴۰۳). توسعه‌ی مقاصد گردشگری هوشمند نقشی اساسی در فعال کردن گردشگری اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی داشته و به توسعه‌ی اجتماعی و پایداری کمک می‌کند. بیشتر پژوهشگران بر این باور هستند که مقاصد هوشمند باعث می‌شود که نوآوری و رشد چشمگیری در صنعت گردشگری شکل گیرد (عطایی و همکاران، ۱۴۰۳). سیاست‌گذاری در حوزه‌ی گردشگری هوشمند نیازمند نگاهی تلفیقی میان فناوری، حاکمیت داده و نوآوری اجتماعی است و از این‌رو، هوشمندسازی گردشگری تنها به ابزارهای فناورانه

محدود نمی‌شود، بلکه مستلزم بازاندیشی در شیوه‌های حکمرانی، مشارکت عمومی و عدالت فضایی در مقاصد گردشگری نیز هست (Ivars et al., 2024).

در سال‌های اخیر، گردشگری اجتماعی با تأکید بر عدالت در دسترسی به فرصت‌های گردشگری برای گروه‌های کم‌برخوردار و گردشگری هوشمند با بهره‌گیری از فناوری‌هایی نظیر کلان‌داده، اینترنت اشیا و هوش مصنوعی در مدیریت مقصد و تجربه‌ی گردشگر، توجه سیاست‌گذاران و پژوهشگران را به خود جلب کرده است. ترکیب این دو رویکرد در قالب «گردشگری اجتماعی هوشمند» ظرفیت آن را دارد که از طریق نوآوری فناورانه به ارتقای عدالت اجتماعی و دسترسی‌پذیری همگانی در گردشگری منجر شود. در ایران، با وجود مزیت‌های طبیعی، تاریخی و فرهنگی قابل توجه، توسعه‌ی گردشگری بیشتر متمرکز بر اقشار و مناطق خاص بوده و از عدالت فضایی و اجتماعی غفلت شده است. بر اساس آمار رسمی، هزینه‌ی سفر و گردشگری در سبد خانوارهای دهک‌های پایین درآمدی بسیار ناچیز است؛ به گونه‌ای که هزینه‌ی گردشگری دهک دهم بیش از ۳۰ برابر دهک اول برآورد شده است. همچنین، درصد قابل توجهی از خانوارها به دلیل تنگناهای اقتصادی از امکان سفر محروم‌اند. این شکاف عمیق در بهره‌مندی از فرصت‌های گردشگری، ضرورت طراحی الگویی بومی و عدالت‌محور برای سیاست‌گذاری گردشگری اجتماعی هوشمند را دوچندان می‌سازد.

این مسئله از منظر سلبی نیز حائز اهمیت است، چرا که فقدان سیاست‌های هماهنگ، مشارکت‌محور و مبتنی بر داده در زمینه‌ی توسعه‌ی گردشگری به تداوم نابرابری‌های منطقه‌ای، طرد گروه‌های کم‌برخوردار از خدمات گردشگری و اتلاف منابع در برنامه‌ریزی منجر شده است. علاوه بر این، عدم استفاده‌ی ساخت‌یافته از فناوری‌های نوین در خدمت عدالت اجتماعی، موجب شده است ظرفیت‌های بالقوه‌ی فناوری در جهت‌دهی به توسعه‌ی انسانی و ارتقای همبستگی اجتماعی نادیده گرفته شود. به لحاظ نظری نیز ادبیات موجود در حوزه‌ی سیاست‌گذاری گردشگری اجتماعی و گردشگری هوشمند در سطح بین‌المللی گسترش یافته، اما در فضای پژوهشی ایران کمتر به پیوند این دو مقوله پرداخته شده است. در اغلب پژوهش‌های داخلی، یا نگاه اجتماعی با غفلت از ابزارهای

فناورانه مطرح شده یا فناوری در خلأ ملاحظات اجتماعی تحلیل شده است. سهم پژوهش و هم‌افزایی نظری مطالعه‌ی حاضر نیز در آن است که با تلفیق ادبیات سیاست‌گذاری عمومی، فناوری‌های نوین و عدالت اجتماعی، الگویی بومی برای سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند در ایران ارائه دهد؛ الگویی که از یک سو ناظر به ظرفیت‌ها و محدودیت‌های بومی باشد و از سوی دیگر، بتواند به هدایت نهادهای سیاست‌گذار در مسیر توسعه‌ی عدالت‌محور و فناورانه یاری رساند. پژوهش حاضر در پی پاسخگویی به این پرسش محوری است که «الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند در ایران چه ابعاد، مؤلفه‌ها و روابطی دارد؟»

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گردشگری اجتماعی به‌عنوان یکی از جلوه‌های نوین سیاست‌گذاری اجتماعی در حوزه‌ی گردشگری، بازتابی از تعهد دولت‌ها و نهادهای عمومی به مفهوم عدالت اجتماعی و شمول‌پذیری فرهنگی در بهره‌مندی از مواهب طبیعی، تاریخی و رفاهی یک کشور است (معدنی، ۱۴۰۳). گردشگری اجتماعی مفهومی است که با جنبش کارگری در قرن نوزدهم با هدف برخورداری افراد فرودست به تفریحات و اوقات فراغت آغاز شد. پس از جنگ جهانی و با پیامدهای رکود بزرگ دهه‌ی ۳۰ موج جدیدی در این حوزه شکل گرفت. در ادامه‌ی اصلاحات مرتبط با رفاه اجتماعی در اعلامیه‌ی حقوق بشر سازمان ملل در سال ۱۹۴۸ نقطه‌ی عطف‌پذیرش و مفهوم‌سازی گردشگری اجتماعی است. گردشگری اجتماعی به گونه‌ای از گردشگری اطلاق می‌شود که هدف آن فراهم ساختن امکان بهره‌مندی از تجربه‌های گردشگری برای اقشار کم‌برخوردار، گروه‌های آسیب‌پذیر، افراد دارای نیازهای خاص، سالمندان و خانواده‌های کم‌درآمد است. این نوع گردشگری بر عدالت اجتماعی، دسترس‌پذیری، همبستگی اجتماعی و بهبود کیفیت زندگی تمرکز دارد و با پشتیبانی نهادی، یارانه‌ای یا سیاست‌گذاری‌های خاص می‌کوشد موانع اقتصادی، فرهنگی و فیزیکی در مسیر مشارکت برابر در فعالیت‌های گردشگری را کاهش دهد. گردشگری اجتماعی نه تنها ابزاری برای بازتوزیع فرصت‌ها، بلکه بستری برای ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی و انسجام ملی تلقی می‌شود (Gai et al., 2024).

در تجربه جهانی، کشورهایی چون فرانسه، اسپانیا، پرتغال و برخی کشورهای بلوک شرق سابق، با تکیه بر مدل‌هایی چون تعاونی‌های گردشگری کارگری، اردوگاه‌های اقامتی دولتی و شبکه‌های سفر حمایتی برای بازنشستگان، دانش‌آموزان و کارمندان، توانسته‌اند سازوکارهای نسبتاً موفق‌تری را در این زمینه پیاده‌سازی کنند. ایران نیز اگرچه به شکل رسمی و نظام‌مند وارد این حوزه نشده است، اما مصادیقی از گردشگری اجتماعی را می‌توان در برنامه‌هایی مانند «اسکان فرهنگیان»، «کمپ‌های بین‌راهی ارزان‌قیمت»، «سفرهای حمایتی کارگران» و «تورهای زیارتی سازمانی» شناسایی کرد. این اقدامات هرچند گام‌هایی ارزشمند به‌شمار می‌روند، اما به دلیل نبود سازوکارهای نهادی پایدار، سیاست‌های حمایتی بلندمدت و فقدان نقشه‌ی راه استراتژیک، هنوز در مرحله‌ای ابتدایی و پراکنده قرار دارند (Vento et al., 2024).

در پاسخ به چالش‌های مذکور، مفهوم گردشگری اجتماعی هوشمند به‌عنوان تلفیقی از عدالت اجتماعی و تحول دیجیتال، ظهور یافته است. گردشگری هوشمند به رویکردی نوین در صنعت گردشگری اطلاق می‌شود که با بهره‌گیری از فناوری‌های نوظهور همچون اینترنت اشیا، کلان‌داده، هوش مصنوعی، برنامه‌های کاربردی تلفن همراه و زیرساخت‌های دیجیتال، به بهینه‌سازی تجربه‌ی گردشگری، ارتقای کارایی مدیریت مقصد و افزایش پایداری اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی کمک می‌کند (Zhang et al., 2022). این نوع گردشگری با گردآوری و تحلیل داده‌های گردشگران و ذی‌نفعان، امکان تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد، شخصی‌سازی خدمات و تعامل دوسویه میان گردشگر، جامعه‌ی میزبان و مدیران گردشگری را فراهم می‌سازد و به گونه‌ای طراحی می‌شود که تجربه‌ای هوشمند، امن، تعاملی و پایدار برای کاربران به ارمغان آورد (Novera et al., 2022). گردشگری هوشمند به‌عنوان زیرمجموعه‌ای از مفهوم شهر هوشمند با هدف ارائه‌ی راهکارهایی مبتنی بر فناوری به نیازهای مربوط به سفرهای گردشگران پدید آمده است. سیستم‌های هوشمند که استفاده و به‌کارگیری اطلاعات را برای برآورده کردن نیازهای گردشگران میسر می‌کند، به‌عنوان مفهومی در مدیریت سازمان‌ها و سیستم‌های کلان، یک اصل در حال گسترش در حوزه‌ی گردشگری است (عناستانی و بارانی

علی‌اکبری، ۱۴۰۳). در جدول ۱، تعریف «گردشگری اجتماعی»، «گردشگری هوشمند» و «گردشگری اجتماعی هوشمند» ارائه شده است:

جدول ۱. تعریف «گردشگری اجتماعی»، «گردشگری هوشمند» و «گردشگری اجتماعی هوشمند»

عنوان	تعریف	منبع
گردشگری اجتماعی	نوعی از گردشگری که با هدف فراهم‌سازی امکان سفر برای گروه‌های کم‌درآمد، آسیب‌پذیر یا دارای نیازهای خاص طراحی می‌شود و بر عدالت اجتماعی، دسترسی برابر به فرصت‌های گردشگری و ارتقای همبستگی اجتماعی تأکید دارد.	Bianchi et al., 2023
گردشگری هوشمند	رویکردی نوین در گردشگری که با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین های (مانند اینترنت اشیا، کلان‌داده‌ها، هوش مصنوعی و برنامه‌های گردشگر، کارآمدسازی دنبال بهینه‌سازی تجربه‌کاربردی همراه) به مدیریت مقصد و پایداری زیست‌محیطی است.	Elarchi et al., 2023
گردشگری اجتماعی هوشمند	تلفیقی از دو رویکرد فوق است که در آن از فناوری‌های هوشمند برای بهبود دسترسی گروه‌های اجتماعی محروم به خدمات گردشگری استفاده می‌شود؛ این الگو، عدالت اجتماعی را با نوآوری دیجیتال در هم می‌آمیزد تا گردشگری را فراگیرتر، پاسخگوتر و پایدارتر سازد.	Kumar et al., 2024

در واقع، گردشگری اجتماعی هوشمند مفهومی نوپدید در ادبیات گردشگری است که از تلفیق دو رویکرد «گردشگری اجتماعی» و «گردشگری هوشمند» شکل گرفته و تلاش دارد تا از فناوری‌های نوین در خدمت عدالت اجتماعی و شمول‌پذیری بهره‌گیرد (Kumar et al., 2024). گردشگری اجتماعی هوشمند، الگویی از توسعه‌ی گردشگری است که با بهره‌گیری از فناوری‌های دیجیتال (مانند کلان‌داده، اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، برنامه‌های کاربردی تلفن همراه و پلتفرم‌های مشارکتی) به دنبال ایجاد فرصت‌های برابر برای همه‌ی گروه‌های اجتماعی به‌ویژه اقشار کم‌برخوردار، افراد دارای نیازهای خاص، سالمندان و ساکنان مناطق کم‌برخوردار است؛ تا این گروه‌ها نیز بتوانند از منافع گردشگری بهره‌مند شوند (Mondal et al., 2025).

نقطه‌ی پیوند این دو حوزه در سطح کلان، در سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند قابل تعریف است. سیاست‌گذاری توسعه در این حوزه، نه فقط به معنای

تجویز مجموعه‌ای از برنامه‌ها یا تخصیص منابع، بلکه به‌عنوان فرآیندی نظام‌مند در جهت خلق ظرفیت‌های نهادی، اجتماعی و فناورانه برای تحقق عدالت گردشگری در بستر فناوری شناخته می‌شود. چنین سیاست‌گذاری‌ای نیازمند چشم‌اندازی بلندمدت، مشارکت همه‌جانبه‌ی ذی‌نفعان، تنظیم‌گری دقیق و طراحی ابزارهای مشوق اقتصادی و حقوقی است. همچنین باید میان اهداف عدالت‌محور و ظرفیت‌های بازار گردشگری توازن برقرار کند، به‌گونه‌ای که هم انگیزه‌های بخش خصوصی حفظ شود و هم منافع عمومی به شکل مؤثر تأمین گردد. سیاست‌گذاری گردشگری به مجموعه‌ای از تصمیم‌ها، جهت‌گیری‌ها و اقدامات هدفمند گفته می‌شود که از سوی نهادهای دولتی، عمومی یا نهادهای کلان تنظیم می‌گردد تا توسعه‌ی پایدار، منافع اقتصادی، حفظ منابع فرهنگی و طبیعی و ارتقای جایگاه مقصدهای گردشگری را تضمین نماید (McLeod et al., 2024). بر اساس مبانی نظری و مبتنی بر نظریه‌ی توسان و جنکینز می‌توان سیر تاریخی سیاست‌گذاری گردشگری در جهان را به پنج دوره مطابق جدول ۲ دسته‌بندی کرد (پاهکیده و همکاران، ۱۴۰۲).

جدول ۲. سیر تاریخی سیاست‌گذاری گردشگری در جهان (منبع: پاهکیده و همکاران، ۱۴۰۲)

سیاست گردشگری و تحولات	ادوار تاریخی
گردشگری بدون برنامه‌ریزی	دوره ۱
گام‌های نخستین برنامه‌ریزی گردشگری از سوی تأمین‌کننده	دوره ۲
افزایش فزاینده‌ی گردشگری	دوره ۳
برنامه‌ریزی توسعه‌ی گردشگری براساس تقاضای گردشگران	دوره ۴
حاکمیت گردشگری پایدار مبتنی بر اصول اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی	دوره ۵

اکنون فرآیند سیاست‌گذاری گردشگری با در نظر گرفتن ذی‌نفعان متنوع، پیوندهای میان‌بخشی (نظیر فرهنگ، محیط‌زیست، زیرساخت، امنیت و اقتصاد) و شرایط بومی هر منطقه صورت می‌پذیرد و نقش اساسی در جهت‌دهی به برنامه‌ریزی‌ها، تخصیص منابع، تنظیم مقررات و ترسیم آینده‌ی گردشگری کشور یا منطقه دارد (Loehr & Becken, 2023). با توجه به نتایج مطالعات گذشته برای جذب گردشگر باید سیاست‌گذاری مناسبی جهت توسعه‌ی گردشگری در کشور اندیشیده شود. به نظر می‌رسد یکی از دلایل ضعف

صنعت گردشگری ایران با وجود مزیت‌های نسبی آن، سیاست‌گذاری گردشگری در کشور است (امینی کمیجانی و همکاران، ۱۴۰۱).

