

An Examination of the Role of Customer Journey Studies in Advancing Sustainable Tourism Objectives: Analysis of Past Trends and Future Research Outlook

Marzieh Moradi 

PhD in Business Management, Department of Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Mazandaran, Iran.

Mohammad Safari* 

Assistant Professor of Business Management, Faculty of Economics and Administrative Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Mazandaran, Iran.

Abstract

This study analyzes the scientific network of research on customer journey and sustainable tourism, with the aim of identifying key trends and dominant concepts through bibliometric analysis and scientific network simulations. Utilizing data from the Scopus database and tools such as VOSviewer and Max-QDA software, the research employs citation analysis, bibliographic coupling, co-occurrence analysis, and thematic analysis. The findings show that influential authors like Holmes (2021), Doran (2016), and Nickerson (2016) have received the most citations, and there has been a notable increase in publications since 2020, particularly focusing on sustainability and consumer behavior in sustainable tourism. Emerging themes identified include destination sustainability, the role of technology in sustainable tourism, and local community participation. The study offers valuable insights for researchers, emphasizing the importance of concepts like destination sustainability and green technology in shaping future marketing strategies and policies for sustainable tourism.

* Corresponding Author: mo.safari@umz.ac.ir

How to Cite: xxxxxxxx

Keywords: Customer Journey, Sustainable Tourism, Tourist Behavior, Bibliometric Analysis.

1. Introduction

Sustainable tourism is increasingly recognized as a vital strategy in the global tourism industry, aiming to balance environmental, economic, and social factors. The rapid growth of tourism and the pressure it places on natural resources and local communities have made sustainable practices a crucial focus. Tourism, despite being a major contributor to the global economy, has led to several negative environmental impacts, including pollution, resource depletion, waste production, and pressure on ecosystems. These challenges threaten the sustainability of tourist destinations and the quality of life for local populations. As a result, sustainable tourism has emerged as a solution to reduce these negative impacts while enhancing the economic and social conditions of host communities. The primary goal of sustainable tourism is to manage natural resources responsibly, preserve cultural heritage, support local communities, and provide positive, lasting experiences for tourists (Bausch et al., 2021).

Consumer behavior plays a critical role in the success of sustainable tourism initiatives. Decisions made by tourists, such as choosing destinations, accommodations, and services, have a direct impact on the environment and local communities. Studies suggest that tourist awareness of environmental impacts, interest in sustainable practices, and a willingness to support local communities significantly influence the adoption of sustainable tourism practices (Jain & Sharma, 2021). Additionally, a comprehensive understanding of consumer behavior, particularly in relation to sustainable travel, is essential for developing effective policies and strategies within the tourism industry (Platov et al., 2021). This study aims to provide a bibliometric analysis of customer journey studies in sustainable tourism, analyzing trends, identifying key researchers, and forecasting future developments in this field.

The research questions addressed in this study are as follows:

- What are the trends in the annual publication of scientific research related to customer journey analysis in sustainable tourism?

- Who are the most influential researchers and sources in the field of customer journey and sustainable tourism?
- What are the most frequently used keywords, co-occurrence networks, and trends in research related to customer journey in sustainable tourism?
- What emerging topics and core concepts in the study of customer journey in sustainable tourism can be identified?
- What emerging trends and patterns in customer journey research in sustainable tourism have been identified, and how will these trends shape future research in this field?

3. Methodology

This research employs a combination of bibliometric and thematic analysis to investigate the scientific literature related to customer journey studies in sustainable tourism. Data for this study were collected from the Scopus database, one of the most comprehensive and authoritative sources for scholarly publications in the fields of tourism and management. The analysis focuses on articles published between 2014 and 2024.

To analyze the network of scientific relationships, several methods were utilized, including citation analysis, bibliographic coupling, co-citation analysis, and co-occurrence analysis of keywords. These methods were conducted using VOSviewer software, which is widely used for bibliometric analysis and visualizing scientific networks. Additionally, thematic analysis was performed using Max-QDA software to identify emerging themes and core concepts within the field of customer journey in sustainable tourism. In total, 7 main themes and 15 sub-themes were identified. Thematic analysis helped explore evolving research directions such as sustainability in tourism, the role of technology in sustainable travel, and the involvement of local communities in tourism practices.

The data extracted from the Scopus database include article titles, abstracts, keywords, authors, affiliations, and references cited in each article. The research aims to identify influential articles, authors, and trends in the area of customer journey and sustainable tourism, as well as to analyze keyword co-occurrence to reveal significant research themes. The thematic analysis further complements the bibliometric

methods by providing insights into emerging topics and concepts that are shaping future research in the field.

4. Results

The bibliometric analysis revealed significant trends in research related to customer journey and sustainable tourism. A notable increase in publications since 2020 reflects growing interest in sustainability and consumer behavior, aligning with the global emphasis on responsible travel. Citation analysis identified authors such as Holmes (2021), Doran (2016), Buffa (2015), and Nickerson (2016) as central to the development of concepts in sustainable tourism. Their works are widely referenced, indicating their pivotal role. Co-occurrence analysis revealed key themes like "sustainability," "travel behavior," "ecotourism," and "consumer behavior," highlighting the interdisciplinary nature of sustainable tourism research. Bibliographic coupling showed many cited papers share common sources, indicating influential studies in sustainable tourism. The thematic analysis identified 7 main themes and 15 sub-themes, emphasizing destination sustainability, the role of technology, and local community involvement, pointing to future research directions.

5. Conclusion

This study provides a comprehensive bibliometric analysis of customer journey studies in sustainable tourism, highlighting key trends, influential works, and emerging research directions. The analysis reveals that research in this field has significantly increased in recent years, particularly since 2020, driven by global sustainability concerns and changing consumer behavior. The findings show that the core themes in sustainable tourism research are related to sustainability, consumer behavior, and tourism development, with a growing emphasis on ecotourism and responsible travel.

Additionally, the thematic analysis identified 7 main themes and 15 sub-themes reflecting the evolving focus of research in this field. Key themes such as destination sustainability, the role of technology in sustainable tourism, and local community involvement emerged as central to the ongoing discourse. These emerging themes are shaping future research directions and contribute to a deeper understanding of the complex relationship between tourism, sustainability, and consumer behavior.

The results of this study can help researchers identify influential articles and authors, as well as emerging research trends in the field of sustainable tourism. The findings provide valuable insights for policymakers and tourism practitioners, offering guidance for developing effective strategies to promote sustainable tourism practices. This bibliometric and thematic analysis serves as a foundation for future research in customer journey studies and sustainable tourism, laying the groundwork for further exploration of sustainability and its integration with consumer behavior in tourism.

آماده انتشار

واکاوی جایگاه مطالعات سفر مشتری در ترویج اهداف گردشگری پایدار: تحلیل روند گذشته و چشم انداز آینده پژوهش

دکتری مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه مازندران،
بابلسر، مازندران، ایران.

مرضیه مرادی 

استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اقتصادی و اداری، دانشگاه
مازندران، بابلسر، مازندران، ایران.

محمد صفری 

چکیده

این پژوهش با رویکرد آمیخته کتاب‌سنجی و تحلیل مضمون، جایگاه «مطالعات سفر مشتری» را در پیشبرد گردشگری پایدار واکاوی می‌کند. داده‌های مقالات انگلیسی حوزه کسب و کار طی سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۵ از Scopus گردآوری و با روش‌های متعارف تحلیل شبکه و استخراج مضمون بررسی شد. نتایج نشان می‌دهد از سال‌های پس از ۲۰۲۰ رشد معناداری در تولید و استناد رخ داده و «پایداری» به صورت نظام‌مند با محورهای رفتاری مرتبط با سفر—از جمله تحرک و انتخاب‌های حمل‌ونقلی—گره می‌خورد. شبکه همکاری نویسندگان/سازمان‌ها چندخوشه‌ای است و توزیع جغرافیایی تولیدات علمی چندکانونی اما نابرابر جلوه می‌کند. مضامین کلیدی حول پایداری مقصد و مدیریت منابع، فناوری‌های توانمندساز، تجربه گردشگر و رفتار پایدار، پیامدهای زیست‌محیطی/اجتماعی، حمل‌ونقل پایدار، مشارکت جامعه محلی و سیاست‌گذاری/حکمرانی سازمان می‌یابد. بر این مبنای دستورکار آینده بر سنجش‌های رفتاری مرحله‌محور در امتداد نقشه سفر مشتری، طرح‌های طولی/علی برای عبور از قصد به رفتار، پیوند داده‌های چندمنبعی در کل سفر، و تناسب‌سازی مداخلات با بافت‌ها و بخش‌بندی‌های مخاطب تأکید دارد. این مطالعه با ارائه نقشه‌ای یکپارچه از ادبیات و صورت‌بندی شکاف‌ها، مسیر پژوهش و سیاست‌گذاری مبتنی بر رفتار را روشن می‌کند.