توسعه‌ی گردشگری: توسعه‌ی گردشگری مفهومی چندبعدی و میان‌رشته‌ای است که به مجموعه‌ای از فرآیندها، سیاست‌ها و اقدامات اشاره دارد که با هدف بهبود زیرساخت‌ها، ارتقای کیفیت خدمات، افزایش رضایت گردشگران و بهره‌برداری پایدار از منابع طبیعی، فرهنگی و انسانی صورت می‌گیرد (Balcilar et al., 2024). این مفهوم از نیمه‌ی دوم قرن بیستم، به‌ویژه پس از جنگ جهانی دوم با رشد طبقه‌ی متوسط، پیشرفت حمل‌ونقل و افزایش اوقات فراغت، وارد مرحله‌ی نوین شد و از آن زمان تاکنون به یکی از مؤلفه‌های مهم توسعه‌ی اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی در بسیاری از کشورها بدل شده است (Kocak et al., 2025). توسعه‌ی گردشگری از منظر نظری، ریشه در نظریه‌های توسعه‌ی پایدار، اقتصاد منطقه‌ای، جامعه‌شناسی گردشگری و برنامه‌ریزی فضایی دارد و بر پایه‌ی اصولی چون مشارکت جامعه‌ی محلی، حفاظت از میراث فرهنگی و طبیعی و توازن میان منافع اقتصادی و زیست‌محیطی استوار است (خادمی و همکاران، ۱۴۰۲). توسعه‌ی گردشگری فرآیند پیچیده‌ای است که عوامل توسعه‌ی ملی، بین‌المللی و گروه‌های درگیر با سیاست، دولت، برنامه‌ریزی و قانون‌گذاری را دربرمی‌گیرد. برای موفقیت توسعه‌ی گردشگری، شناخت روابط جوانب گوناگون توسعه باید مورد توجه قرار گیرند و این نیازمند یک سیاست‌گذاری مدون و راهبردی است (شیخی و دیناروند، ۱۴۰۳).

پیشینه پژوهش

محمدامینی و حسام (۱۴۰۳) با هدف ارائه‌ی راهبردهایی برای توسعه‌ی گردشگری هوشمند در ایران، پژوهشی مبتنی بر تحلیل SWOT انجام دادند. نتایج این مطالعه نشان داد که گردشگری هوشمند با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین می‌تواند به بهبود کیفیت خدمات، افزایش رضایت گردشگران و ارتقای پایداری محیطی کمک کند. همچنین، یافته‌ها نقاط قوتی مانند وجود جاذبه‌های متنوع، ظرفیت بالای فناوری اطلاعات و فرصت‌های سرمایه‌گذاری در این حوزه را برجسته ساختند، در حالی که تهدیدهایی نظیر ضعف زیرساخت‌ها، ناهماهنگی نهادی و کمبود نیروی انسانی متخصص به‌عنوان

چالش‌های اصلی شناسایی شدند. پژوهش بر ضرورت تدوین راهبردهای دقیق، تقویت زیرساخت‌های دیجیتال و آموزش نیروهای متخصص به منظور تحقق توسعه پایدار گردشگری هوشمند تأکید دارد.

امجدیام و همکاران (۱۴۰۳) با هدف بررسی سیاست‌گذاری در زمینه نقش صنعت گردشگری در توسعه منطقه‌ای، مطالعه‌ای موردی بر شهرستان مرند انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که گردشگری به عنوان یکی از موتورهای توسعه منطقه‌ای، می‌تواند نقش مهمی در ایجاد اشتغال، جذب سرمایه و ارتقای کیفیت زندگی ایفا کند. همچنین، یافته‌ها حاکی از آن است که فقدان هماهنگی بین بخشی، محدودیت‌های مالی و ضعف در زیرساخت‌های گردشگری از موانع اصلی توسعه پایدار گردشگری در منطقه به‌شمار می‌آیند. پژوهش بر ضرورت تدوین سیاست‌های جامع، تقویت مشارکت بخش خصوصی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های محلی برای توسعه گردشگری تأکید دارد.

اصلانی و همکاران (۱۴۰۳) با هدف ارائه مدل استراتژی‌های توسعه گردشگری هوشمند در ایران، پژوهشی کاربردی در حوزه مدیریت بازاریابی انجام دادند. نتایج این مطالعه نشان داد که توسعه گردشگری هوشمند مستلزم تلفیق فناوری‌های نوین با سیاست‌گذاری‌های یکپارچه و مشارکت ذی‌نفعان است. در مدل پیشنهادی، عناصر کلیدی نظیر زیرساخت‌های دیجیتال، آموزش نیروی انسانی، حمایت نهادی و بازاریابی هوشمند نقش مؤثری در ارتقای کارآمدی و جذابیت مقاصد گردشگری ایفا می‌کنند. همچنین، بر اهمیت برنامه‌ریزی استراتژیک برای کاهش شکاف‌های فناورانه، ارتقای تجربه گردشگر و پایداری اجتماعی - محیطی تأکید شده است.

احمدزاده و همکاران (۱۴۰۲) با هدف شناسایی و تحلیل پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه گردشگری شهرهای ایران در افق ۱۴۰۴، پژوهشی با رویکرد آینده‌پژوهی انجام دادند. نتایج این مطالعه نشان داد که عواملی چون تغییر در سبک زندگی شهری، افزایش تقاضای مشارکت اجتماعی، رشد آگاهی عمومی نسبت به مزایای گردشگری و گسترش شبکه‌های ارتباطی، از مهم‌ترین پیشران‌های اجتماعی مؤثر بر سیاست‌گذاری آینده گردشگری شهری در ایران هستند. همچنین، یافته‌ها حاکی از آن

است که نادیده گرفتن این پیشران‌ها می‌تواند منجر به سیاست‌گذاری‌های ناکارآمد و غیرمنطبق با تحولات اجتماعی آینده شود. بر این اساس، پژوهش بر ضرورت نهادینه‌سازی نگاه آینده‌نگر در نظام سیاست‌گذاری گردشگری کشور تأکید می‌ورزد.

مدبرخاک‌نژاد و همکاران (۱۴۰۱) با هدف بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری تاریخی- فرهنگی در ایران، به مطالعه‌ی موردی شهر تبریز پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد که عوامل اجتماعی در فرآیند سیاست‌گذاری گردشگری نقشی بنیادین ایفا می‌کنند. متغیرهایی چون سرمایه‌ی اجتماعی، مشارکت مدنی، هویت فرهنگی و تعامل میان جامعه‌ی میزبان و گردشگران، در جهت‌دهی به سیاست‌های گردشگری و موفقیت برنامه‌های توسعه مؤثر بوده‌اند. همچنین، نتایج بر اهمیت توجه به زمینه‌های اجتماعی محلی و لزوم مشارکت فعال شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری تأکید دارد. در نهایت، پژوهش توصیه می‌کند که سیاست‌گذاری گردشگری در ایران باید از رویکردهای صرفاً کالبدی و اقتصادی فاصله گرفته و به سوی مدل‌های مشارکت‌محور و اجتماعی‌محور حرکت کند.

امینی‌کمیجانی و همکاران (۱۴۰۱) با هدف بررسی سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در اسناد توسعه‌ای جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر گردشگری ورزشی، مطالعه‌ای تحلیلی انجام دادند. نتایج پژوهش نشان داد که اگرچه در اسناد توسعه‌ای کشور به مقوله‌ی گردشگری توجه شده، اما جایگاه گردشگری ورزشی به‌طور خاص، کم‌رنگ و غیرنظام‌مند است. یافته‌ها حاکی از آن است که نبود راهبردهای مشخص، عدم انسجام نهادی و ضعف در تعریف مأموریت‌های اجرایی، از موانع اصلی در سیاست‌گذاری مؤثر برای توسعه‌ی گردشگری ورزشی محسوب می‌شود. پژوهش بر لزوم تدوین سیاست‌های تخصصی، تقویت نقش نهادهای اجرایی و استفاده از ظرفیت‌های ورزشی کشور در جذب گردشگران داخلی و خارجی تأکید دارد.

ناوین کومار و همکاران (۲۰۲۵) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش سیستم‌های اطلاعات و تحلیل گردشگری^۱ در شکل‌دهی گردشگری هوشمند: چشم‌اندازهای حکمرانی در

انتخاب مقاصد هوشمند» به بررسی نقش فناوری‌های اطلاعاتی در توسعه گردشگری هوشمند پرداختند. هدف این پژوهش تحلیل تأثیر TIAS بر فرآیندهای تصمیم‌گیری و حکمرانی در انتخاب و مدیریت مقاصد گردشگری هوشمند بود. نتایج نشان داد که استفاده از داده‌های بلادرنگ و تحلیل‌های پیش‌بینی‌کننده در TIAS موجب افزایش شفافیت، پاسخگویی و کارایی در سیاست‌گذاری‌های گردشگری شده و امکان تعامل و مشارکت مؤثر بین نهادهای مختلف ذی‌ربط را فراهم می‌آورد. همچنین، پژوهش بر اهمیت طراحی سیاست‌های مبتنی بر داده و مشارکت همه‌جانبه‌ی ذی‌نفعان در بهبود رقابت‌پذیری و پایداری مقاصد گردشگری هوشمند تأکید کرد. یافته‌ها حاکی از آن است که حکمرانی هوشمند در گردشگری با بهره‌گیری از TIAS می‌تواند فرصت‌های جدیدی برای توسعه‌ی پایدار و ارتقای کیفیت تجربه‌ی گردشگری فراهم آورد.

ساز و همکاران (۲۰۲۵) در مطالعه‌ای با عنوان «چهره‌ی در حال تغییر گردشگری: طراحی گردشگری هوشمند و تحلیل داده‌های شبکه‌های اجتماعی» به بررسی تأثیر فناوری‌های نوین و تحلیل شبکه‌های اجتماعی بر توسعه‌ی گردشگری هوشمند پرداختند. هدف این پژوهش، تحلیل نقش ابزارهای دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی در طراحی تجربه‌های گردشگری هوشمند و ارتقای تعامل بین گردشگران و مقاصد بود. نتایج نشان داد که به‌کارگیری تحلیل داده‌های شبکه‌های اجتماعی می‌تواند رفتار و نیازهای گردشگران را بهتر شناسایی کرده و به توسعه‌ی خدمات هدفمند و شخصی‌سازی شده در گردشگری منجر شود. همچنین، پژوهشگران بر اهمیت هم‌افزایی فناوری‌های هوشمند و رسانه‌های اجتماعی برای بهبود مدیریت مقصد و افزایش رضایتمندی گردشگران تأکید کردند. یافته‌ها حاکی از این است که گردشگری هوشمند با بهره‌گیری از تحلیل‌های پیشرفته‌ی رسانه‌های اجتماعی می‌تواند تجربه‌های نوآورانه و مشارکتی را در صنعت گردشگری ایجاد کند.

گارسیا - ماروتو و همکاران (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای با عنوان «عوامل مؤثر بر قصد توصیه‌ی یک مقصد مسئولیت‌پذیر اجتماعی با استفاده از فناوری‌های گردشگری هوشمند» به بررسی عوامل تعیین‌کننده‌ی نیت گردشگران برای توصیه‌ی مقاصد گردشگری اجتماعی

که از فناوری‌های هوشمند بهره‌مند هستند، پرداختند. هدف این پژوهش تحلیل تأثیر فناوری‌های نوین گردشگری هوشمند و مسئولیت اجتماعی مقاصد بر رفتار گردشگران در زمینه‌ی توصیه‌ی مقصد بود. نتایج نشان داد که ترکیب فناوری‌های هوشمند با رویکردهای مسئولیت اجتماعی باعث افزایش اعتماد، رضایت و تمایل گردشگران به ترویج و توصیه‌ی این مقاصد می‌شود. پژوهشگران بر نقش کلیدی فناوری‌های هوشمند در ارتقای تجربه‌ی گردشگری اجتماعی و حمایت از توسعه‌ی پایدار تأکید کردند. یافته‌ها حاکی از این است که ادغام فناوری‌های هوشمند با مسئولیت اجتماعی مقصد می‌تواند به شکل‌گیری نگرش مثبت و تعهد گردشگران منجر شود و در نتیجه، توسعه‌ی گردشگری پایدار را تسهیل کند. وی و همکاران (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای با عنوان «مقصد گردشگری هوشمند: توسعه و اعتبارسنجی یک مقیاس اثرگذاری با استفاده از رضایت کلی ساکنان از زندگی» به طراحی و آزمون یک مقیاس برای سنجش تأثیرات گردشگری هوشمند از منظر ساکنان محلی پرداختند. هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه‌ی بین ویژگی‌های مقصد گردشگری هوشمند و رضایت کلی ساکنان از زندگی بود. با بهره‌گیری از داده‌های تجربی و تحلیل‌های آماری پیشرفته، نتایج نشان داد که ابعاد مختلف گردشگری هوشمند، مانند زیرساخت دیجیتال، مشارکت اجتماعی و نوآوری خدمات، به‌طور معناداری بر کیفیت زندگی و رضایت کلی ساکنان اثرگذار است. این پژوهش با ارائه‌ی یک ابزار سنجش معتبر به مدیران گردشگری کمک می‌کند تا تأثیرات اجتماعی و انسانی توسعه‌ی گردشگری هوشمند را دقیق‌تر ارزیابی کرده و در جهت توسعه‌ی پایدار مناطق گردشگری اقدام کنند.

پاسکوئینی و ترونفیو (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «ترکیب نوآوری مبتنی بر فناوری و نوآوری اجتماعی در مقاصد گردشگری هوشمند» به بررسی چگونگی تلفیق دو رویکرد نوآوری فناورانه و نوآوری اجتماعی برای دستیابی به توسعه‌ی پایدار در مقاصد گردشگری هوشمند پرداختند. هدف این مطالعه، تبیین چالش‌ها و فرصت‌های به‌کارگیری فناوری در کنار ارتقای مشارکت اجتماعی برای ایجاد ارزش پایدار در گردشگری بود. با تحلیل تجربیات مقصدهای گوناگون، پژوهشگران نشان دادند که استفاده‌ی صرف از

فناوری بدون در نظر گرفتن جنبه‌های اجتماعی و فرهنگی، ممکن است به شکست پروژه‌های گردشگری هوشمند منجر شود. در مقابل، رویکردهای ترکیبی که تعامل میان ذی‌نفعان محلی و زیرساخت‌های هوشمند را تقویت می‌کنند، تأثیرات مثبتی در پایداری و پذیرش عمومی ایجاد می‌کنند. این پژوهش، راهکارهایی برای سیاست‌گذاران ارائه می‌دهد تا رویکردهای فناورانه را با دیدگاه‌های انسانی و اجتماعی تلفیق کرده و از ظرفیت‌های هر دو حوزه در طراحی آینده‌ی گردشگری بهره‌گیرند.

ارکان (۲۰۲۳) در مطالعه‌ای با عنوان «مقصد گردشگری هوشمند: یک مرور کتاب‌سنجی» به بررسی روندهای پژوهشی در حوزه‌ی گردشگری هوشمند از منظر کتاب‌سنجی پرداخت. هدف این پژوهش، تحلیل ساختار علمی ادبیات موجود پیرامون مقصدهای گردشگری هوشمند، شناسایی نویسندگان، کشورها و منابع پرارجاع و همچنین، تبیین مسیرهای آینده‌پژوهی در این حوزه بود. با استفاده از داده‌های پایگاه‌های معتبر علمی و تحلیل هم‌رخدادی واژگان کلیدی، نویسنده نشان داد که تمرکز پژوهش‌ها عمدتاً بر فناوری‌های نوظهور، مشارکت ذی‌نفعان، پایداری و تجربه‌ی گردشگر قرار دارد. همچنین، یافته‌ها بیانگر افزایش چشم‌گیر مطالعات در سال‌های اخیر و رشد همکاری‌های علمی بین‌المللی در این زمینه است. این مرور کتاب‌سنجی با ترسیم نقشه‌ی مفهومی از موضوعات کلیدی به پژوهشگران کمک می‌کند تا شکاف‌های مطالعاتی را شناسایی کرده و مسیرهای نوین برای توسعه‌ی ادبیات گردشگری هوشمند را پیشنهاد دهند.

بررسی نقادانه‌ی مطالعات پیشین

اگرچه در بررسی نقادانه‌ی پیشینه‌ی پژوهش، به درستی شکاف‌هایی مانند فقدان مدل‌های سیاست‌گذاری بومی‌سازی‌شده، کم‌توجهی به ابعاد اجتماعی و نهادی در کنار فناوری و فقدان رهیافت‌های ترکیبی و آینده‌نگرانه در پژوهش‌های پیشین مطرح شده‌اند، باید تأکید کرد که پژوهش حاضر دقیقاً در راستای پر کردن همین خلأها طراحی شده است. برخلاف مطالعاتی نظیر پژوهش محمدمینی و حسام (۱۴۰۳) و اصلانی و همکاران (۱۴۰۳) که تمرکز عمده بر کارکردهای فناوری در بهبود تجربه‌ی گردشگری و راهبردهای بازاریابی دارند، در این پژوهش، فناوری صرفاً به‌عنوان یکی از شرایط علی بررسی شده و تمرکز

اصلی بر پیوند فناوری با مشارکت اجتماعی، سرمایه‌ی نهادی و سیاست‌گذاری مبتنی بر عدالت فضایی و حکمرانی چندسطحی بوده است. همچنین برخلاف رویکرد صرفاً کمی و تحلیلی مطالعه‌ی امینی‌کمیجانی و همکاران (۱۴۰۱) بر اسناد توسعه‌ای، در این پژوهش با بهره‌گیری از روش نظریه‌ی داده‌بنیاد و تحلیل مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با خبرگان نظری و تجربی، سعی شده است تا ابعاد انسانی، اجتماعی، نهادی و فناورانه در قالب یک الگوی سیاست‌گذاری یکپارچه ترکیب شود.

از منظر مقایسه با مطالعات خارجی، می‌توان به پژوهش‌های گارسیا-ماروتو و همکاران (۲۰۲۴) و پاسکوئینی و ترونفیو (۲۰۲۳) اشاره کرد که بر اهمیت ترکیب نوآوری فناورانه با نوآوری اجتماعی تأکید دارند، اما فاقد ساختار بومی‌سازی شده برای سیاست‌گذاری در کشورهای در حال توسعه هستند. در مقابل، پژوهش حاضر با تکیه بر زمینه‌ی نهادی ایران، عوامل مداخله‌گر همچون ناهماهنگی فضایی، ضعف در هماهنگی بین‌بخشی و نبود نظام ارزیابی سیاستی را شناسایی کرده و به‌طور خاص به نهادسازی، ظرفیت‌سازی انسانی و گفتمان‌سازی عدالت در برنامه‌های سیاستی توجه نموده است.

همچنین برخلاف مطالعه ساه و همکاران (۲۰۲۵) که تمرکز آن بر تحلیل داده‌های شبکه‌های اجتماعی و طراحی تجربه‌ی گردشگری است، پژوهش حاضر به تأثیرگذاری سیاست‌گذاری هوشمند بر عدالت فضایی، توازن فرصت‌ها و توانمندسازی جامعه‌ی میزبان پرداخته و از این جهت، پیامدهای اجتماعی-حکمرانی الگو را نیز مدنظر قرار داده است. در نهایت، اگرچه ممکن است تمام شکاف‌های شناسایی شده به‌طور کامل پوشش داده نشده باشند، اما این پژوهش در قالب طراحی الگویی برای سیاست‌گذاری، قدمی مهم در جهت تلفیق ابعاد مختلف انسانی، نهادی و فناورانه در بستر ایران برداشته و دقیقاً در پاسخ به خلأهای راهبردی و روش‌شناختی موجود در پیشینه شکل گرفته است.

روش^۱

این مطالعه یک پژوهش بنیادی است که با هدف الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران انجام شد؛ بر اساس شیوه‌ی گردآوری داده‌ها نیز یک پژوهش میدانی است.

جامعه‌ی مشارکت‌کنندگان پژوهش شامل خبرگان نظری (اساتید دارای مطالعات و تخصص در حوزه‌ی سیاست‌گذاری گردشگری) و خبرگان تجربی (مدیران صنعت گردشگری) است.

مدیران صنعت گردشگری شامل مدیران ارشد و میانی از سه بخش اصلی صنعت گردشگری بوده است:

- ۱) مدیران دولتی شامل مدیران کل و معاونان حوزه‌ی برنامه‌ریزی و توسعه‌ی گردشگری در وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی و ادارات کل استانی؛
- ۲) مدیران بخش خصوصی شامل مدیران شرکت‌های خدمات گردشگری، دفاتر خدمات مسافرتی و تورگردانان فعال در گردشگری داخلی، بین‌المللی و اکوتوریسم؛
- ۳) مدیران نهادهای نیمه‌دولتی و تخصصی مانند مناطق نمونه‌ی گردشگری، انجمن‌های حرفه‌ای گردشگری و شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه‌ی فناوری‌های هوشمند گردشگری. مشارکت‌کنندگان دارای حداقل ۵ سال تجربه‌ی مدیریتی در حوزه‌ی سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی یا اجرای پروژه‌های گردشگری بوده و بیش از ۸۰ درصد آن‌ها دارای تحصیلات کارشناسی‌ارشد یا دکتری در رشته‌های مرتبط با گردشگری، مدیریت یا برنامه‌ریزی بوده‌اند. همچنین، تنوع جغرافیایی و نوع فعالیت نیز در فرآیند نمونه‌گیری لحاظ شده تا دیدگاه‌ها از مقاصد متنوع گردشگری و استان‌های مختلف کشور منعکس شود.

براساس دیدگاه میلر و همکاران (۲۰۱۰) از پنج معیار کلیدی بودن، سرشناس بودن، دانش نظری، تنوع، انگیزه‌ی مشارکت برای انتخاب مشارکت‌کنندگان استفاده شد.

کلیدی بودن: مدیرانی انتخاب شدند که دارای سابقه‌ی عضویت در کمیته‌های استانی و ملی سیاست‌گذاری گردشگری، مسئولیت تدوین برنامه‌های توسعه‌ی گردشگری در سطح استان و کشور یا همکاری رسمی به‌عنوان مشاور در طرح‌های کلان گردشگری بودند.

سرشناس بودن: مشارکت‌کنندگان شامل مدیرانی بودند که علاوه بر سابقه‌ی اجرایی در مجامع تخصصی گردشگری سخنرانی داشته یا حداقل سه یادداشت تحلیلی یا مقاله در نشریات تخصصی داخلی و کارگروه‌های علمی حوزه‌ی سیاست‌گذاری گردشگری ارائه کرده بودند.

دانش نظری: حداقل نیمی از مدیران دارای مدرک کارشناسی‌ارشد یا دکتری در رشته‌های مرتبط با گردشگری، مدیریت دولتی یا برنامه‌ریزی بودند و در دانشگاه‌ها یا مؤسسات آموزشی به‌عنوان مدرس مدعو فعالیت داشتند.

تنوع: انتخاب خبرگان از میان مدیران بخش دولتی (وزارت میراث فرهنگی، ادارات کل استانی)، خصوصی (شرکت‌های خدمات گردشگری و دفاتر گردشگری) و نهادهای نیمه‌دولتی (مناطق نمونه گردشگری، انجمن‌های تخصصی) انجام شد. همچنین، مشارکت‌کنندگانی از استان‌های مختلف (از جمله تهران، فارس، اصفهان، آذربایجان شرقی و مازندران) برای پوشش دیدگاه‌های منطقه‌ای در نظر گرفته شدند.

انگیزه‌ی مشارکت: همه‌ی مشارکت‌کنندگان با پذیرش داوطلبانه در مصاحبه‌ها شرکت کردند، در فرآیند تحلیل بازخورد ارائه دادند و در مراحل تأیید نهایی یافته‌ها نیز همکاری داشتند. میزان مشارکت فعالانه در پاسخ به سؤالات مصاحبه، ارائه‌ی مستندات پشتیبان و تمایل به همراهی در جلسات تکمیلی نیز در گزینش لحاظ شد.

برای انتخاب نمونه از روش نمونه‌گیری نظری استفاده شد که بر اساس دیدگاه گلایزر و همکاران (۲۰۱۷) روش مناسبی برای تعیین حجم نمونه در روش داده‌بنیاد است. کدگذاری در کل فرآیند تحلیل صورت گرفت و تعریف شد یعنی پس از هر مصاحبه، کدگذاری انجام شد و جریان تجزیه و تحلیل با اضافه شدن هر مصاحبه به همین ترتیب تکرار شد. این فرآیند تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت و پس از مصاحبه‌ی هجدهم،

تکرار در نتایج حاصل شد. یعنی تحلیل داده‌ها به کدها و سازه‌های جدیدی منتهی نشد، با این وجود برای اجتناب از اشباع نظری کاذب، ۳ مصاحبه‌ی دیگر نیز صورت گرفت و در نهایت، ۲۱ مصاحبه با خبرگان انجام شد.

ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کیفی مصاحبه‌ی نیمه ساختاریافته بود. مصاحبه شامل ۶ پرسش اولیه بوده و پیش‌بینی شد که در صورت لزوم پرسش‌های دیگری نیز انجام شود. در ادامه، سؤالات مصاحبه ارائه شده است:

۱. به نظر شما، پدیده‌محوری در الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران چیست؟

(توضیح سؤال: پدیده‌محوری به ابعاد و ویژگی‌هایی اطلاق می‌شود که به‌عنوان اساس مدل پژوهش در نظر گرفته می‌شود و درک اولیه از پدیده‌ی مورد مطالعه را شکل می‌دهد.)
۲. از دیدگاه شما، شرایط علی تأثیرگذار در الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران کدام‌اند؟

(توضیح سؤال: شرایط علی شامل مقوله‌ها و رویدادهایی هستند که تأثیرگذار بر پدیده‌محوری بوده و موجب بروز آن می‌گردند. این شرایط به توضیح چرایی و چگونگی شکل‌گیری پدیده و فرآیندهای مرتبط با آن می‌پردازند.)

۳. به نظر شما، شرایط زمینه‌ای مؤثر در الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران کدام‌اند؟

(توضیح سؤال: شرایط زمینه‌ای به عواملی اطلاق می‌شود که بر نحوه‌ی مدیریت و هدایت پدیده‌محوری تأثیر دارند و راهبردها و اقدامات مرتبط با آن را در بستر خاصی تنظیم می‌کنند.)

۴. به نظر شما، شرایط مداخله‌گر (تسهیل‌کننده یا بازدارنده) تأثیرگذار در الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران کدام‌اند؟

(توضیح سؤال: شرایط مداخله‌گر به عواملی اطلاق می‌شود که به‌طور مستقیم بر فرآیند اجرای راهبردها تأثیرگذارند و می‌توانند به‌عنوان تسهیل‌کننده یا مانع در مسیر تحقق اهداف عمل کنند، نظیر عوامل فرهنگی یا محیطی.)

۵. چه راهبردها و اقداماتی را برای استقرار و تحقق الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران پیشنهاد می‌کنید؟

(توضیح سؤال: راهبردها و اقدامات، شامل کنش‌ها و برنامه‌های عملی هستند که از پدیده محوری ناشی می‌شوند و برای تحقق اهداف مدل پژوهشی به کار می‌روند.)

۶. به نظر شما، پیامدهای استقرار الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران چه خواهند بود؟

(توضیح سؤال: پیامدها شامل نتایج ملموس و ناملموس ناشی از اجرای مدل در سطح جامعه یا سازمان‌ها هستند که از طریق پیاده‌سازی راهبردها و اقدامات به دست می‌آیند.)

۷. در پایان، چنانچه نظر یا پیشنهادی دارید، لطفاً آن را بیان بفرمایید.

جهت تجزیه و تحلیل متون مصاحبه‌های پژوهش، از روش داده‌بنیاد مبتنی بر رویکرد اشتراوس و کوربین (۱۹۹۷) استفاده شد (Strauss & Corbin, 1997). روش داده‌بنیاد در این پژوهش برای طراحی الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران به کار گرفته می‌شود، زیرا این روش امکان استخراج نظریه‌ها و الگوهای نو را از دل داده‌های واقعی و تجربی فراهم می‌کند. با توجه به اینکه پژوهش به دنبال ساختن مدلی بومی و متناسب با شرایط ایران است و نظریه‌های موجود به طور کامل پاسخگوی نیاز نیستند، روش داده‌بنیاد به عنوان روشی اکتشافی و مبتنی بر شواهد می‌تواند مفید باشد. در این پژوهش، نمونه‌گیری به صورت هدفمند و نظری انجام می‌شود تا شرکت‌کنندگانی انتخاب شوند که دارای دانش و تجربه‌ی مرتبط با سیاست‌گذاری گردشگری، فناوری‌های هوشمند و ابعاد اجتماعی گردشگری هستند. مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با این افراد صورت می‌گیرد و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه می‌یابد، به گونه‌ای که دیگر داده‌های جدید، اطلاعات قابل توجهی به الگو ندهند. تحلیل داده‌ها شامل سه مرحله‌ی اصلی کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی است که در مرحله‌ی اول، مفاهیم اولیه از داده‌ها استخراج می‌شود، سپس روابط بین این مفاهیم شناسایی و ساختار مفهومی الگو شکل می‌گیرد و در نهایت، مقوله‌ی اصلی یا هسته‌ی پژوهش تعیین می‌شود و سایر مقوله‌ها پیرامون آن ساماندهی می‌گردند. برای اطمینان از اعتبار یافته‌ها از روش‌هایی مانند

بررسی اعضا، بازبینی همکار و استفاده از نرم افزارهای تحلیل کیفی بهره گرفته می شود تا قابلیت اعتماد و صحت داده ها تضمین گردد. در نهایت، خروجی این فرآیند، الگویی جامع و کاربردی برای سیاست گذاری گردشگری اجتماعی هوشمند خواهد بود که متناسب با ویژگی های فرهنگی، اجتماعی و فناوری ایران طراحی شده است و می تواند به بهبود تصمیم گیری ها و توسعه ی این حوزه کمک کند.