کلیدواژه‌ها: سفر مشتری، گردشگری پایدار، رفتار گردشگر، تحلیل کتاب‌سنجی.

مقدمه

گردشگری پایدار به عنوان یک راهبرد کلیدی در توسعه صنعت گردشگری شناخته می‌شود که هدف آن ایجاد تعادل میان جنبه‌های زیست‌محیطی، اقتصادی و اجتماعی توسعه گردشگری است. در شرایطی که صنعت گردشگری به سرعت در حال گسترش است و فشارهای زیادی بر منابع طبیعی و جوامع محلی وارد می‌آید، اهمیت توجه به این راهبرد دوچندان می‌شود. هدف از گردشگری پایدار، مدیریت مسئولانه منابع طبیعی، حفاظت از میراث فرهنگی، حمایت از جوامع محلی و ارائه تجربه‌ای مثبت و ماندگار برای گردشگران است (Bausch et al., 2021).

در این راستا، «سفر مشتری» به عنوان یک چارچوب یکپارچه برای پیوند دادن تجربه بازدیدکنندگان در تمام نقاط تماس، با انتخاب‌ها و کنش‌های محیط‌دوستانه مطرح می‌شود. سفر مشتری نشان می‌دهد چگونه طراحی تجربه و فرآیندهای خدمت می‌توانند تصمیمات پایدار را تقویت کنند. این چارچوب با ادغام فناوری‌های هوشمند و رویکردهای مدیریتی پایدار، به مسیر اثرگذاری بر رفتار مصرف‌کنندگان و بهبود تخصیص منابع کمک می‌کند و بدین ترتیب به تحقق اهداف پایداری در مقصد می‌انجامد (Platov et al., 2021). همچنین، بهره‌گیری از نقشه سفر مشتری در هتل‌ها و رستوران‌ها می‌تواند شیوه‌های اقتصاد دایره‌ای همچون «طراحی مجدد، کاهش، استفاده مجدد و بازیافت» را عملیاتی کند، زنجیره ارزش را بهبود دهد، همکاری میان ذی‌نفعان را تقویت کند و به مدل‌های کسب و کار پایدارتر بینجامد (Sánchez-Planelles et al., 2024).

با توجه به این مهم، طراحی تجربه پایدار مشتری با هم‌راستا کردن تجربه‌های مشترک با اهداف توسعه پایدار و ترکیب بینش‌های طراحی و علوم اجتماعی، مدیریت اثربخش تجربه را ممکن می‌کند و پیوند «اقتصاد تجربه» با «توسعه پایدار» را به فرصتی برای پاسخ‌های نوآورانه در طول سفر مشتری تبدیل می‌سازد (Smit & Melissen, 2018). با وجود این اهمیت، چالش‌های اجرایی و کمبود شواهد تجربی قوی در زمینه سفر مشتری مرتبط با گردشگری پایدار، نیاز به پژوهش‌های

جامع تر و کاربردی تر را برای بهره‌گیری کامل از ظرفیت‌های آن در ارتقای پایداری خدمات نشان می‌دهد (Pantouvakis & Gerou, 2022). در چارچوب سفر مشتری، پیوند میان رفتار مصرف‌کنندگان خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی و جهت‌گیری بازار به‌سوی پایداری دوطرفه است. از یک‌سو، ترجیحات و سبک مصرفی پایدار مانند تمایل به پرداخت برای اقامتگاه‌های دارای گواهی سبز، توجه به برجسب‌های کربنی و انتخاب حمل‌ونقل کم‌کربن، فشار تقاضا به‌وجود می‌آورد و بنگاه‌ها و مقاصد را به توسعه محصولات و فرآیندهای پایدار ترغیب می‌کند (Kang et al., 2012). از سوی دیگر، سازوکارهای بازاری و بازاریابی پایدار، مانند ارائه گزینه‌های پیش‌فرض سبز، شفاف‌سازی برجسب‌ها و قیمت‌گذاری مبتنی بر هزینه اجتماعی، می‌توانند رفتار گردشگران را به‌سمت انتخاب‌های مسئولانه هدایت کنند (Goldstein et al., 2008; Pichert & Katsikopoulos, 2008). بدین ترتیب، بازار و مصرف‌کننده در یک چرخه هم‌تکاملی، از طریق علائم کیفیت، بازخوردهای پس از تجربه و میانجی‌گری پلتفرم‌ها و سیاست‌ها، پایداری را تقویت می‌کنند. تمرکز اصلی این پژوهش بر سازوکارهای تقاضامحور در طول سفر مشتری است و در عین حال در بخش بحث به دلالت‌های مدیریتی مسیرهای عرضه‌محور نیز پرداخته خواهد شد (Assaker & O'Connor, 2023; Godovykh et al., 2024). در این پژوهش، هدف اصلی تحلیل کتاب‌سنجی و تحلیل مضمون مطالعات سفر مشتری در حوزه‌های مرتبط با گردشگری پایدار است. این تحقیق علاوه‌بر بررسی روندهای رفتاری مصرف‌کنندگان خدمات گردشگری و شناسایی پژوهشگران و منابع کلیدی در این حوزه، به تحلیل شبکه هم‌رخدادی کلمات کلیدی و استخراج مضامین از داده‌های موجود نیز می‌پردازد.

در این راستا، داده‌های علمی استخراج‌شده از پایگاه اسکوپوس با استفاده از روش‌های کتاب‌سنجی و تحلیل مضمون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. تحلیل‌های کتاب‌سنجی بر شبیه‌سازی شبکه‌های علمی، پیوندهای استنادی و هم‌رخدادی کلمات کلیدی تمرکز

داشته‌اند، در حالی که تحلیل مضمون بر شناسایی الگوهای نوظهور و مفاهیم اساسی مرتبط با رفتار گردشگر و گردشگری پایدار متمرکز است.

این ترکیب روش‌شناسی کتاب‌سنجی و تحلیل مضمون به ما این امکان را می‌دهد که نه تنها روندهای گذشته را بررسی کنیم، بلکه به شناسایی و تحلیل موضوعات نوظهور و مفاهیم کلیدی پرداخته و راهکارهایی برای توسعه این حوزه در آینده ارائه دهیم.