روایی بخش کیفی بر اساس پیشنهاد لینکلن و گویا و با استفاده از چهار معیار اعتبارپذیری، انتقال پذیری، تأییدپذیری و اطمینان پذیری از دیدگاه داوران ارزیابی و تأیید شد. برای بررسی پایایی بخش کیفی و کدگذاری مصاحبه های انجام شده از روش پیشنهادی هولستی (Holsti, 1969) استفاده شد.

کدگذاری مستقل: دو کدگذار مستقل به صورت جداگانه بر روی مجموعه ای از متون مصاحبه ها، کدگذاری انجام دادند. واحد تحلیل در این مرحله «جمله» و «عبارات معنادار» بود.

محاسبه درصد توافق: پس از اتمام کدگذاری، میزان هم پوشانی کدها بین دو کدگذار بررسی شد و درصد توافق مشاهده شده با استفاده از فرمول زیر محاسبه گردید:

$$PAO = \frac{2M}{N1 + N2} = \frac{236 \times 2}{298 + 302} = 0.786$$

در فرمول فوق، M تعداد موارد کدگذاری مشترک بین دو کدگذار می باشد. N1 و N2 به ترتیب تعداد کلیه ی موارد کدگذاری شده توسط کدگذار اول و دوم است. مقدار PAO بین صفر (عدم توافق) و یک (توافق کامل) است و اگر از ۰/۶ بزرگ تر باشد، مطلوب می باشد. کدگذاری دو بار انجام گرفت و «درصد توافق مشاهده شده»^۱ در این روش ۰/۷۸۶ به دست آمد که از ۰/۶ بیشتر است؛ بنابراین، تحلیل کیفی از اعتبار کافی برخوردار می باشد. برای تجزیه و تحلیل داده ها در بخش کیفی از روش داده بنیاد و نرم افزار مکس کیودی ای^۲ استفاده شد.

1. Percentage of Agreement Observation, PAO

2. Maxqda

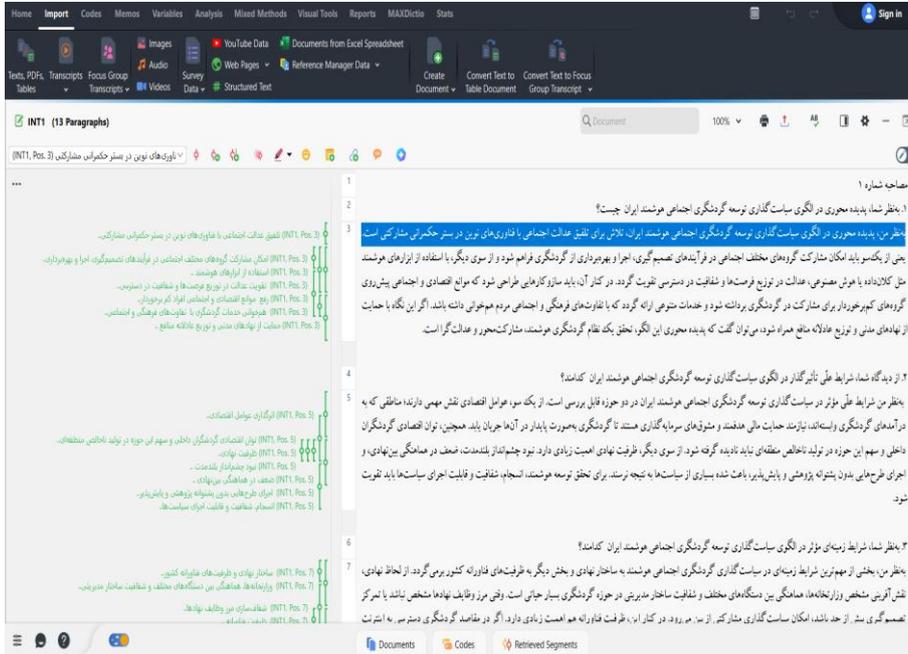
یافته‌ها

مشارکت‌کنندگان این پژوهش ۲۱ نفر بودند که ۶ نفر از اساتید دانشگاهی و ۱۵ نفر از مدیران صنعت گردشگری مشارکت کردند. از منظر جنسیت، ۱۴ نفر مرد و ۷ نفر زن بودند. از منظر سنی، ۱ نفر کمتر از ۴۵ سال، ۱۱ نفر بین ۴۶ تا ۵۰ سال و ۹ نفر ۵۱ سال و بیشتر سن داشتند. از منظر تحصیلات، ۵ نفر کارشناسی ارشد و ۱۶ نفر دکتری داشتند. از منظر سابقه‌ی کاری، ۸ نفر بین ۱۵ تا ۲۰ سال و ۱۳ نفر بیش از ۲۱ سال سابقه‌ی کاری داشتند.

جهت تبیین الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران، مصاحبه‌های تخصصی و نیمه ساختاریافته با اساتید دانشگاهی و مدیران صنعت گردشگری انجام شد. تحلیل مصاحبه‌ها در نرم‌افزار مکس کیودی‌ای با روش تحلیل داده‌بنیاد بر اساس رویکرد نظام‌مند (Strauss & Corbin, 1997) شامل کدگذاری باز، محوری و گزینشی صورت گرفت.

گام نخست) کدگذاری باز: برای این منظور متن مصاحبه‌ها چندین بار مطالعه و مرور شد. سپس داده‌ها به واحدهای معنایی در قالب جملات و پاراگراف‌های مرتبط با معنای اصلی شکسته شد. واحدهای معنایی نیز چندین بار مرور و سپس کدهای مناسب هر واحد معنایی نوشته و کدها بر اساس تشابه معنایی طبقه‌بندی شد. جریان تجزیه و تحلیل با اضافه شدن هر مصاحبه به همین ترتیب تکرار شد. متن مصاحبه‌ها که پیش از آن باید به صورت فایل متن وارد نرم‌افزار می‌شد، بارها مورد مطالعه قرار گرفت و اشتباهات املائی آن تصحیح گردید؛ سپس در محیط نرم‌افزار مکس کیودی‌ای بررسی و نکات کلیدی مصاحبه‌ها، کدگذاری گردید. در شکل ۱، نحوه‌ی کدگذاری در نرم‌افزار مکس کیودی‌ای نسخه‌ی ۲۴ ارائه شده است.

شکل ۱. نحوه‌ی کدگذاری در نرم‌افزار مکس کیودی‌ای



در مرحله‌ی کدگذاری باز ابتدا ۳۴۲ کد اولیه شناسایی گردید که کدهای تکراری حذف و مترادف تلفیق شدند و در نهایت، تعداد ۱۳ کد محوری و ۷۶ کد باز شناسایی گردید. در جدول ۳، خروجی نرم‌افزار مکس کیودی‌ای در خصوص نحوه‌ی کدگذاری متن مصاحبه‌ی شماره‌ی ۱ ارائه شده است.

جدول ۳. خروجی نرم‌افزار مکس کیودی‌ای در خصوص نحوه‌ی کدگذاری متن مصاحبه

شماره‌ی مصاحبه‌شونده	کد تعریف‌شده	متن مصاحبه
INT1	پدیده‌محوری < تلفیق عدالت اجتماعی با فناوری‌های نوین در بستر حکمرانی مشارکتی (INT1, Pos. 3)	به‌نظر من، پدیده‌محوری در الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران، تلاش برای تلفیق عدالت اجتماعی با فناوری‌های نوین در بستر حکمرانی مشارکتی است.

ادامه جدول ۳.

شماره مصاحبه‌شونده	کد تعریف‌شده	متن مصاحبه
INT1	پدیده محوری < امکان مشارکت گروه‌های مختلف اجتماعی در فرآیندهای تصمیم‌گیری، اجرا و بهره‌برداری (INT1, Pos. 3)	یعنی از یک سو باید امکان مشارکت گروه‌های مختلف اجتماعی در فرآیندهای تصمیم‌گیری، اجرا و بهره‌برداری از گردشگری فراهم شود.
INT1	پدیده محوری < تقویت عدالت در توزیع فرصت‌ها (INT1, Pos. 3)	و از سوی دیگر، با استفاده از ابزارهای هوشمند مثل کلان‌داده یا هوش مصنوعی، عدالت در توزیع فرصت‌ها و شفافیت در دسترسی تقویت گردد.
INT1	پدیده محوری < استفاده از ابزارهای هوشمند (INT1, Pos. 3)	و از سوی دیگر، با استفاده از ابزارهای هوشمند مثل کلان‌داده یا هوش مصنوعی، عدالت در توزیع فرصت‌ها و شفافیت در دسترسی تقویت گردد.
INT1	پدیده محوری < رفع موانع اقتصادی و اجتماعی افراد کم‌برخوردار (INT1, Pos. 3)	در کنار آن، باید سازوکارهایی طراحی شود که موانع اقتصادی و اجتماعی پیش‌روی گروه‌های کم‌برخوردار برای مشارکت در گردشگری برداشته شود.
INT1	پدیده محوری < همخوانی خدمات گردشگری با تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی (INT1, Pos. 3)	و خدمات متنوعی ارائه گردد که با تفاوت‌های فرهنگی و اجتماعی مردم همخوانی داشته باشد.
INT1	پدیده محوری < حمایت از نهادهای مدنی و توزیع عادلانه‌ی منافع همراه شود، می‌توان گفت که پدیده محوری این الگو، تحقق یک نظام گردشگری هوشمند، مشارکت‌محور و عدالت‌گرا است.	اگر این نگاه با حمایت از نهادهای مدنی و توزیع عادلانه‌ی منافع همراه شود، می‌توان گفت که پدیده محوری این الگو، تحقق یک نظام گردشگری هوشمند، مشارکت‌محور و عدالت‌گرا است.
INT1	شرایط علی < اثرگذاری عوامل اقتصادی (INT1, Pos. 5)	به نظر من شرایط علی مؤثر در سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران در دو حوزه قابل بررسی است. از یک سو، عوامل اقتصادی نقش مهمی دارند؛ مناطقی که به درآمدهای گردشگری وابسته‌اند، نیازمند حمایت مالی هدفمند و مشوق‌های سرمایه‌گذاری هستند تا گردشگری به صورت پایدار در آن‌ها جریان یابد.

ادامه جدول ۳.

شماره‌ی مصاحبه‌شونده	کد تعریف‌شده	متن مصاحبه
INT1	شرایط علی < توان اقتصادی گردشگران داخلی و سهم این حوزه در تولید ناخالص منطقه‌ای (INT1, Pos. 5)	همچنین، توان اقتصادی گردشگران داخلی و سهم این حوزه در تولید ناخالص منطقه‌ای نباید نادیده گرفته شود.
INT1	شرایط علی < ظرفیت نهادی (INT1, Pos. 5)	از سوی دیگر، ظرفیت نهادی اهمیت زیادی دارد.
INT1	شرایط علی < نبود چشم‌انداز بلندمدت (INT1, Pos. 5)	نبود چشم‌انداز بلندمدت مهم است.
INT1	شرایط علی < ضعف در هماهنگی بین نهادی (INT1, Pos. 5)	باید به ضعف در هماهنگی بین نهادی توجه شود.
INT1	شرایط علی < اجرای طرح‌هایی بدون پشتوانه‌ی پژوهشی و پیش‌پذیر (INT1, Pos. 5)	اجرای طرح‌هایی بدون پشتوانه‌ی پژوهشی و پیش‌پذیر، باعث شده بسیاری از سیاست‌ها به نتیجه نرسند.
INT1	شرایط علی < انسجام، شفافیت و قابلیت اجرای سیاست‌ها (INT1, Pos. 5)	برای تحقق توسعه‌ی هوشمند، انسجام، شفافیت و قابلیت اجرای سیاست‌ها باید تقویت شود.
INT1	شرایط زمینه‌ای < ساختار نهادی و ظرفیت‌های فناورانه‌ی کشور (INT1, Pos. 7)	به‌نظر من، بخشی از مهم‌ترین شرایط زمینه‌ای در سیاست‌گذاری گردشگری اجتماعی هوشمند به ساختار نهادی و بخش دیگر به ظرفیت‌های فناورانه‌ی کشور برمی‌گردد.
INT1	شرایط زمینه‌ای < وزارتخانه‌ها، هماهنگی بین دستگاه‌های مختلف (INT1, Pos. 7) شرایط زمینه‌ای < شفافیت ساختار مدیریتی (INT1, Pos. 7)	از لحاظ نهادی، نقش‌آفرینی مشخص وزارتخانه‌ها، هماهنگی بین دستگاه‌های مختلف و شفافیت ساختار مدیریتی در حوزه گردشگری بسیار حیاتی است.
INT1	شرایط زمینه‌ای < شفاف‌سازی مرز وظایف نهادها (INT1, Pos. 7)	وقتی مرز وظایف نهادها مشخص نباشد یا تمرکز تصمیم‌گیری بیش از حد باشد، امکان سیاست‌گذاری مشارکتی از بین می‌رود.
INT1	شرایط زمینه‌ای < ظرفیت فناورانه (INT1, Pos. 7)	در کنار این، ظرفیت فناورانه هم اهمیت زیادی دارد.

ادامه جدول ۳.

شماره‌ی مصاحبه‌شونده	کد تعریف‌شده	متن مصاحبه
INT1	شرایط زمینه‌ای < دسترسی به اینترنت پرسرعت (INT1, Pos. 7)	اگر در مقاصد گردشگری دسترسی به اینترنت پرسرعت
INT1	شرایط زمینه‌ای < دسترسی به سامانه‌های اطلاعات مکانی یا حمل‌ونقل هوشمند (INT1, Pos. 7)	سامانه‌های اطلاعات مکانی یا حمل‌ونقل هوشمند فراهم نباشد، صحبت از گردشگری هوشمند عملاً غیرواقعی است.
INT1	شرایط زمینه‌ای < نبود امنیت داده‌ها یا ضعف زیرساخت آموزشی برای کسب‌وکارهای محلی، مانع جدی در پیاده‌سازی راهکارهای دیجیتال خواهد بود. بنابراین، موفقیت هر سیاست‌گذاری در این حوزه نیازمند آمادگی نهادی و زیرساختی هم‌زمان است.	همچنین، نبود امنیت داده‌ها یا ضعف زیرساخت آموزشی برای کسب‌وکارهای محلی، مانع جدی در پیاده‌سازی راهکارهای دیجیتال خواهد بود. بنابراین، موفقیت هر سیاست‌گذاری در این حوزه نیازمند آمادگی نهادی و زیرساختی هم‌زمان است.
INT1	شرایط مداخله‌گر < تمرکز شدید گردشگری در چند شهر محدود کشور (INT1, Pos. 9)	به‌نظر من، یکی از مهم‌ترین شرایط مداخله‌گر که نقش بازدارنده در توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند دارد، تمرکز شدید گردشگری در چند شهر محدود کشور است.
INT1	شرایط مداخله‌گر < عدم تمرکز بر منابع، زیرساخت‌ها و سرمایه‌گذاری همه‌ی شهرهای کشور (INT1, Pos. 9)	این تمرکز باعث شده منابع، زیرساخت‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها عمدتاً در همان مقاصد شناخته‌شده متمرکز شوند و مناطق کمتر توسعه‌یافته از چرخه‌ی گردشگری خارج بمانند.
INT1	شرایط مداخله‌گر < بی‌عدالتی در تخصیص منابع و نابرابری در فرصت‌های سرمایه‌گذاری (INT1, Pos. 9)	در این مناطق نه تنها زیرساخت‌های کافی وجود ندارد، بلکه به‌دلیل بی‌عدالتی در تخصیص منابع و نابرابری در فرصت‌های سرمایه‌گذاری، امکان رشد و جذب گردشگر به‌طور سیستماتیک نادیده گرفته شده است.
INT1	شرایط مداخله‌گر < غفلت از ظرفیت‌های بومی (INT1, Pos. 9)	از طرف دیگر، ظرفیت‌های بومی که می‌توانند مبنای توسعه‌ی گردشگری اجتماعی باشند، اغلب در برنامه‌ریزی‌ها مغفول مانده‌اند.

ادامه جدول ۳.

شماره‌ی مصاحبه‌شونده	کد تعریف‌شده	متن مصاحبه
INT1	راهبردها و اقدامات < برنامه‌ریزی فضایی بر پایه‌ی عدالت مکانی (INT1, Pos. 11)	برای تحقق الگوی سیاست‌گذاری گردشگری اجتماعی هوشمند، باید از یک‌سو برنامه‌ریزی فضایی بر پایه‌ی عدالت مکانی انجام شود
INT1	راهبردها و اقدامات < اختصاص منابع حمایتی به مناطق کمتر توسعه‌یافته (INT1, Pos. 11)	و منابع حمایتی به مناطق کمتر توسعه‌یافته اختصاص یابد.
INT1	راهبردها و اقدامات < تحلیل داده‌محور رفتار گردشگران (INT1, Pos. 11)	و از سوی دیگر، با توسعه‌ی پلتفرم‌های هوشمند، تحلیل داده‌محور رفتار گردشگران
INT1	راهبردها و اقدامات < حمایت از استارت‌آپ‌ها (INT1, Pos. 11)	و حمایت از استارت‌آپ‌ها
INT1	راهبردها و اقدامات < ایجاد تجربه‌ای عادلانه، دیجیتال و فراگیر در گردشگری (INT1, Pos. 11)	تجربه‌ای عادلانه، دیجیتال و فراگیر در گردشگری فراهم گردد.
INT1	پیامد < مشارکت فعال بومیان در ارائه‌ی خدمات گردشگری (INT1, Pos. 13)	به‌نظر من، استقرار الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند می‌تواند پیامدهای مثبتی هم در سطح محلی و هم در سطح ملی داشته باشد. در سطح محلی با مشارکت فعال بومیان در ارائه‌ی خدمات گردشگری
INT1	پیامد < ایجاد فرصت‌های شغلی جدید برای ساکنان (INT1, Pos. 13)	فرصت‌های شغلی جدید برای ساکنان ایجاد می‌شود
INT1	پیامد < ارتقای تعامل مثبت میان گردشگران و جامعه میزبان (INT1, Pos. 13)	و تعامل مثبت میان گردشگران و جامعه میزبان ارتقا می‌یابد.
INT1	پیامد < رضایت اجتماعی، تقویت هویت محلی و کاهش تضادهای فرهنگی (INT1, Pos. 13)	این تعامل باعث رضایت اجتماعی، تقویت هویت محلی و کاهش تضادهای فرهنگی خواهد شد.

ادامه جدول ۳.

شماره‌ی مصاحبه‌شونده	کد تعریف‌شده	متن مصاحبه
INT1	پیامد < بهبود جایگاه ایران در شاخص‌های جهانی گردشگری (INT1, Pos. 13)	از سوی دیگر، در سطح ملی، اجرای این الگو می‌تواند جایگاه ایران را در شاخص‌های جهانی گردشگری بهبود بخشد.
INT1	پیامد < تقویت برند ملی گردشگری (INT1, Pos. 13)	برند ملی گردشگری را تقویت کند
INT1	پیامد < افزایش شناخت بین‌المللی از مقاصد ایرانی (INT1, Pos. 13)	و موجب افزایش شناخت بین‌المللی از مقاصد ایرانی شود.

گام دو) کدگذاری محوری: کدگذاری محوری، فرآیند دسته‌بندی کدهای باز در قالب سازه‌های بزرگ‌تر است. در این مطالعه، پدیده محوری «گردشگری اجتماعی هوشمند» است و کوشش شد تا کدهای باز در قالب سازه‌هایی بزرگ‌تر و معنادار، دسته‌بندی شوند. گام سه) کدگذاری گزینشی: بر اساس رویکرد نظام‌مند در داده‌بنیاد، در پایان سازه‌های شناسایی‌شده در بخش کدگذاری محوری در قالب شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و اقدامات و پیامدها تنظیم شدند (اشتراوس و کورین، ۱۹۹۷). کدگذاری گزینشی الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. کدگذاری گزینشی الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند ایران

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
شرایط علی	سرمایه‌ی اجتماعی جامعه‌ی میزبان	سطح آگاهی عمومی درباره‌ی گردشگری اجتماعی، نگرش مثبت جامعه به گردشگران داخلی، میزان مشارکت شهروندان در برنامه‌های گردشگری، حساسیت فرهنگی نسبت به حضور گردشگران، انسجام اجتماعی در برخورد با گردشگران، سبک زندگی متناسب با جذب گردشگر

ادامه جدول ۴.

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
شرایط علی	انگیزه‌ها و محرک‌های اقتصادی	وابستگی منطقه به درآمدهای گردشگری، حمایت مالی از کسب‌وکارهای محلی گردشگری، سهم گردشگری در تولید ناخالص منطقه‌ای، وجود مشوق‌های اقتصادی برای سرمایه‌گذاران، توان اقتصادی گردشگران داخلی، پایداری مالی پروژه‌های گردشگری
	ظرفیت نهادی در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری گردشگری	وجود چشم‌انداز بلندمدت برای گردشگری، هماهنگی بین‌بخشی در طرح‌های گردشگری، قابلیت اجرایی بودن طرح‌های توسعه، نقش پژوهش در تدوین برنامه‌ها، پایش و ارزیابی سیاست‌های اجراشده، شفافیت و انسجام در تدوین برنامه‌ها
	تحول دیجیتال گردشگری	استفاده از فناوری در خدمات گردشگری، وجود پلتفرم‌های رزرو و اطلاعات گردشگری، بهره‌برداری از داده‌های مکانی و آماری، تعامل دیجیتال بین گردشگر و مقصد، میزان استفاده از فناوری در تبلیغات گردشگری، زیرساخت فنی کسب‌وکارهای گردشگری
شرایط زمینه‌ای	نظام نهادی گردشگری	نقش وزارتخانه‌ها در توسعه گردشگری، هماهنگی بین دستگاه‌های مرتبط، شفافیت ساختار مدیریتی حوزه گردشگری، میزان تمرکز یا تمرکززدایی نهادی، استقلال یا وابستگی نهادهای گردشگری، سیاست‌گذاری مشارکتی در سطح نهادها
	بستر زیرساختی هوشمند	پوشش اینترنت پرسرعت در مقاصد گردشگری، دسترسی به سامانه‌های اطلاعات مکانی، امنیت اطلاعات و خدمات دیجیتال، توسعه زیرساخت حمل‌ونقل هوشمند، وجود شبکه‌های دیجیتال محلی، زیرساخت آموزش دیجیتال برای کسب‌وکارها
شرایط مداخله‌گر	ناکارآمدی توزیع فضایی	تمرکز گردشگری در چند شهر محدود، نبود زیرساخت مناسب در مناطق کمترتوسعه‌یافته، بی‌عدالتی در تخصیص منابع گردشگری، نابرابری در فرصت‌های سرمایه‌گذاری گردشگری، غفلت از ظرفیت‌های بومی در برنامه‌ریزی، مهاجرت نخبگان گردشگری به مناطق خاص

ادامه جدول ۴.

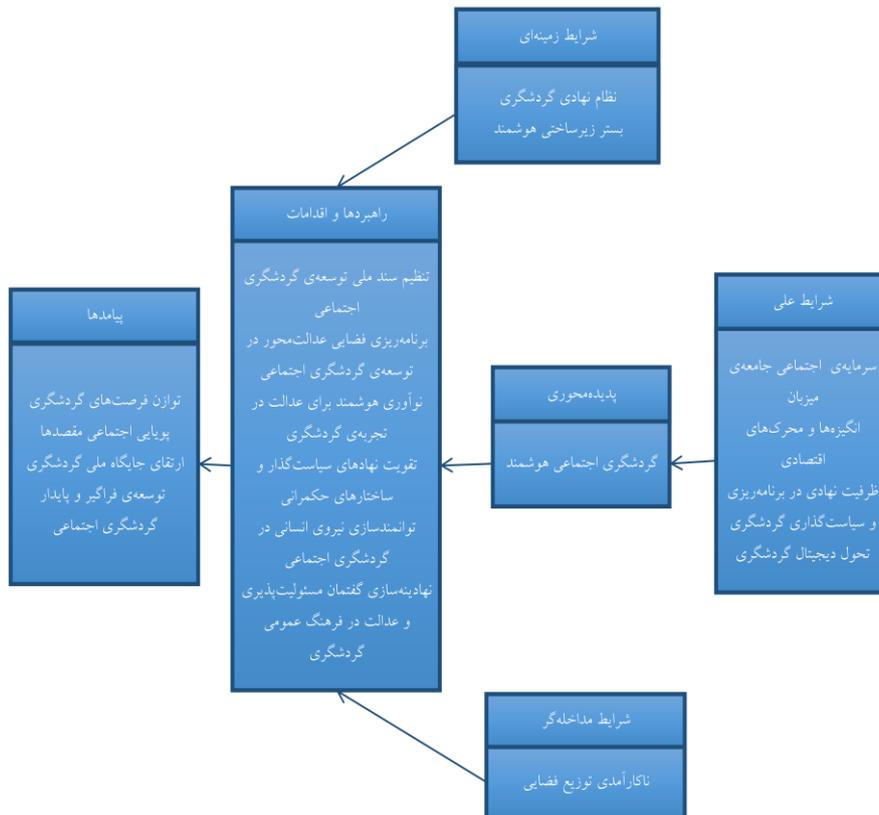
کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
پدیده محوری	گردشگری اجتماعی هوشمند	تلفیق فناوری‌های نوین با ارزش‌های اجتماعی، حاکمیت داده‌محور در تصمیم‌سازی گردشگری، عدالت‌محوری در الگوی توسعه‌ی گردشگری، تقاضا‌محوری و تنوع‌پذیری در بسته‌های خدمات، مشارکت اجتماعی چندسطحی، هوشمندسازی برای کاهش نابرابری فضایی و اجتماعی، هم‌راستاسازی فناوری با عدالت توزیعی
	تنظیم سند ملی توسعه‌ی گردشگری اجتماعی	عدالت فضایی در دسترسی به فرصت‌های گردشگری، طراحی بسته‌های حمایتی و یارانه‌ای هدفمند برای اقشار کم‌درآمد، نهادسازی و ایجاد ساختارهای پایدار در مدیریت گردشگری اجتماعی، به‌کارگیری فناوری‌های هوشمند برای ارتقای بهره‌وری و فراگیری، گسترش زیرساخت‌های اقامتی و حمل‌ونقل ارزان‌قیمت با مالکیت عمومی یا مشارکتی، ترویج فرهنگ گردشگری اجتماعی و مسئولانه در جامعه
راهبردها و اقدامات	برنامه‌ریزی فضایی عدالت محور در توسعه‌ی گردشگری اجتماعی	عدالت فضایی در برنامه‌ریزی گردشگری، حمایت از مناطق کمتر توسعه‌یافته، برنامه‌ریزی منطقه‌ای بومی‌گرا، تقویت نقش نظام‌های محلی در گردشگری، مدیریت یکپارچه‌ی فضایی در گردشگری، کاهش نابرابری فضایی، عدالت‌محوری در حکمرانی گردشگری
	نوآوری هوشمند برای عدالت در تجربه‌ی گردشگری	زیرساخت‌های دیجیتال فراگیر، تحلیل هوشمند رفتار گردشگر، حمایت از استارت‌آپ‌های گردشگری، پایگاه‌های داده‌محور گردشگری، تحول فناورانه در خدمات گردشگری، گردشگری مبتنی بر کلان‌داده، هوشمندسازی سیاست‌گذاری گردشگری
	تقویت نهادهای سیاست‌گذار و ساختارهای حکمرانی	سند ملی گردشگری اجتماعی، نهادسازی سیاستی چندسطحی، چارچوب حقوقی مشارکت‌پذیر، نظام پایش سیاست‌های گردشگری، حکمرانی مشارکتی در گردشگری، سازوکارهای انسجام نهادی، رصد سیاست‌های گردشگری اجتماعی

ادامه جدول ۴.

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری	کدگذاری باز
راهبردها و اقدامات	توانمندسازی نیروی انسانی در گردشگری اجتماعی	آموزش تخصصی چندسطحی، برنامه‌ی مهارتی فناوری محور، نقش آفرینی دانشگاه‌ها در گردشگری، توانمندسازی جوامع محلی، تربیت نیروی انسانی گردشگری، آموزش‌های مشارکت محور، تقویت ظرفیت علمی صنعت گردشگری
	نهادینه‌سازی گفت‌وگو مسئولیت پذیری و عدالت در فرهنگ عمومی گردشگری	کارزارهای رسانه‌ای عدالت محور، نهادینه‌سازی ارزش‌های گردشگری، رسانه و مسئولیت‌پذیری گردشگری، برنامه‌های فرهنگی مشارکت محور، آموزش رسمی و غیررسمی ارزش محور، ارتقای سواد فرهنگی گردشگری، تبیین عمومی مسئولیت گردشگری
پیامدها	توازن فرصت‌های گردشگری	توسعه‌ی متوازن جاذبه‌ها در مناطق مختلف، توزیع عادلانه‌ی منابع حمایتی، پوشش تبلیغاتی برابر در مناطق کم‌برخوردار، جذب سرمایه به مناطق غیرمرکزی، تسهیل سفر به مناطق محروم، ایجاد مزیت رقابتی برای مناطق کمتر شناخته‌شده
	پویایی اجتماعی مقصدها	مشارکت بومیان در خدمات گردشگری، ایجاد فرصت شغلی برای ساکنان محلی، رضایت اجتماعی از حضور گردشگران، ارتقای تعامل بین گردشگر و جامعه‌ی میزبان، هویت‌سازی مقصد بر پایه‌ی مشارکت مردمی، کاهش تضادهای فرهنگی در مقصدها
	ارتقای جایگاه ملی گردشگری	بهبود رتبه‌ی ایران در شاخص‌های جهانی گردشگری، افزایش شناخت بین‌المللی از مقاصد ایران، توسعه‌ی برند ملی گردشگری، افزایش همکاری‌های منطقه‌ای و جهانی، صادرات خدمات و محصولات گردشگری، جذب سرمایه‌گذاران خارجی در گردشگری
	توسعه‌ی فراگیر و پایدار گردشگری اجتماعی	ارائه‌ی خدمات نوین / بهره‌مندی بهتر از خدمات، افزایش رضایتمندی گردشگران اجتماعی، پایداری خدمات و جنبه‌ی زیست‌محیطی

بر اساس نتایج جدول مذکور، الگوی پارادایمی پژوهش در شکل ۲ ارائه شده است.