با توجه به اهداف و روش‌های تحقیقاتی مطرح‌شده، سؤالات پژوهشی به شرح زیر تعریف شده‌اند:

- ❖ روند زمانی انتشار تولیدات علمی پیرامون تحلیل کتاب‌سنجی و تحلیل مضمون مطالعات سفر مشتری در گردشگری پایدار چگونه بوده است؟
- ❖ اثرگذارترین تولیدات علمی، منابع و پژوهشگران در زمینه سفر مشتری در گردشگری پایدار کدامند؟
- ❖ پرتکرارترین کلمات کلیدی، شبکه هم‌رخدادی و روند تحول زمانی آنها در پژوهش‌های مرتبط با سفر مشتری در گردشگری پایدار چگونه است؟
- ❖ موضوعات محرک، مفاهیم در حال ظهور و مفاهیم اساسی پیرامون سفر مشتری در گردشگری پایدار کدامند؟
- ❖ چه روندها و الگوهای نوظهور در تحقیقات سفر مشتری در گردشگری پایدار شناسایی شده است و این روندها چه تأثیری بر آینده تحقیقات در این حوزه خواهند داشت؟

مبانی نظری

گردشگری پایدار

گردشگری پایدار بر توازن میان نیازهای حال حاضر و توانایی نسل‌های آینده در استفاده از منابع طبیعی، فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی تأکید دارد (Rakhmonov, 2024). در این زمینه، نظریه‌های مختلفی وجود دارند که به چگونگی حفظ منابع زیست‌محیطی و اجتماعی و همچنین درگیر کردن گردشگران در این فرآیند می‌پردازد. یکی از مهم‌ترین نظریه‌ها، نظریه مدیریت منابع پایدار است که بر ضرورت استفاده مسئولانه از منابع طبیعی و فرهنگی تأکید دارد (Bausch et al., 2021). طبق این نظریه، گردشگری باید به گونه‌ای

سازماندهی شود که اثرات منفی آن بر محیط زیست و جوامع محلی به حداقل برسد.

سفر مشتری در گردشگری پایدار

برای نظام‌مند کردن مبانی نظری، چارچوب این بخش بر دو محور استوار است: فرایند تصمیم‌گیری گردشگر برای انتخاب‌های محیط‌دو ستانه و عوامل زمینه‌ای اثرگذار. در بعد تصمیم‌گیری، پنج گام متمایز در سفر مشتری را در نظر می‌گیریم: (۱) تشخیص مسئله و شکل‌گیری حساسیت نسبت به پیامدهای زیست‌محیطی سفر، که با سازه‌های نگرش، هنجار و کنترل ادراک‌شده در نظریه رفتار برنامهریزی‌شده و نقش هنجار شخصی در چارچوب‌های نظریه ارزش-باور-هنجار^۱ / الگوی فعال‌سازی هنجار^۲ تبیین می‌شود (Ajzen, 1991; Stern, 2000); (۲) جست‌وجو و پردازش اطلاعات درباره گزینه‌های سبز، که با منطق «شناخت ← عاطفه ← رفتار» در سلسله‌مراتب اثرات و اثرارائه پیام‌ها/سرنخ‌های سبز در الگوی محرک-سازمان-پاسخ^۳ / منظر خدمات^۴ توضیح داده می‌شود (Lavidge & Steiner, 1961; Bitner, 1992); (۳) ارزیابی گزینه‌ها و سنجش مطلوبیت نسبی، که علاوه بر سازه‌های قصد در نظریه رفتار برنامهریزی‌شده^۵، به سیگنال‌دهی از طریق برجسب‌ها/گواهی‌های پایداری برای کاهش عدم‌تقارن اطلاعات متکی است (Spence, 1973; Assaker & O'Connor, 2023); (۴) انتخاب/خرید، که با مداخلات معماری انتخاب همچون پیش‌فرض‌های سبز و قاب‌بندی اطلاعات به‌گذار از قصد به رفتار کمک می‌شود (Thaler & Sunstein, 2008; Pichert & Katsikopoulos, 2008); و (۵) تجربه و پس‌اسفر شامل رضایت، قصد تکرار و توصیه که در پرتو تثبیت هنجار شخصی (نظریه ارزش-باور-هنجار / الگوی فعال‌سازی هنجار) و هم‌آفرینی ارزش در منطق خدمت‌محور معنا می‌یابد (Vargo & Lusch, 2008). بعد زمینه‌ای نیز پنج لایه را شامل می‌شود: فردی/روانی، اجتماعی/هنجاری (پیام‌های هنجاری)، بازار/معماری انتخاب (نُج‌ها، برجسب‌های سبز)، مقصد/سیاست و زیرساخت (قیود و

¹ Value-Belief-Norm Theory

² Norm Activation Model

³ Stimulus-Organism-Response

⁴ Servicescape

⁵ Theory of Planned Behavior

⁶ Nudges

امکانات زیست محیطی)، و پلتفرم‌های دیجیتال که پذیرش آن‌ها با مدل پذیرش فناوری^۱ / نظریه یکپارچه پذیرش و استفاده از فناوری^۲ تبیین می‌شود (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003). این تقسیم‌بندی نشان می‌دهد هر نظریه در کدام گام تصمیم‌گیری عمل می‌کند و کدام لایه زمینه‌ای آن را تقویت/تضعیف می‌کند؛ در نتیجه، مبنای کاربردی برای طراحی مداخله‌ها و سیاست‌های ارتقای رفتارهای پایدار فراهم می‌شود.

عوامل پذیرش رفتارهای پایدار در گردشگری

یکی از عوامل مهم در ترویج شیوه‌های پایدار، درک رفتار مصرف‌کنندگان و موانعی است که بر پذیرش این شیوه‌ها تأثیر می‌گذارند. طبق تحقیق Papafoti et al. (2025)، آزمایش‌های حمل‌ونقل پایدار در دانشگاه وارویک^۳ نشان داد که علی‌رغم تمایل دانشجویان و کارکنان به استفاده از روش‌های حمل‌ونقل پایدار، موانعی مانند هزینه‌ها، عدم آگاهی از خدمات جدید و عادت به استفاده از خودروهای شخصی مانع از پذیرش کامل این شیوه‌ها می‌شود. این نتایج بر اهمیت شناسایی و رفع موانع در پذیرش سفرهای پایدار تأکید دارد و می‌تواند به توسعه راهبردهای مؤثر برای ترویج گردشگری پایدار کمک کند.

ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند نقش مهمی در رفتار مصرف‌کنندگان خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی و انتخاب‌های آن‌ها در زمینه اقامت پایدار ایفا کنند. طبق تحقیق انجام شده توسط Li و Gao (2025)، ویژگی‌های شخصیتی از قبیل ویژگی‌های آلفا و بتا از مدل پنج عاملی شخصیت می‌توانند تأثیرات متفاوتی بر رفتار گردشگران در انتخاب خدمات اقامتی داشته باشند. به‌ویژه، افرادی با ویژگی‌های آلفا تمایل بیشتری به انتخاب محصولات پایدار و کمک به بقای آن‌ها دارند، در حالی که افراد با ویژگی‌های بتا، به دلیل جستجوی نوآوری و رفتارهای جدید، احتمال بیشتری دارد که به سمت خدمات ناپایدار یا جدیدتر گرایش پیدا کنند. این نتایج نشان می‌دهد که ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند به‌طور مستقیم بر انتخاب‌های پایدار در گردشگری تأثیر بگذارند و درک این ویژگی‌ها برای تدوین راهبردهای گردشگری پایدار ضروری است (Gao & Li, 2025).

یکی از عوامل مهم در ترویج گردشگری پایدار، تأثیر آگاهی زیست‌محیطی و اجتماعی بر رفتار مصرف‌کنندگان است. طبق تحقیق Khuadthong et al. (2025)، آگاهی نسبت

¹ Technology Acceptance Model

² Theory of Acceptance and Use of Technology

³ Warwick

به اهمیت کاهش انتشار کربن و آگاهی اجتماعی و زیست محیطی تأثیرات مثبتی بر رفتار گردشگران سالمند در زمینه سفرهای پایدار دارند. این تحقیق نشان می‌دهد که آگاهی زیست محیطی، به‌ویژه در گروه‌های سنی مسن، نقش اساسی در انتخاب شیوه‌های پایدار سفر ایفا می‌کند. علاوه بر این، این مطالعه بر اهمیت تعامل بین آگاهی اجتماعی و زیست محیطی تأکید دارد و پیشنهاد می‌کند که خط‌مشی‌گذاران و برنامه‌ریزان باید با ترویج آگاهی‌های زیست محیطی و اجتماعی، رفتارهای پایدار را در گردشگران تقویت کنند (Khuadthong et al., 2025).