شکل ۲. الگوی پارادایمی پژوهش



بر اساس الگوی پژوهش، مشخص گردید شرایط علی (سرمایه‌ی اجتماعی جامعه‌ی میزبان، انگیزه‌ها و محرک‌های اقتصادی، ظرفیت نهادی در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری گردشگری، تحول دیجیتال گردشگری) بر پدیده‌محوری (گردشگری اجتماعی هوشمند) تأثیرگذارند. پدیده‌محوری، شرایط زمینه‌ای (نظام نهادی گردشگری و بستر زیرساختی هوشمند) و شرایط مداخله‌گر (ناکارآمدی توزیع فضایی) بر راهبردها و اقدامات (تنظیم سند ملی توسعه‌ی گردشگری اجتماعی، برنامه‌ریزی فضایی عدالت‌محور در توسعه‌ی گردشگری اجتماعی، نوآوری هوشمند برای عدالت در تجربه‌ی گردشگری، تقویت نهادهای سیاست‌گذار و ساختارهای حکمرانی، توانمندسازی نیروی انسانی در گردشگری اجتماعی، نهادینه‌سازی گفتمان مسئولیت‌پذیری و عدالت در فرهنگ عمومی گردشگری)

اثر گذارند. در نهایت، راهبردها و اقدامات منجر به پیامدها (توازن فرصت‌های گردشگری، پویایی اجتماعی مقصدها، ارتقای جایگاه ملی گردشگری، توسعه‌ی فراگیر و پایدار گردشگری اجتماعی) می‌شوند.

بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر با هدف ارائه‌ی الگوی سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند انجام شد. الگوی پارادایمی به‌دست آمده در این پژوهش، سازوکاری تبیینی برای تحلیل علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی توسعه‌ی گردشگری اجتماعی هوشمند در ایران فراهم می‌کند. یافته‌ها نشان می‌دهد که شرایط علی نظیر سرمایه‌ی اجتماعی جامعه‌ی میزبان، انگیزه‌ها و محرک‌های اقتصادی، ظرفیت نهادی در سیاست‌گذاری گردشگری و تحول دیجیتال، عوامل برانگیزاننده‌ی اصلی در شکل‌گیری این پدیده هستند. این متغیرها نمایانگر نیاز ساختاری و زمینه‌ای برای گذار از رویکردهای سنتی به الگوهای هوشمند، عادلانه و مشارکتی در توسعه‌ی گردشگری‌اند. در این میان، تحول دیجیتال نه فقط یک ابزار فناورانه بلکه ابزاری برای تغییر پارادایم مدیریتی و سیاست‌گذاری تلقی می‌شود.

از سوی دیگر، شرایط زمینه‌ای مانند نظام نهادی گردشگری و بستر زیرساختی هوشمند به‌عنوان بستری حیاتی برای پیاده‌سازی الگو عمل می‌کنند. این عناصر ضمن فراهم‌سازی قابلیت اجرایی، می‌توانند موجب تسهیل یا ایجاد گسست در جریان تحول شوند. در این میان، ناکارآمدی در توزیع فضایی خدمات گردشگری به‌عنوان عامل مداخله‌گر، نوعی مانع ساختاری است که در صورت بی‌توجهی، حتی راهبردهای هوشمند نیز به نابرابری‌های مجدد منجر می‌شوند.

در پاسخ به این مجموعه شرایط، مجموعه‌ای از راهبردهای کلان طراحی شده است که هم جنبه‌ی سیاست‌گذاری کلان (مانند تدوین سند ملی توسعه‌ی گردشگری اجتماعی) و هم اقدامات میدانی (مانند توانمندسازی نیروی انسانی و نهادینه‌سازی فرهنگ مسئولیت‌پذیر) را دربرمی‌گیرد. این راهبردها نه تنها نقش مقابله با چالش‌ها را ایفا می‌کنند، بلکه با هدف بازمهندسی نظم نهادی، اجتماعی و فناورانه گردشگری تدوین شده‌اند.

ویژگی بارز این راهبردها، تأکید بر عدالت توزیعی، داده‌محوری و مشارکت چندسطحی ذی‌نفعان است.

در سطح پیامدها، الگو نشان می‌دهد که اجرای صحیح این راهبردها، منجر به تحقق توازن در بهره‌مندی مناطق مختلف کشور از فرصت‌های گردشگری، ارتقای سرمایه‌ی اجتماعی مقصدها از طریق پویایی اجتماعی و ارتقای جایگاه بین‌المللی ایران به‌عنوان نمونه‌ای از حکمرانی گردشگری هوشمند و مشارکتی خواهد شد. در نهایت، این پیامدها بنیانی برای توسعه‌ای فراگیر، پایدار، عادلانه و مقاوم در برابر تهدیدهای محیطی، اقتصادی و اجتماعی در عرصه‌ی گردشگری فراهم می‌آورند. چنین رویکردی با عبور از سطح سیاست‌گذاری نمادین، امکان بازآفرینی ساختارهای سیاست‌گذاری و کنش نهادی را در این حوزه فراهم می‌سازد.

پژوهش حاضر نسبت به مطالعات پیشین از جامعیت تحلیلی و عمق نظری بیشتری برخوردار است. برخلاف مطالعه‌ی محمداُمینی و حسام (۱۴۰۳) که صرفاً بر بهبود زیرساخت‌ها و کیفیت خدمات تمرکز داشت، این پژوهش با ورود به سطوح علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر، تحلیل چندلایه‌ای از عوامل مؤثر بر توسعه‌ی گردشگری اجتماعی ارائه داده است. در قیاس با امجدیام و همکاران (۱۴۰۳) که به مسائل منطقه‌ای و چالش‌های نهادی پرداخته‌اند، پژوهش کنونی با تمرکز بر عدالت فضایی و تدوین سیاست‌های ملی چون سند توسعه، سطح تحلیل را به مراتب ارتقا داده است. همچنین در مقایسه با مدل‌سازی راهبردی اصلانی و همکاران (۱۴۰۳)، این پژوهش با تلفیق مؤلفه‌های فرهنگی، نهادی، فناورانه و فضایی، مدلی ساختارمند با رویکرد تفسیری ارائه کرده است. پیشران‌های اجتماعی مورد اشاره در تحلیل آینده‌نگر احمدزاده و همکاران (۱۴۰۲) نیز در شرایط علی این مدل بازتاب یافته‌اند، اما در اینجا با تلفیق فناوری‌های هوشمند، چشم‌اندازی منسجم‌تر ترسیم شده است. در مقایسه با تأکید مدبرخاک‌نژاد و امینی کمیجانی بر سرمایه‌ی اجتماعی و نقد سیاست‌گذاری، این پژوهش با طراحی سازوکارهای مشارکتی و پیشنهاد سند جامع، رویکردی کنشگرانه و خلاقانه دارد. از منظر بین‌المللی، هم‌راستایی با مدل TIAS در مطالعه‌ی کومار و همکاران (۲۰۲۵) و توجه به عدالت‌محوری در کنار تجربه‌محوری

گردشگری در مدل ساه و همکاران (۲۰۲۵)، بر مشروعیت جهانی و نوآوری این مدل افزوده است.

بر اساس نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود به منظور ارتقای بُعد «سرمایه‌ی اجتماعی جامعه‌ی میزبان»، برنامه‌های آموزشی و ترویجی مستمر برای افزایش آگاهی عمومی نسبت به مزایای گردشگری اجتماعی طراحی و اجرا شود. تقویت نگرش مثبت نسبت به گردشگران از طریق رسانه‌ها، حمایت از رویدادهای محلی و فراهم‌سازی مشارکت شهروندان در فعالیتهای گردشگری می‌تواند موجب انسجام اجتماعی و ارتقای تعاملات فرهنگی شود. همچنین، توجه به حساسیت‌های فرهنگی، آموزش رفتارهای میزبانی و حمایت از کسب‌وکارهای محلی در سیاست‌گذاری، نقش مؤثری در پذیرش پایدار گردشگری اجتماعی ایفا می‌کند.

پیشنهاد می‌شود برای تقویت بُعد «انگیزه‌ها و محرک‌های اقتصادی»، با حمایت مالی هدفمند از کسب‌وکارهای محلی و ارائه‌ی مشوق‌هایی نظیر تسهیلات بانکی، معافیت‌های مالیاتی و تضمین سرمایه، زمینه‌ی جذب سرمایه‌گذاران فراهم شود. در مناطق کمتر برخوردار نیز لازم است راهبردهای بومی محور تدوین گردد تا سهم گردشگری در تولید ناخالص منطقه‌ای افزایش یابد. همچنین، ارائه‌ی بسته‌های سفر ارزان‌قیمت یا یارانه‌های حمایتی می‌تواند به افزایش تقاضای گردشگری اجتماعی و پایداری مالی پروژه‌ها کمک کند.

در راستای تقویت «ظرفیت نهادی در برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری گردشگری»، پیشنهاد می‌شود تدوین چشم‌انداز بلندمدت و منسجم برای گردشگری اجتماعی در اولویت قرار گیرد و در تمامی سطوح سیاست‌گذاری بازتاب یابد. ایجاد سازوکارهای هماهنگی بین‌بخشی میان نهادهای فرهنگی، اقتصادی، شهری و زیست‌محیطی، به ارتقای کارآمدی سیاست‌ها کمک می‌کند. همچنین، طراحی طرح‌های توسعه باید مبتنی بر واقعیت‌های اجرایی و پژوهش‌های مسئله‌محور باشد. استقرار نظام‌های پایش مستمر و شفاف‌سازی فرآیندهای تصمیم‌گیری نیز نقش مهمی در افزایش اثربخشی و انسجام نهادی ایفا می‌کند.

برای تقویت «تحول دیجیتال گردشگری»، توصیه می‌شود توسعه پلتفرم‌های هوشمند بومی با قابلیت رزرو، ارائه‌ی اطلاعات جامع و خدمات پاسخگو در دستور کار قرار گیرد تا دسترسی آسان و تجربه‌ی کاربری بهینه برای گردشگران فراهم شود. استفاده از داده‌های مکانی و آماری جهت تصمیم‌گیری مبتنی بر شواهد برای مدیریت مقصد و توزیع سفرها ضروری است. همچنین، بهره‌گیری از برنامه‌های کاربردی تعاملی، تورهای مجازی و تبلیغات هدفمند در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به شخصی‌سازی تجربه‌ی سفر و افزایش رضایت گردشگر منجر شود. توانمندسازی دیجیتال کسب‌وکارهای گردشگری، به‌ویژه در مناطق کمتر توسعه‌یافته نیز باید مورد حمایت قرار گیرد تا تحول دیجیتال به شکلی عادلانه در کل زنجیره‌ی گردشگری اجتماعی محقق گردد.

برای ارتقای «بستر زیرساختی هوشمند» در گردشگری اجتماعی، پیشنهاد می‌شود پوشش اینترنت پرسرعت در نواحی روستایی و کمتر برخوردار در اولویت قرار گیرد. توسعه‌ی سامانه‌های اطلاعات مکانی و خدمات مبتنی بر مکان، مدیریت هوشمند مقصدها و هدایت جریان گردشگران را تسهیل می‌کند. همچنین، تدوین استانداردهای ملی امنیت سایبری برای حفاظت از داده‌ها ضروری است. زیرساخت‌های حمل‌ونقل هوشمند همچون رزرو برخط و اطلاعات بلادرنگ سفر باید تقویت شوند. در نهایت، آموزش مهارت‌های دیجیتال به فعالان محلی و توسعه‌ی شبکه‌های دیجیتال منطقه‌ای، نقش مهمی در بهره‌برداری بهینه از گردشگری هوشمند ایفا می‌کند.

برای ارتقای «نظام نهادی گردشگری»، پیشنهاد می‌شود ساختار حکمرانی این حوزه مورد بازنگری قرار گیرد و نقش وزارتخانه‌ها در توسعه‌ی گردشگری با تعیین وظایف و اختیارات مشخص تقویت شود. بهبود هماهنگی بین دستگاه‌های ذی‌ربط از طریق شفاف‌سازی ساختار مدیریتی در سطوح ملی، استانی و محلی به افزایش انسجام نهادی و پاسخگویی کمک می‌کند. همچنین، بازتعریف سطح تمرکز یا تمرکززدایی نهادی با توجه به ظرفیت‌های منطقه‌ای و ایجاد توازن میان استقلال و وابستگی نهادی برای انعطاف‌پذیری در سیاست‌گذاری ضروری است. تقویت سازوکارهای سیاست‌گذاری مشارکتی با حضور

نهادهای دولتی، غیردولتی و محلی، موجب تدوین سیاست‌هایی مبتنی بر اجماع، شفافیت و بهره‌مندی از تمامی ظرفیت‌های ذی‌نفعان خواهد شد.

برای ارتقای «گردشگری اجتماعی هوشمند»، پیشنهاد می‌شود بسترهای مشارکت چندسطحی میان دولت، بخش خصوصی و جوامع محلی تقویت شود تا فرآیندهای تصمیم‌سازی و اجرایی با رویکردی مشارکتی و عادلانه شکل گیرند. همچنین، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین نظیر کلان‌داده، اینترنت اشیا و هوش مصنوعی باید به صورت هدفمند در راستای افزایش شفافیت، دسترسی برابر و عدالت توزیعی در ارائه خدمات گردشگری به کار گرفته شود. تنوع‌بخشی به بسته‌های خدمات متناسب با ویژگی‌های فرهنگی و اقتصادی گروه‌های مختلف، طراحی مکانیزم‌های حمایتی برای اقشار آسیب‌پذیر و تقویت نقش نهادهای مدنی در هدایت و نظارت بر سیاست‌ها نیز از ارکان کلیدی تحقق گردشگری اجتماعی هوشمند در سطح ملی محسوب می‌شود.

در خصوص بُعد «ناکارآمدی توزیع فضایی»، به مدیران صنعت گردشگری کشور پیشنهاد می‌شود با کاهش تمرکز گردشگری در چند شهر محدود و هدایت منابع و سرمایه‌گذاری‌ها به مناطق کمتر توسعه‌یافته، زمینه‌ی توزیع عادلانه‌ی فرصت‌ها را فراهم سازند. توسعه‌ی زیرساخت‌ها، بهره‌گیری از ظرفیت‌های بومی در برنامه‌ریزی و حمایت از فعالان محلی می‌تواند از نابرابری‌ها بکاهد و از مهاجرت نخبگان گردشگری به مناطق خاص جلوگیری کند.

برای ارتقای «برنامه‌ریزی فضایی عدالت‌محور»، پیشنهاد می‌شود مدل ملی توزیع خدمات گردشگری بر اساس شاخص‌های عدالت مکانی طراحی شود تا منابع و تسهیلات با اولویت مناطق کمتر توسعه‌یافته تخصیص یابد. همچنین، تدوین برنامه‌های منطقه‌ای متناسب با مزیت‌های بومی و نیازهای محلی و تقویت نقش نظام‌های برنامه‌ریزی شهری و روستایی در هدایت سرمایه‌گذاری‌ها، می‌تواند زمینه‌ساز توسعه‌ای متوازن و فراگیر در سطح کشور شود.

در خصوص بُعد «تنظیم سند ملی توسعه‌ی گردشگری اجتماعی»، به مدیران صنعت گردشگری کشور پیشنهاد می‌شود با تدوین یک سند جامع و راهبردی، اصول عدالت

فضایی، حمایت از اقشار کم‌درآمد، نهادسازی پایدار و بهره‌گیری از فناوری‌های هوشمند را به‌عنوان ارکان اصلی سیاست‌گذاری مدنظر قرار دهند. این سند باید ضمن تأکید بر گسترش زیرساخت‌های اقامتی و حمل‌ونقل مقرون‌به‌صرفه با الگوی مالکیت عمومی یا مشارکتی، بر ترویج فرهنگ گردشگری اجتماعی و مسئولانه نیز تمرکز داشته باشد تا توسعه‌ای عادلانه، پایدار و مشارکت‌محور در سطح ملی محقق گردد.

برای ارتقای «نوآوری هوشمند برای عدالت در تجربه‌ی گردشگری»، پیشنهاد می‌شود با توسعه‌ی پلتفرم‌های هوشمند و در دسترس، زمینه‌ی بهره‌مندی عمومی از خدمات دیجیتال فراهم گردد. به‌کارگیری فناوری‌هایی نظیر هوش مصنوعی و کلان‌داده می‌تواند تحلیل دقیق‌تری از رفتار گردشگران اجتماعی ارائه داده و برنامه‌ریزی‌ها را هدفمند سازد. همچنین، حمایت از استارت‌آپ‌ها و شرکت‌های نوآور و ایجاد پایگاه‌های اطلاعاتی جامع، تجربه‌ای شخصی‌سازی‌شده، داده‌محور و عادلانه را در گردشگری اجتماعی ممکن می‌سازد.

برای ارتقای «نهادهای سیاست‌گذار و ساختارهای حکمرانی پایدار در گردشگری اجتماعی»، پیشنهاد می‌شود تدوین و اجرای سند ملی توسعه‌ی گردشگری اجتماعی با مشارکت فعال ذی‌نفعان در دستور کار قرار گیرد. همچنین، ایجاد نهادهای تخصصی سیاست‌گذار و ناظر در سطوح مختلف، طراحی چارچوب‌های حقوقی برای انسجام تعامل دولت، بخش خصوصی و جامعه‌ی مدنی و استقرار نظام یکپارچه‌ی پایش و ارزیابی سیاست‌ها، زمینه‌ی تحقق حکمرانی مشارکتی و پاسخگو را در این حوزه فراهم می‌سازد. برای ارتقای «توانمندسازی نیروی انسانی در گردشگری اجتماعی»، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آموزشی چندسطحی برای ارتقای مهارت‌های تخصصی مدیران و فعالان طراحی و اجرا شود. برگزاری دوره‌های مهارتی در زمینه‌ی فناوری‌های نوین گردشگری در سطوح محلی و منطقه‌ای، همراه با بازنگری در برنامه‌های درسی دانشگاه‌ها و همکاری آن‌ها با نهادهای اجرایی در تربیت نیروی انسانی مؤثر است. همچنین، توسعه‌ی آموزش‌های جامعه‌محور برای جوامع محلی، زمینه‌ساز مشارکت فعال و مسئولانه‌ی آن‌ها در فرآیندهای گردشگری خواهد بود.

برای ارتقای «نهاده‌سازی گفتمان مسئولیت‌پذیری و عدالت در فرهنگ عمومی گردشگری»، پیشنهاد می‌شود با اجرای کارزارهای رسانه‌ای هدفمند، مفاهیم عدالت‌محور و پایدار در اذهان عمومی ترویج یافته و از ظرفیت رسانه‌ها برای تبیین ابعاد فرهنگی، اجتماعی و زیست‌محیطی گردشگری استفاده شود. همچنین، گنجاندن این ارزش‌ها در برنامه‌های آموزشی رسمی و غیررسمی و حمایت از فعالیتهای فرهنگی مشارکتی در جوامع محلی، به تقویت نگرش اخلاق‌محور و آگاهانه در میان گردشگران و جامعه‌ی میزبان کمک خواهد کرد.

با اجرای راهبردهای ارائه‌شده در الگوی این پژوهش، پیامدهایی چندلایه و تحول‌آفرین در نظام گردشگری کشور قابل انتظار است. نخست، توازن فضایی در بهره‌مندی از فرصتهای گردشگری از طریق برنامه‌ریزی عدالت‌محور، موجب تقویت مناطق کمتر توسعه‌یافته و ارتقای عدالت مکانی می‌شود. دوم، پویایی اجتماعی مقصدها از رهگذر مشارکت جوامع محلی، ارتقای فرهنگ میزبانی و تعاملات بین‌فرهنگی به انسجام اجتماعی و تقویت سرمایه‌ی اجتماعی منجر می‌گردد. سوم، اتکا به نوآوری‌های هوشمند و حکمرانی مشارکتی با محوریت عدالت اجتماعی، جایگاه ایران را در سطح بین‌المللی به‌عنوان الگویی در گردشگری مسئولانه و هوشمند ارتقا می‌بخشد. در مجموع، این پیامدها مسیر دستیابی به توسعه‌ای فراگیر، پایدار و عدالت‌محور در حوزه‌ی گردشگری اجتماعی را هموار کرده و بنیان ساختاری مردم‌پایه و تاب‌آور در برابر چالش‌های آینده ایجاد می‌کند.

پژوهشگران آینده می‌توانند با تکیه بر چارچوب مفهومی این مطالعه، زمینه‌ی گسترش دانش بومی در حوزه‌ی سیاست‌گذاری گردشگری اجتماعی هوشمند را در ابعاد تطبیقی، اجرایی و فناورانه فراهم سازند:

۱. بررسی تأثیر ابزارهای حکمرانی مشارکتی بر افزایش پذیرش اجتماعی سیاست‌های گردشگری در مناطق کمتر توسعه‌یافته.

۲. تحلیل تطبیقی الگوهای سیاست‌گذاری گردشگری اجتماعی هوشمند در کشورهای دارای نظام غیرمتمرکز و مشارکت‌محور.

۳. طراحی شاخص‌های بومی سنجش عدالت فضایی در توزیع منابع و فرصت‌های گردشگری در سطح ملی و منطقه‌ای.

۴. واکاوی نقش نهادهای مدنی در تحقق عدالت اجتماعی و فرهنگی در تجربه‌ی گردشگری با رویکرد شبکه‌ای.

۵. مطالعه‌ی کارکرد داده‌محور فناوری‌های هوشمند در شناسایی نیازهای گردشگران آسیب‌پذیر و طراحی خدمات هدفمند برای آنان.

با وجود تلاش برای طراحی الگوی جامع، این پژوهش نیز همچون سایر مطالعات کیفی با محدودیت‌هایی مواجه بوده که در تفسیر، تعمیم و کاربرد نتایج باید مدنظر قرار گیرد:

۱. فقدان داده‌های نظام‌مند و یکپارچه در سطح ملی پیرامون شاخص‌های عدالت اجتماعی، فضایی و دیجیتال در گردشگری، تحلیل دقیق شکاف‌ها و توزیع فرصت‌ها را با چالش مواجه ساخت.

۲. پیچیدگی ساختار نهادی و تداخل کارکردهای سازمانی در حوزه‌ی سیاست‌گذاری گردشگری، سبب شد بازسازی دقیق روابط نهادی و مسیرهای تصمیم‌گیری نیازمند تفسیرهای چندلایه و قیاسی باشد.

۳. وجود ملاحظات ارزشی و گفتمانی مرتبط با عدالت، شمول اجتماعی و تمرکززدایی در برخی مصاحبه‌ها، امکان بروز سوء‌گیری در بیانات مشارکت‌کنندگان را افزایش داد و نیازمند تحلیل انتقادی مضاعف کرد.

۴. زمینه‌محور بودن الگوی نهایی پژوهش و وابستگی آن به شرایط نهادی، فرهنگی و فناورانه‌ی ایران، امکان تعمیم مستقیم نتایج به سایر نظام‌های سیاسی یا جغرافیایی را محدود ساخت و نیازمند مطالعات تطبیقی مکمل کرد.

تعارض منافع

پژوهش فاقد تعارض منافع است.

سپاسگزاری

از کسانی که در تهیه‌ی این مقاله مشاوره‌ی علمی داده یا در گردآوری داده‌ها نقش داشته‌اند، قدردانی می‌نماییم.

ORCID

Mehrnaz Tohidi Moghadam  <http://orcid.org/0009-0004-5101-547X>

Raheleh Jalalnia  <http://orcid.org/0000-0002-2063-636X>

Esmail MalekAkhlagh  <http://orcid.org/0000-0002-4569-4478>

منابع

۱. احمدزاده، جهان افروز، حاجی علی اکبری، فیروز، درودی، هما (۱۴۰۲). شناسایی و تحلیل پیشران‌های اجتماعی حاکم بر سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری شهرهای ایران در افق ۱۴۰۴ با رویکرد آینده‌پژوهی. *نشریه گردشگری شهری*، ۱۰(۱)، ۱۳۳-۱۴۹. DOI: [10.22059/jut.2023.348349.1066](https://doi.org/10.22059/jut.2023.348349.1066)
۲. اصلانی، ندا، آندرواژ، لیلا، آریا، کیومرث (۱۴۰۳). ارائه‌ی چارچوبی برای استراتژی‌های توسعه‌ی گردشگری هوشمند و رتبه‌بندی این عوامل با استفاده از تکنیک ANP. *مدیریت بازاریابی هوشمند*، ۵(۳)، ۱۱۲-۱۳۴. DOI: [JABM.3.2.15564.351256.32577859](https://doi.org/10.32577859/JABM.3.2.15564.351256.32577859)
۳. امجدیام، ابوالفضل، تقوی، ابراهیم، آذر، علی (۱۴۰۳). سیاست‌گذاری در زمینه‌ی نقش صنعت گردشگری در توسعه‌ی منطقه‌ای، نمونه‌ی موردی شهرستان مرند. *نشریه سیاست‌گذاری شهری و منطقه‌ای*، ۳(۲)، ۱۲-۲۵. magiran.com/p2777259
۴. امینی‌کمیجانی، حمیدرضا، فراهانی، ابوالفضل، گودرزی، محمود، قربانی، لیلا (۱۴۰۱). سیاست‌گذاری صنعت گردشگری در اسناد توسعه‌ای جمهوری اسلامی ایران با تأکید بر گردشگری ورزشی. *فصلنامه علمی پژوهش‌های کاربردی در مدیریت ورزشی*، ۱۱(۲)، ۱-۱۰. DOI: [10.30473/arism.2022.8534](https://doi.org/10.30473/arism.2022.8534)
۵. پاشایی، پارسا (۱۴۰۴). نقش پتانسیل‌های طبیعی و تاریخی در توسعه‌ی گردشگری (مطالعه‌ی موردی: شهرستان جم). *اندیشه‌های نو در علوم جغرافیایی*، ۳(۸)، ۲۱-۴۲.
۶. پاهکیده، اقبال، بابایی‌اقدم، فریدون، حیدری‌چیان، رحیم (۱۴۰۲). شناخت عوامل راهبردی در سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری سایت هورامان با رویکرد آینده‌پژوهی و تدوین

- مقدمات سبب سناریوها. *آمایش سیاسی فضا*. ۵ (۳): ۳۷۰-۳۹۱. URL: <http://psp.modares.ac.ir/article-42-64977-fa.html>
۷. تقدیسی، احمد، علمدیدی، جواد، پاشایی، پارسا (۱۴۰۴). بررسی زیرساخت‌ها و طرح‌های توسعه‌ی گردشگری در شهرستان‌های استان بوشهر. *اندیشه‌های نو در علوم جغرافیایی*، ۳(۸)، ۴۳-۶۲. <http://noo.rs/UWQjI>
۸. خادمی، لیلا، ایزدی، حسن، سلطانی، علی (۱۴۰۲). تدوین سناریوهای توسعه‌ی گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (نمونه‌ی موردی: شهرستان خرم‌آباد). *گردشگری و توسعه*، ۱۱(۱)، ۱۷۷-۱۹۹. DOI: [10.22034/jtd.2022.336256.2594](https://doi.org/10.22034/jtd.2022.336256.2594)
۹. خاکی، غلامرضا (۱۴۰۱). روش تحقیق *گراندیدی با رویکرد پایان‌نامه‌نویسی*. تهران: فوزان.
۱۰. خاوریان گرمسیر، امیررضا، جشنی، مهسا، خادم، فاطمه، شکوری، بهنوش، ابراهیمی‌ترک‌محل، ابراهیم (۱۴۰۳). تحلیلی بر نقش تکنولوژی‌های هوشمند گردشگری در تجربه‌ی به‌یاد ماندنی گردشگران شهری در ایران. *نشریه گردشگری شهری*، ۱۱(۴)، ۱۹-۳۷. DOI: [10.22059/jut.2024.366326.1160](https://doi.org/10.22059/jut.2024.366326.1160)
۱۱. شمس‌الدینی، علی، دهقانی، فاطمه (۱۴۰۳). ارزیابی تأثیر گردشگری اجتماع‌محور بر توانمندسازی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی زنان (مورد مطالعه: روستاهای ساحلی استان بوشهر). *برنامه ریزی فضایی*، ۱۴(۲)، ۱۲۵-۱۶۲. DOI: [10.22108/sppl.2024.138517.1738](https://doi.org/10.22108/sppl.2024.138517.1738)
۱۲. شیخی، حجت، دیناروندنژاد، سارا (۱۴۰۲). شناسایی و تحلیل عوامل مؤثر در توسعه‌ی گردشگری با رویکرد آینده‌پژوهی (نمونه‌ی موردی: شهر شوش). *جغرافیا و آمایش شهری منطقه‌ای*، ۱۴(۵۰)، ۱۲۳-۱۴۸. DOI: [10.22111/gaij.2024.44864.3097](https://doi.org/10.22111/gaij.2024.44864.3097)
۱۳. صلاحی، ملیحه، خاکپور، براتعلی، صیامی، قدیر (۱۴۰۳). کاربرد برنامه‌ریزی راهبردی در توسعه‌ی گردشگری میراث فرهنگی (مورد مطالعه: آثار و ابنیه‌ی تاریخی شهرستان کلات). *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۱۳(۱)، ۸۷-۱۲۲. DOI: [10.22034/scs.2023.371090.1381](https://doi.org/10.22034/scs.2023.371090.1381)
۱۴. عطایی، محدثه، شریفی‌رنانی، حسین، قبادی، سارا (۱۴۰۳). تحلیل اثر توسعه‌ی پایدار گردشگری هوشمند بر رشد اقتصادی مقاصد گردشگری منتخب. *فصلنامه علمی پژوهش‌های فضا و مکان در شهر*، ۸(۳۰)، ۴۹-۶۲. DOI: [10.22034/jspr.2024.2036828.1079](https://doi.org/10.22034/jspr.2024.2036828.1079)
۱۵. عنایستانی، علی‌اکبر، بارانی‌علی‌اکبری، سجاد (۱۴۰۳). تحلیل فضایی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رهیافت گردشگری هوشمند روستایی (مورد مطالعه: روستاهای هدف گردشگری