یکی از عوامل مهم در پذیرش رفتارهای سبز و پایدار در گردشگری، ویژگی‌های محیطی اقامتگاه‌ها و تأثیر آن‌ها بر تصمیمات محیطی مهمان‌ها است. طبق تحقیق Li و Xue (2025)، ویژگی‌های زنانه در طراحی و نام‌گذاری اقامتگاه‌ها می‌توانند به‌عنوان یک سازوکار جایگزین برای تشویق رفتارهای سبز عمل کنند. این مطالعه نشان می‌دهد که اقامتگاه‌هایی با ویژگی‌های زنانه چندوجهی، به‌ویژه در مکان‌های تفریحی، می‌توانند احساس راحتی و آرامش بیشتری در مهمانان ایجاد کرده و در نتیجه آن‌ها را به اتخاذ تصمیمات محیطی آگاهانه‌تر و سبزتر ترغیب کنند. این یافته‌ها تأکید دارند که ایجاد محیط‌های اقامتی با ویژگی‌های خاص می‌تواند نقشی مهم در ترویج رفتارهای پایدار و سبز در صنعت گردشگری ایفا کند (Xue & Li, 2025).

جدول ۱. خلاصه پیشینه پژوهش

نویسنده	عنوان	روش	یافته‌های کلیدی	نظریه/چارچوب
Ajzen (1991)	نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده	مفهومی/مروری	رفتار تابع قصد؛ قصد از نگرش، هنجار ذهنی و کنترل ادراک شده شکل می‌گیرد.	TPB

VBN/NAM	چارچوب VBN/NAM: ارزش‌ها ← باورها ← هنجار شخصی مسیرهای مختلف رفتار زیست‌محیطی را توضیح می دهد.	مفهومی/چارچوب سازی	به سوی یک نظریه منسجم درباره رفتارهای زیست‌محیطی مهم	Stern (2000)
سلسله‌مراتب اثرات	مدل سلسله‌مراتب اثرات (شناخت ← عاطفه ← رفتار) برای سنجش اثربخشی پیام‌ها.	مفهومی/مدلی	مدلی اندازه‌گیری پیش‌بینی‌کننده اثربخشی تبلیغات	Lavidge & Steiner (1961)
S-O-R / Servicescape	سرنخ‌های محیط خدمات بر واکنش‌های درونی و رفتار مشتری/کارکنان اثر می‌گذارند.	مفهومی (چارچوب خدماتcape)	خدمات فضاها: تأثیر محیط فیزیکی بر مشتریان و کارکنان.	Bitner (1992)
نظریه سیگنال‌دهی	سیگنال‌های پرهزینه (مثل آموزش) عدم تقارن اطلاعات را کاهش می‌دهد.	نظری/مدل اقتصادی	سیگنال‌دهی در بازار کار	Spence (1973)

Assaker & O'Connor (2023)	اهمیت برچسب‌ها/نشان های گواهی‌نامه سبز در انتخاب رزرو هتل آنلاین توسط مصرف‌کنندگان: مطالعاتی پس از COVID-19.	کمی (ترجیح/انتخاب)	برچسب‌های سبز احتمال انتخاب هتل را افزایش می‌دهند (اهمیت نسبی کمتر از برخی ویژگی‌ها).	سیگنال‌دهی/انتخاب
Thaler & Sunstein (2008)	نُج: بهبود تصمیم‌گیری در مورد سلامت، ثروت و خوشبختی	کتاب نظری/کاربردی	معماری انتخاب (پیش‌فرض‌ها، قاب‌بندی) می تواند رفتار را به گزینه‌های مطلوب (از جمله سبز) هدایت کند.	Nudge
Pichert & Katsikopoulos (2008)	پیش‌فرض‌های سبز: ارائه اطلاعات و رفتارهای حامی محیط‌زیست.	آزمایشی/رفتاری	پیش‌فرض سبز، پذیرش رفتارهای سبز (مثل برق سبز) را به‌طور معتادار بالا می برد.	Nudge/پیش‌فرض
Vargo & Lusch (2008)	منطق غالب خدمات: ادامه تکامل	مفهومی/توسعه نظری	به‌روزرسانی SDL و تأکید بر هم‌آفرینی ارزش در	Service-Dominant Logic

تعاملات خدمت محور.			
TAM	«مفید بودن» و «سهولت استفاده» پیش بین های کلیدی پذیرش / استفاده فناوری اند.	کمی / مدل یابی	مفید بودن ادراک شده، سهولت استفاده ادراک شده و پذیرش فناوری اطلاعات توسط کاربران.
UTAUT	UTAUT با چهار سازه اصلی و تعدیلگرها (جنسیت، سن، تجربه، اختیار) قصد / استفاده را تبیین می کند.	ترکیبی / اعتبارسنجی میدانی	پذیرش فناوری اطلاعات توسط کاربران: به سوی یک دیدگاه یکپارچه
	حکمرانی / پایداری سوء برداشت ها و پارادوکس شد در «گردشگری پایدار»؛ نیاز به رویکردهای سیستمی.	تجربی / دیدگاهی	گردشگری پایدار: چالش های نادیده گرفته شده
تغییر رفتار حمل و نقل	هاب «Choose Your Way Warwick» تغییر به مدهای پایدار را تقویت	میدانی / مداخله ای	آزمایش های حمل و نقل جدید و تغییر رفتار سفر در بستر پردیس
			Papafoti et al. (2025)

Bausch et al.
(2021)

می‌کند؛ موانع: عادت، هزینه، آگاهی.	دانشگاهی در بریتانیا: دیدگاه‌هایی از اکوسیستم هاب حمل و نقل Choose " Your Way ".Warwick
آگاهی ← قصد ← رفتار سواد کربنی و آگاهی اجتماعی- زیست‌محیطی رفتار سفر پایدار سالمندان را بهبود می دهد.	شکل‌دهی به رفتار گردشگری پایدار در میان گردشگران مسئ: نقش‌های سواد کربن پایین و آگاهی اجتماعی- محیطی. Khuadthong et al. (2025)
طراحی تجربه /سیگنال هویتی نشانه‌های «زنانه» چندوجهی در طراحی/نام‌گذار ی اقامتگاه، انتخاب‌های سبز مهمانان را تقویت می‌کند.	پیمایش/آزمایش نظریه جبران ویژگی‌های زنانه: تأثیر اقامتگاه‌های چندوجهی زنانه بر انتخاب‌های سبز مهمانان. Xue & Li (2025)
توصیفی/سیاستی نقش اکوتوریسم در توسعه منطقه؛	گزارش توصیفی اکوتوریسم به‌عنوان راهی برای توسعه گردشگری پایدار در منطقه. Rakhmonov (2024)

Value Coexistence / شخصیت	«هم‌زیستی ارزش»؛ نقش شخصیت مسافر در بقای اقامت اشتراکی را تبیین/آزمون می کند.	مفهومی/مدلی	نظریه هم‌زیستی ارزش‌ها: چگونه شخصیت مسافر بر بقای اقامتگاه‌های اشتراکی تأثیر می‌گذارد؟	Gao & Li (2026)
---------------------------------	---	-------------	--	--------------------

روش

این پژوهش از نوع توصیفی-تحلیلی و با رویکرد آمیخته کتاب‌سنجی و تحلیل مضمون انجام شده است. هدف اصلی این پژوهش، تحلیل شبکه علمی پژوهش‌های مرتبط با سفر مشتری و رفتار مصرف‌کنندگان خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی در گردشگری پایدار است که با تکیه بر داده‌های پایگاه اسکوپوس و استفاده از نرم‌افزار VOSviewer برای مصورسازی و تحلیل شبکه‌های علمی انجام گردیده است. علاوه بر تحلیل کتاب‌سنجی، از تحلیل مضمون برای استخراج مضامین کلیدی و شناسایی مفاهیم نوظهور در این حوزه استفاده شده است.

برای انجام تحلیل مضمون، از نرم‌افزار MAXQDA نسخه ۲۰۲۴ استفاده گردید. پس از استخراج داده‌ها از پایگاه اسکوپوس، کدگذاری اولیه بر اساس عناوین، چکیده‌ها و کلمات کلیدی مقالات انجام شد. در ابتدا، ۷۴۹ کد باز شناسایی گردید که پس از حذف کدهای نامرتب، تعداد کدهای باز به ۳۵۹ رسید. این کدها در مراحل بعدی به ۷ تم اصلی و ۱۵ تم فرعی دسته‌بندی شدند.

با توجه به جامعیت و اعتبار بین‌المللی پایگاه Scopus در نمایه‌سازی مقالات علمی حوزه گردشگری، این پایگاه به عنوان منبع اصلی گردآوری داده‌ها انتخاب شد. داده‌های استخراج‌شده شامل عنوان مقاله، چکیده، کلیدواژه‌ها، نویسندگان، وابستگی سازمانی، سال انتشار و منابع هر مقاله بود. برای تحلیل شبکه‌های علمی، شناسایی خوشه‌ها و هم‌رخدادی واژگان، از نرم‌افزار VOSviewer استفاده شد.

جستجوی اولیه با استفاده از ترکیبی از کلیدواژه‌های تخصصی مرتبط با سفر مشتری، رفتار مصرف کننده و گردشگری پایدار انجام شد. محدوده جستجو مقالات انگلیسی، نوع سند «مقاله پژوهشی» و بازه زمانی (۲۰۱۴ تا ۲۰۲۵) تعیین شد تا آخرین روندهای علمی پوشش داده شود.

برای افزایش دقت و اعتبار نتایج، معیارهای ورود و خروج به صورت زیر تنظیم و در جدول ۱ نمایش داده شده است:

جدول ۲. معیارهای جست و جوی مقالات در پایگاه داده اسکوپوس

معیار	شرایط ورود	شرایط خروج
پایگاه داده	فقط مقالات نمایه شده در Scopus	مقالات سایر پایگاه‌ها
زبان	انگلیسی	سایر زبان‌ها
نوع سند	مقاله پژوهشی (Article)	کتاب، فصل کتاب، مرور (Review)، کنفرانس، نامه و...
کلیدواژه	ترکیب کلیدواژه‌های "customer journey"، "consumer behavior"، "sustainable tourism"، "eco-tourism" و ...	مقالات فاقد ارتباط با گردشگری پایدار و رفتار مصرف کننده
سال انتشار	۲۰۱۴ تا ۲۰۲۵	خارج از بازه زمانی
دسترسی	دسترسی به اطلاعات کتاب‌سنجی (عنوان، چکیده، کلیدواژه، نویسندگان)	فاقد اطلاعات کامل کتاب‌سنجی

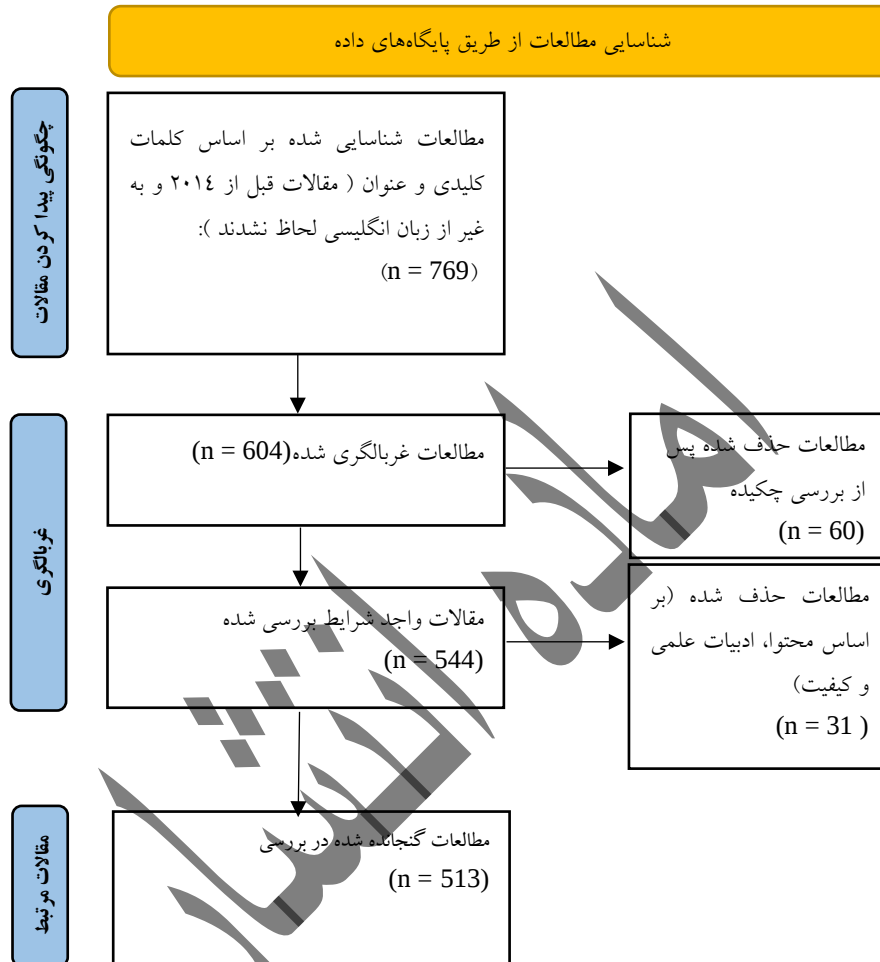
مراحل استخراج و تحلیل داده‌ها

۱. جستجو و بازیابی مقالات: درخواست تعریف شده در پایگاه داده Scopus اجرا و نتایج حاصل در قالب فایل CSV استخراج شد.

(ALL ("customer journey" OR "customer experience" OR "consumer behavior" OR "tourist experience" OR "travel behavior") AND ALL ("sustainable tourism" OR "eco-tourism" OR "sustainable travel" OR "green tourism")) AND PUBYEAR > 2013 AND PUBYEAR < 2025 AND (LIMIT-TO (SRCTYPE , "j")) AND (LIMIT-TO (OA , "all")) AND (LIMIT-TO (PUBSTAGE , "final")) AND (LIMIT-TO (EXACTKEYWORD , "Tourism"))

OR LIMIT-TO (EXACTKEYWORD , "Tourist Behavior") OR
LIMIT-TO (EXACTKEYWORD , "Travel Behavior") OR LIMIT-
TO (EXACTKEYWORD , "Sustainable Tourism") OR LIMIT-TO
(EXACTKEYWORD , "Sustainable Development")) AND (
LIMIT-TO (DOCTYPE , "ar")) AND (LIMIT-TO (SUBJAREA
, "BUSI")) AND (LIMIT-TO (LANGUAGE , "English"))

برای اجرای جست و جوی کتاب سنجی در پایگاه اسکوپوس، ابتدا ترکیبی از دو خوشه مفهومی به صورت همزمان به کار رفت: خوشه نخست شامل «سفر مشتری»، «تجربه مشتری»، «رفتار مصرف کننده»، «تجربه گردشگر» و «رفتار سفر» و خوشه دوم شامل «گردشگری پایدار»، «اکوتوریسم»، «سفر پایدار» و «گردشگری سبز». نتایج صرفاً به بازه زمانی ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۵ محدود شد، نوع منبع به مقالات منتشر شده در مجلات (نسخه نهایی) و با دسترسی آزاد (همه انواع) تقلیل یافت، و زبان اسناد «انگلیسی» تعیین گردید. برای افزایش دقت، کلیدواژه‌های نمایه‌ای دقیق به «گردشگری»، «رفتار گردشگر»، «رفتار سفر»، «گردشگری پایدار» و «توسعه پایدار» محدود شد، نوع سند به «مقاله پژوهشی» و حوزه موضوعی به «کسب و کار» مقید گردید. برای تضمین حضور مفهوم سفر مشتری، یک شرط مفهومی پساجست و جو اعمال شد: مقالات بازیابی شده تنها در صورتی به مرحله‌ی تحلیل منتقل شدند که در عنوان/چکیده/کلیدواژه‌ها یا متن کامل، به صورت صریح به «سفر مشتری» یا یکی از مراحل آن (آگاهی-ارزیابی، انتخاب/خرید، تجربه در مقصد، پسا سفر) پرداخته باشند. پس از اجرای جست و جو و بازیابی نتایج، داده‌ها در قالب پرونده CSV استخراج شد و با حذف موارد تکراری و پالایش گام به گام (بررسی عنوان و چکیده بر پایه معیارهای ورود و خروج از پیش تعریف شده) مجموعه نهایی برای تحلیل کتاب سنجی آماده گردید.