- شرق استان کرمانشاه). برنامه‌ریزی فضایی، ۱۴(۳)، ۸۷-۱۱۴. DOI: [10.22108/sppl.2024.141126.1782](https://doi.org/10.22108/sppl.2024.141126.1782)
۱۶. محمدامینی، مهشید، حسام، مهدی (۱۴۰۳). ارائه‌ی راهبردهایی برای توسعه‌ی گردشگری هوشمند در ایران: رویکرد مبتنی بر تحلیل SWOT. دومین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد دریای پایه با رویکرد حکمرانی در گردشگری دریایی و ساحلی، بندرعباس. [/https://civilica.com/doc/2182597](https://civilica.com/doc/2182597)
۱۷. مدبر خاک‌نژاد، علی، حسین‌زاد دلیر، کریم، عزت‌پناه، بختیار (۱۴۰۱). بررسی عوامل اجتماعی مؤثر بر برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری توسعه‌ی گردشگری تاریخی- فرهنگی در ایران (مطالعه‌ی موردی: شهر تبریز). نشریه مطالعات جامعه‌شناسی ۱. ۱۷۷-۱۵۹. <https://doi.org/10.30495/jss.2021.1924684.1309>
۱۸. معدنی، جواد (۱۴۰۳). پیشران‌های کلیدی و مؤثر گردشگری اجتماعی در توسعه و بهبود رفاه اجتماعی گروه‌های محروم. برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، ۱۵(۵۹)، ۷۷-۱۱۲. DOI: [10.22054/qjdsd.2023.66552.2327](https://doi.org/10.22054/qjdsd.2023.66552.2327)
19. Balcilar, M., Usman, O., & Özkan, O. (2024). Tourism development and US energy security risks: A KRLS machine learning approach. *Current Issues in Tourism*, 27(1), 37-44. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2245109>
20. Bianchi, R. V., McCabe, S., Cisneros-Martínez, J. D., & Domínguez-Gómez, J. A. (2023). Contested discourses in social tourism: A relational political economy perspective. *Annals of Tourism Research*, 102, 103640. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2023.103640>
21. Cohen, J. E. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Routledge
22. Elarchi, Y., Benbba, B., Nizamatinova, Z., Issakov, Y., Vargáné, G. I., & Dávid, L. D. (2023). Systematic literature review analysing smart tourism destinations in context of sustainable development: Current applications and future directions. *Sustainability*, 15(6), 5086. <https://doi.org/10.3390/su15065086>
23. Ercan, F. (2023). Smart tourism destination: A bibliometric review. *European Journal of Tourism Research*, 34, 3409-3409. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v34i.2788>

24. Fernandez, A., McCabe, S., & Cisneros-Martínez, J. D. (2024). Is social tourism a vector for destination resilience to external shocks? Evidence from Spain. *Journal of Travel Research*, 63(7), 1606-1625. <https://doi.org/10.1177/00472875231200493>
25. Gai, A. M., Abubakar, F., Nurcholifah, I., Hidayati, H., & Munizu, M. (2024). Analysis of the relationship between historic building management, the role of government, social tourism empowerment and local tourism sustainability. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(3), 13649-13657. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.12113>
26. García-Maroto, I., Higuera-Castillo, E., Muñoz-Leiva, F., & Liébana-Cabanillas, F. (2024). Determinants of the intention to recommend a socially responsible destination with smart tourism technologies. *Current Issues in Tourism*, 1-17. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13683500.2024.2355565>
27. Glaser, B. G., Strauss, A. L., & Strutzel, E. (2017). The discovery of grounded theory; Strategies for qualitative research. *Nursing research*, 17(4), 364.
28. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25, 179-188. <http://dx.doi.org/10.1007/s12525-015-0196-8>
29. Guba, E. G., & Lincoln, Y. S. (1982). Epistemological and methodological bases of naturalistic inquiry. *ECTJ*, 30(4), 233-252. <https://doi.org/10.1007/BF02765185>
30. Hernandez, R., Padron, N., & Padron, H. (2025). The local turn in tourism statistics within the statistical framework for measuring the sustainability of tourism 2024. *Sustainability*, 17(4), 1430. <https://doi.org/10.3390/su17041430>
31. Holsti, O. R. (1969). *Content analysis for the social sciences and humanities*, Addison-Wesley.
32. Ivars-Baidal, J., Casado-Díaz, A. B., Navarro-Ruiz, S., & Fuster-Uguet, M. (2024). Smart tourism city governance: Exploring the impact on stakeholder networks. *International Journal of Contemporary*

- Hospitality Management*, 36(2), 582-601.
<http://dx.doi.org/10.1108/IJCHM-03-2022-0322>
- 33.Kocak, E., Cobanoglu, C., & Yucel, A. G. (2025). Is there a nexus between tourism development and energy transition in Asia-Pacific countries? *Current Issues in Tourism*, 1-15.
<http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2025.2471932>
- 34.Kumar, A., Goyal, H. R., & Sharma, S. (2024). An intelligent information recommender system (IIRS) for next generation sustainable social tourism industry. *International Journal of Information Technology*, 16(6), 3411-3418. <http://dx.doi.org/10.1007/s41870-024-01941-8>
- 35.Liu, J., Hall, C. M., Zhu, C., & Ting Pong Cheng, V. (2024). Redefining the concept of smart tourism in tourism and hospitality. *Anatolia*, 35(3), 566-578. <http://dx.doi.org/10.1080/13032917.2023.2282712>
- 36.Loehr, J., & Becken, S. (2024). Institutionalised tourism policy goals: Fit to address climate change? *Journal of Sustainable Tourism*, 1-19. <http://dx.doi.org/10.1080/09669582.2024.2393254>
- 37.McLeod, M. (2023). Tourism policy networks in four Caribbean countries. *Annals of Tourism Research Empirical Insights*, 4(2), 100113. <https://doi.org/10.1016/j.annale.2023.100113>
- 38.Miller, E., Cross, L., & Lopez, M. (2010). Sampling in qualitative research. *FBB Research Group*, 19(3), 249-261.
- 39.Mondal, S., Kumar, A., & Singh, S. (2025). Factors affecting sustainable practices of digital entrepreneurs for social tourism by using digital platforms: A Study. In *Agile business transformations: Priorities, lessons, and practices*, (p.131).
- 40.Naveen Kumar, R., Janani, M., Pavithra, R., & John William, A. (2025). The role of TIAS in shaping smart tourism: Governance perspectives on choosing intelligent destinations. *Business Analyst Journal*. <http://dx.doi.org/10.1108/BAJ-02-2024-0009>
- 41.Novera, C. N., Ahmed, Z., Kushol, R., Wanke, P., & Azad, M. A. K. (2022). Internet of Things (IoT) in smart tourism: A literature review. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 26(3), 325-344. <http://dx.doi.org/10.1108/SJME-03-2022-0035>

42. Pasquinelli, C., & Trunfio, M. (2023). Blending technology-driven and social-driven innovation in smart tourism destinations. In *Sustainability-oriented Innovation in Smart Tourism: Challenges and Pitfalls of Technology Deployment for Sustainable Destinations* (pp. 15-61). Springer. http://dx.doi.org/10.1007/978-3-031-33677-5_2
43. Prayitno, G., Auliah, A., Ari, I. R. D., Effendi, A., Hayat, A., Delisa, A., ... & Hiddlestone-Mumford, J. (2024). Social capital for sustainable tourism development in Indonesia. *Cogent Social Sciences*, 10(1), 2293310. <http://dx.doi.org/10.1080/23311886.2023.2293310>
44. Sah, R., Sengupta, S., & Kandpal, V. (2025). The changing face of tourism: Smart tourism design and social media analytics. In *Challenges in Information, Communication and Computing Technology* (pp. 801-805). CRC Press. <http://dx.doi.org/10.1201/9781003559092-138>
45. Strauss, A., & Corbin, J. M. (1997). *Grounded theory in practice*. Sage.
46. Taylor, T., Duarte, S., & Ferreira, C. (2024). Linking tourism, wellbeing and ecosystems: Towards a nature-based solution for improving wellbeing through social tourism. In *Nature-based Tourism and Wellbeing: Impacts and future outlook* (pp. 20-32). <http://dx.doi.org/10.1079/9781800621411.0002>
47. Vento, E., McCabe, S., & Komppula, R. (2024). Wellbeing outcomes of social tourism: Evidence from Finland. In *A research agenda for tourism and wellbeing* (pp. 179-196). <http://dx.doi.org/10.4337/9781803924342.00020>
48. Wei, W., Önder, I., & Uysal, M. (2024). Smart tourism destination (STD): Developing and validating an impact scale using residents' overall life satisfaction. *Current Issues in Tourism*, 27(17), 2849-2872. <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2023.2296587>
49. Zhang, Y., Sotiriadis, M., & Shen, S. (2022). Investigating the impact of smart tourism technologies on tourists' experiences. *Sustainability*, 14(5), 3048. <http://dx.doi.org/10.3390/su14053048>

References [In Persian]

1. Ahmadzadeh, J. A., Haji Ali Akbari, F., & doroudi, H. (2023). Identification and analysis of the social drivers governing the tourism development policy of iranian cities in the horizon 2025 with a future studies approach. *Urban Tourism*, 10(1), 133-149. doi: 10.22059/jut.2023.348349.1066
2. Amini Komijani, H. R., Farahani, A., Goodarzi, M., & ghorbani, L. (2022). Policy of the tourism industry in the development documents of the Islamic Republic of Iran with emphasis on sports tourism. *Applied Research of Sport Management*, 11(2), 1-10. doi: 10.30473/arsm.2022.8534
3. Amjadyam, A., Taghavi, E., & Azar, A. (2024). Policymaking in the field of the role of tourism industry in the regional development of Marand city as a case study, *Journal of Urban and Regional Policy*, 3(2), 12-25. magiran.com/p2777259
4. Anabestani, A., & Barani Aliakbari, S. (2024). Spatial analysis of factors affecting the formation of smart rural tourism (Case Study: Tourism-oriented villages in eastern Kermanshah Province). *Spatial Planning*, 14(3), 87-114. doi: 10.22108/sppl.2024.141126.1782
5. Aslani, N., Andervazh, L., & Arya, K. (2024). Provide a framework for Smart Tourism Development Strategies and rank these factors using the ANP technique. *Journal of Intelligent Marketing Management*, 5(3), 112-134. doi: JABM.3.2.15564.351256.32577859
6. Atae, M., Sharifi Renani, H., & ghobadi, S. (2024). The effect of smart tourism sustainable development on the economic growth in selected tourist destinations. *Journal of Urban Studies on Space and Place*, 8(30), 49-62. doi: 10.22034/jspr.2024.2036828.1079
7. Khademi, L., Izady, H., & Soltani, A. (2023). Presentation of tourism development scenario with a future study approach (Case study: Khorramabad County). *Journal of Tourism and Development*, 12(1), 177-199. doi: 10.22034/jtd.2022.336256.2594
8. Khaki, Gh. (2022). *Grounded theory research method with a thesis-oriented approach*. Fujan.

9. Khavarian-Garmsir, A., Jashni, M., Khadem, F., Shakouri, B., & Ebrahimi Turk Mahallah, E. (2024). An analysis of the role of smart tourism technologies in the memorable experience of urban tourists in Iran. *Urban Tourism*, 11(4), 19-37. doi: 10.22059/jut.2024.366326.1160
10. Madani, J. (2024). Key and effective drivers of social tourism in the development and improvement of social welfare of disadvantaged groups. *Social Development & Welfare Planning*, 15(59), 77-112. doi: 10.22054/qjdsd.2023.66552.2327
11. Modabber Khaknezhad, A., Hosseinzadeh Dalir, K., & Ezzatpanah, B. (2022). Analysis of planning and policy-making for development of historical-cultural tourism in Iran (Case study: Tabriz metropolis). *Journal of Tourism Planning and Development*, 10(39), 197-222. doi: 10.22080/jtpd.2022.19965.3391
12. Mohammad Amini, M., & Hesam, M. (2024). *Providing strategies for the development of smart tourism in Iran: SWOT -based analysis approach*. The second international conference on maritime economy with geographic characteristics in tourism and maritime, Bandar Abbas. <https://civilica.com/doc/2182597/>
13. Pahkideh, E., Babayi Aghdam, F., & Heydari Chianeh, R. (2023). Identifying of the strategic factors in the tourism development policy of the Hawraman Site by Methodology of future research approach and preparing the scenarios portfolio. *Political Organizing of Space*, 5(3), 370-391. URL: <http://psp.modares.ac.ir/article-42-64977-fa.html>
14. Pashaei, P. (2025). The role natural and historical potentials in tourism development (Case Study: Jam Township), *Journal of New Ideas in the Geographical Sciences*, 3(8), 21-42. magiran.com/p2818840
15. Salahi, M., Khakpoor, B. A., & Siaami, G. (2024). Application of a strategic approach in cultural heritage tourism (Case study: Kalat County historical buildings and monuments). *Socio-Cultural Strategy*, 13(1), 87-122. doi: 10.22034/scs.2023.371090.1381
16. Shamsoddini, A., & Dehghani, F. (2024). Assessment of the impact of community-based tourism on the economic, social, and cultural empowerment of women (Case study: Coastal villages of Bushehr

Province). *Spatial Planning*, 14(2), 125-162. doi: 10.22108/spl.2024.138517.1738

17. Sheikhi, H., & Dinarundnejad, S. (2024). Identification and analysis of effective factors on the development of tourism with a future research approach (Case study: Shush City). *Geography and Territorial Spatial Arrangement*, 14(50), 123-148. doi: 10.22111/gaij.2024.44864.3097
18. Taghdisi, A., Elmdisi, J., & Pashaei, P. (2025). Investigating tourism development infrastructure and plans in Bushehr Province. *New Thoughts in Geographical Sciences*, 3(8), 43-62. <http://noo.rs/uwqjl>

استناد به این مقاله: توحیدی مقدم، مهرناز، جلال نیا، راحله و ملک اخلاق، اسماعیل. (۱۴۰۴). طراحی الگوی سیاست گذاری توسعه گردشگری اجتماعی هوشمند ایران. فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری، ۲۰(۷۲)، ۳۱ - ۸۴. doi: 10.22054/tms.2025.86517.3078



Tourism Management Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial 4.0 International License.