نمودار ۱. فلوچارت روند بررسی مقالات

۲. غربالگری: در مرحله «شناسایی»، بر پایه راهبرد جست‌وجوی تعریف‌شده در اسکوپوس (ترکیب دو خوشه مفهومی پیرامون سفر/تجربه مشتری و گردشگری/سفر پایدار با قیود سال انتشار ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۵، زبان انگلیسی، نوع سند «مقاله» در مجلات، مرحله انتشار نهایی، دسترسی آزاد، حوزه موضوعی «کسب‌وکار» و کلیدواژه‌های نمایه‌ای دقیق)، در مجموع ۷۶۹ رکورد بازیابی شد. در مرحله «غربالگری»، ۶۰ عنوان/چکیده به علت

ناهمخوانی با دامنه موضوعی حذف شد و ۶۰۴ رکورد برای بررسی کامل باقی ماند. در مرحله «ارزیابی شایستگی»، متن کامل ۵۴۴ مقاله ارزیابی شد که از این میان ۳۱ مورد به دلیل عدم کفایت محتوای علمی/کیفی کنار گذاشته شد. در نهایت، در مرحله «گنجاندن»، ۵۱۳ مطالعه معیارهای ورود را احراز کرده و در سنتز و تحلیل کتاب‌سنجی منظور شد. این روند به‌طور دقیق و منظم در قالب نمودار پریزما ترسیم شده است تا شفافیت و پیوستگی مراحل غربالگری نشان داده شود.

۳. استخراج اطلاعات کتاب‌سنجی: برای هر مقاله اطلاعاتی از جمله عنوان، چکیده، کلیدواژه‌ها، نویسندگان، سال انتشار و وابستگی سازمانی ثبت گردید.

۴. تحلیل و مصورسازی داده‌ها: داده‌های نهایی به نرم‌افزار VOSviewer منتقل و تحلیل‌های زیر بر روی آن‌ها انجام شد:

- تحلیل روند انتشار سالیانه و میزان استناد به مقالات
- تحلیل هم‌رخدادی واژگان کلیدی
- تحلیل شبکه همکاری نویسندگان و سازمان‌ها

۵. تحلیل مضمون: علاوه بر تحلیل کتاب‌سنجی، تحلیل مضمون نیز به منظور استخراج مفاهیم و موضوعات نوظهور انجام گرفت. برای این منظور، فایل خروجی از اسکوپوس با معیارهای ورودی استخراج‌شده، بررسی و کدگذاری شد. در ابتدا ۷۴۹ کد باز اولیه استخراج شد که پس از حذف کدهای نامرتب، به تعداد ۳۵۹ کد باز رسید. این کدها در مراحل بعدی به ۸ تم اصلی و ۱۵ تم فرعی دسته‌بندی شدند تا مفاهیم و روندهای کلیدی در پژوهش‌های مربوط به سفر مشتری و گردشگری پایدار شناسایی شوند.

۶. روایی و پایایی: برای ارزیابی روایی و پایایی تحلیل مضمون، از روش‌های شناخته‌شده و معتبر استفاده شد. روایی از طریق بررسی مضامین توسط متخصصان حوزه و تطابق آن‌ها با ادبیات موجود تأمین شد. برای سنجش پایایی، از شاخص کاپا^۱ استفاده گردید که میزان کاپا برابر با ۰٫۷۶ بود، که نشان‌دهنده تطابق قابل قبول و پایایی نتایج است.

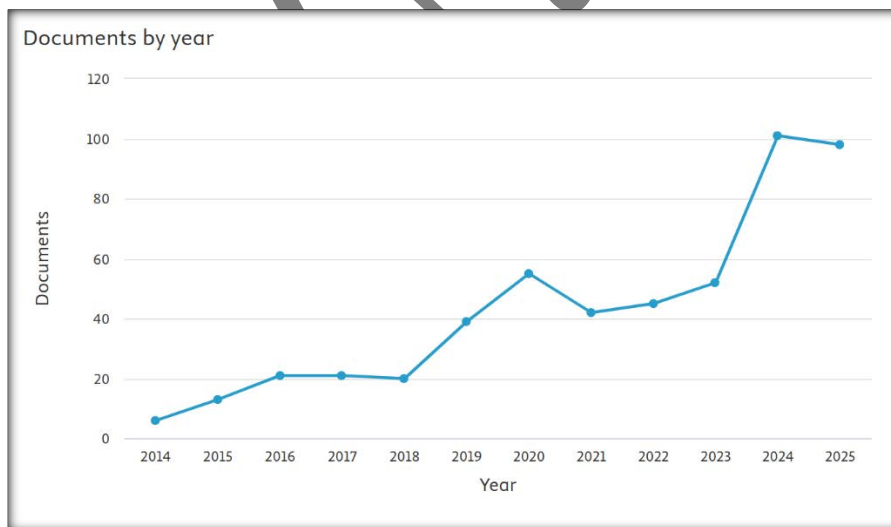
یافته‌ها

¹ Cohen's Kappa

تحلیل روند انتشار سالیانه مقالات

در این تحلیل، روند تغییرات تعداد مقالات منتشر شده در زمینه سفر مشتری و گردشگری پایدار در طول سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۵ بررسی شده است. بر اساس نمودار (۱)، تعداد مقالات از سال ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۹ به‌طور نسبی ثابت بوده است. با این حال، از سال ۲۰۲۰ به بعد، شاهد یک افزایش چشمگیر در تعداد مقالات منتشر شده هستیم که نمایانگر توجه بیشتر پژوهشگران به این حوزه در سال‌های اخیر است.

این افزایش چشمگیر در تعداد مقالات علمی منتشر شده در سال‌های اخیر، ممکن است ناشی از توجه روزافزون به گردشگری پایدار و رفتار مصرف‌کنندگان خدمات گردشگری و مهمان‌نوازی در سفرهای پایدار باشد. به‌ویژه، روند رشد مقالات بررسی شده در این مطالعه نشان می‌دهد که موضوعات مرتبط با سفر مشتری در بستر گردشگری پایدار، بیش از گذشته در کانون توجه پژوهشگران قرار گرفته‌اند. نمودار ۲، روند سالانه انتشار مقالات در این حوزه را به‌طور گرافیکی نمایش می‌دهد.



نمودار ۲. روند سالانه انتشار مقالات در زمینه رفتار گردشگران در گردشگری پایدار بر اساس پایگاه داده اسکوپوس

تحلیل شبکه همکاری نویسندگان و سازمان‌ها

در این پژوهش، به منظور شناسایی ساختار همکاری علمی پژوهشگران فعال در حوزه سفر مشتری در گردشگری پایدار، تحلیل همکاری نویسندگان با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer انجام شد. نتایج این تحلیل به‌طور کلی نشان‌دهنده شبکه‌ای از نویسندگان است که در همکاری‌های علمی در این حوزه مشارکت داشته‌اند و این همکاری‌ها می‌توانند به شناسایی روندهای اصلی و مفاهیم کلیدی در تحقیقاتی که به بررسی سفر مشتری در گردشگری پایدار پرداخته‌اند، کمک کنند.

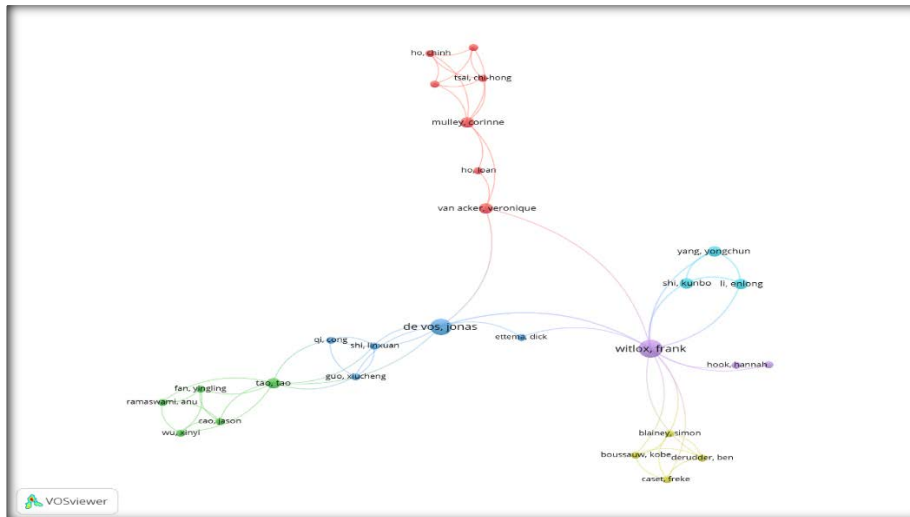
بر اساس نقشه به‌دست‌آمده (شکل ۱)، مشاهده می‌شود که برخی از نویسندگان در این حوزه به صورت فعال‌تر و در همکاری‌های گسترده‌تر با دیگران درگیر هستند. به طور خاص، نویسندگانی نظیر HO, CHINH و TSA, CHI-HONG در خوشه‌های اصلی شبکه همکاری قرار دارند و همکاری‌های مکرری را در این زمینه انجام داده‌اند. این امر نشان‌دهنده تعامل علمی گسترده میان این پژوهشگران است.

همچنین، نویسندگان دیگری مانند De Vos, Jonas و Tao, Tao نیز در گروه‌های همکاری مشخصی قرار دارند که نشان‌دهنده همکاری‌های مستمر و فعالیت‌های علمی آنها در این حوزه است. علاوه بر این، گروه‌های دیگری مانند Yang, Yongchun و Witlox, Frank به‌طور برجسته در نقشه نمایش داده شده‌اند، که همکاری‌های بین‌المللی میان پژوهشگران را نشان می‌دهند.

با این حال، بسیاری از نویسندگان دیگر مانند Caset, Freke و Blainey, Simon به‌طور محدودتر و با همکاری‌های کمتر در تحقیقات این حوزه مشارکت داشته‌اند. این امر می‌تواند نشان‌دهنده تمرکز کمتر در همکاری‌های بین‌المللی در این بخش از حوزه گردشگری پایدار باشد.

به طور کلی، می‌توان نتیجه گرفت که ساختار همکاری علمی در این حوزه هنوز نیاز به گسترش بیشتر دارد تا از هم‌افزایی و تعاملات علمی بیشتر بین پژوهشگران کشورهای مختلف بهره‌برداری شود. این نتایج همچنین می‌تواند به پژوهشگران کمک کند تا فرصت‌های همکاری بیشتر را شناسایی کرده و در پروژه‌های مشترک برای پیشبرد دانش در زمینه سفر مشتری و گردشگری پایدار مشارکت کنند.

شکل ۱، ساختار همکاری نویسندگان در این حوزه را نمایش می‌دهد.



شکل ۱. شبکه همکاری نویسندگان و سازمان‌ها در زمینه رفتار گردشگران در گردشگری پایدار بر اساس پایگاه داده اسکوپوس

تحلیل هم‌رخدادی واژگان کلیدی

در این پژوهش، برای شناسایی ارتباطات بین کلیدواژه‌ها و مفاهیم اصلی در حوزه سفر مشتری و گردشگری پایدار، تحلیل هم‌رخدادی واژگان با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer انجام شد. نتایج این تحلیل نشان می‌دهند که مفاهیم مختلف مرتبط با رفتار سفر، پایداری و توسعه گردشگری به‌طور قابل توجهی با یکدیگر مرتبط هستند. نقشه به‌دست آمده از این تحلیل نشان می‌دهد که برخی واژگان در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند و در تحقیقات مختلف بیشتر استفاده شده‌اند. این خوشه‌ها نمایانگر موضوعات و الگوهای رایج علمی در تحقیقات این حوزه هستند.

در این تحلیل، خوشه‌های مختلفی در زمینه‌های رفتار سفر، توسعه گردشگری پایدار، پایداری و اکوتوریسم شناسایی شدند که نشان‌دهنده تمرکز عمده پژوهشگران در این زمینه‌ها است. برای مثال، در خوشه مرتبط با رفتار سفر، واژگان رفتار سفر^۱، سفر پایدار^۲،

^۱ travel behavior

^۲ sustainable travel

تحرك^۱، استفاده از خودرو^۲ و حمل و نقل عمومی^۳ قرار دارند که نشان دهنده توجه ویژه به نحوه انتخاب رفتارهای سفر از سوی گردشگران و تأثیرات اجتماعی و زیست محیطی آنها، مانند کاهش مصرف منابع و کاهش آلودگی زیست محیطی است. این نتیجه گیری از تحلیل هم رخدادی واژگان در داده های مقالات علمی استخراج شده از پایگاه اسکوپوس به دست آمده است و از طریق استفاده از نرم افزار VOSviewer برای تحلیل این روابط تأیید شده است. همچنین، در خوشه های مربوط به پایداری و توسعه گردشگری، واژگانی مانند پایداری^۴، طبیعت گردی^۵، مقصد گردشگری^۶ و توسعه گردشگری پایدار^۷ با یکدیگر هم رخداد دارند و نشان دهنده توجه پژوهشگران به تأثیر پایداری بر مقصدهای گردشگری و توسعه پایدار این مقاصد هستند.

جدول ۳. کلیدواژه های پرتکرار

ردیف	کلیدواژه	حوزه مرتبط
۱	Sustainability	پایداری در گردشگری
۲	Travel behavior	رفتار مصرف کننده در سفر
۳	Ecotourism	طبیعت گردی
۴	Tourist destination	مقصدهای گردشگری پایدار
۵	Consumer behavior	رفتار مصرف کننده و بازار گردشگری
۶	Sustainable tourism	گردشگری پایدار
۷	Tourism development	توسعه گردشگری پایدار
۸	Green tourism	گردشگری سبز
۹	Sustainable development	توسعه پایدار در گردشگری

¹ mobility

² car use

³ public transport

⁴ sustainability

⁵ ecotourism

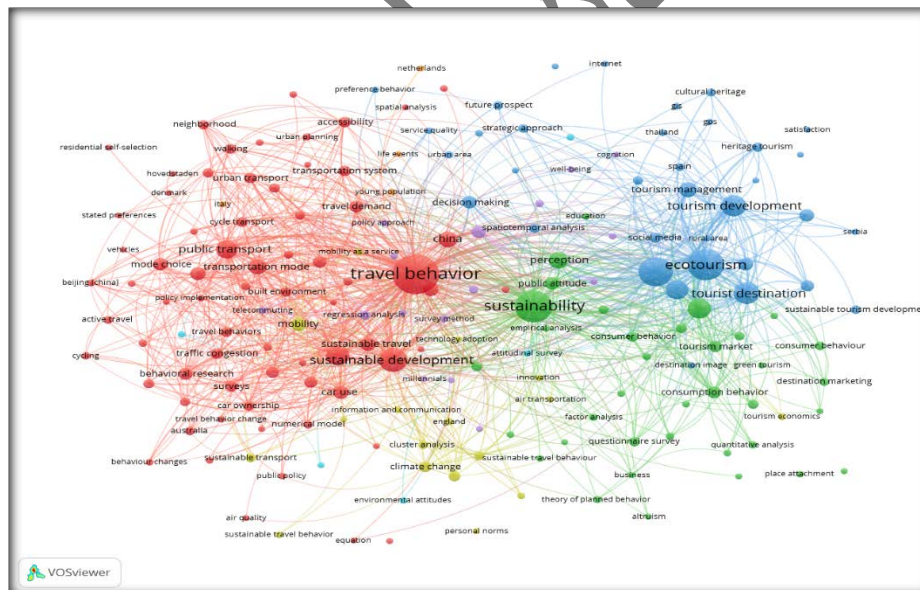
⁶ tourist destination

⁷ sustainable tourism development

ردیف	کلیدواژه	حوزه مرتبط
۱۰	Climate change	تغییرات اقلیمی و تأثیر آن بر گردشگری

نتایج این تحلیل همچنین به‌طور مشخص نشان می‌دهند که مفاهیم پایداری و رفتار سفر در اکثر تحقیقات مرتبط با گردشگری پایدار حضور دارند و پیوستگی گسترده‌ای در این زمینه‌ها مشاهده می‌شود. این نتایج می‌توانند به پژوهشگران کمک کنند تا روندهای علمی جاری و مفاهیم غالب در این حوزه را شناسایی کرده و در تحقیقات آینده خود از آن بهره‌برداری کنند. به‌طور کلی، تحلیل هم‌رخدادی واژگان نشان می‌دهد که پایداری و توسعه گردشگری پایدار همچنان مهم‌ترین محورهای مطالعات مرتبط با رفتار مصرف‌کننده در گردشگری هستند.

شکل ۲، نقشه هم‌رخدادی واژگان در این حوزه را نمایش می‌دهد.

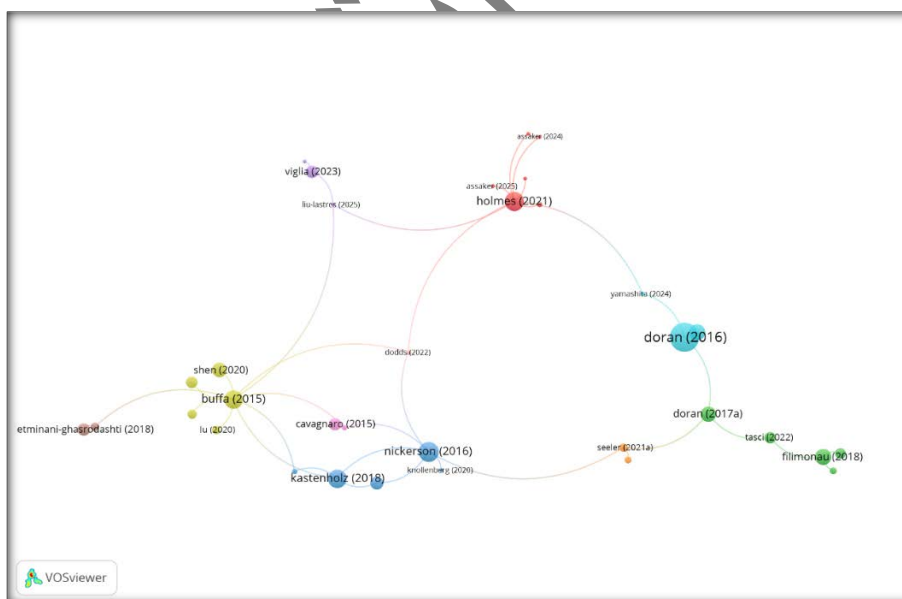


شکل ۲. نقشه هم‌رخدادی واژگان کلیدی

تحلیل استنادی

در این پژوهش، به منظور شناسایی تأثیرات مقالات علمی و بررسی ارتباطات میان آن‌ها، تحلیل استنادی با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer انجام شد. نقشه به‌دست آمده (شکل ۳) نشان‌دهنده مقالات و نویسندگانی است که بیشترین استناد را در زمینه سفر مشتری و گردشگری پایدار دریافت کرده‌اند. این تحلیل به‌ویژه بر ارجاعات به مقالات مختلف در حوزه‌های رفتار مصرف‌کننده، گردشگری پایدار و توسعه پایدار متمرکز است.

طبق نقشه به‌دست آمده، مقالات برجسته‌ای که در شکل ۳ نمایش داده شده‌اند، نمایانگر مقالات کلیدی و تأثیرگذار در این حوزه‌ها هستند. از جمله نویسندگانی که بیشترین استناد را دریافت کرده‌اند، Holmes (2021)، Doran (2016)، Nickerson و Buffa (2015) و (2016) به چشم می‌خورند. این مقالات به‌طور عمده در تحقیقات جدید و مطالعات مرتبط با رفتار مشتری و گردشگری پایدار ارجاع داده شده‌اند و پژوهشگران مذکور به‌عنوان منابع اصلی در توسعه مفاهیم این حوزه شناخته می‌شوند. شکل ۳، نقشه استنادی مقالات و نویسندگان کلیدی در این حوزه را نمایش می‌دهد.



شکل ۳. نقشه استنادی مقالات و نویسندگان کلیدی

نتایج این تحلیل نشان می‌دهند که مقالات موجود در حوزه رفتار مشتری و گردشگری پایدار از یک سو با توجه به استندهای متعدد، از اهمیت علمی بالایی برخوردارند و از سوی دیگر، در شکل‌دهی و توسعه چارچوب‌های نظری و عملی در این زمینه‌ها نقشی کلیدی ایفا کرده‌اند. این تحلیل استنادی می‌تواند به پژوهشگران کمک کند تا منابع تأثیرگذار و مقالات کلیدی را شناسایی کرده و از آن‌ها در پژوهش‌های آینده بهره‌برداری کنند.

تحلیل پیوند کتاب‌شناختی

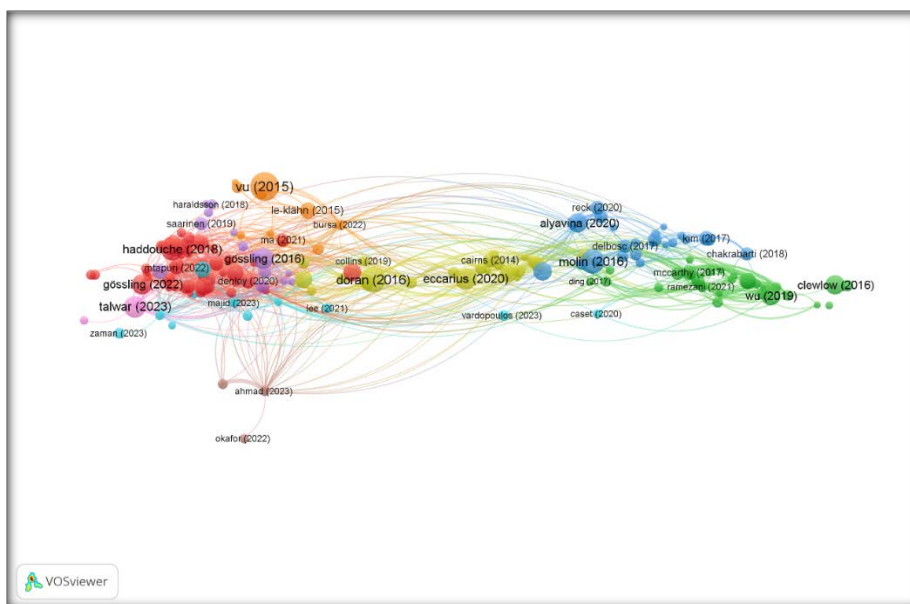
در این پژوهش، برای شناسایی ارتباطات بین مقالات بر اساس ارجاعات مشترک، تحلیل پیوند کتاب‌شناختی با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer انجام شد. در این تحلیل، مقالاتی که به یکدیگر ارجاع داده‌اند به عنوان مقالات مرتبط در نظر گرفته می‌شوند و از این طریق پیوند علمی میان آن‌ها شناسایی می‌شود.

بر اساس نقشه به دست آمده از این تحلیل (شکل ۴)، خوشه‌های مختلفی از مقالات شناسایی شدند که هر یک به طور مشترک به منابع علمی مشابهی ارجاع داده‌اند. این خوشه‌ها نشان‌دهنده ارتباطات و هم‌افزایی میان مقالات در زمینه‌های مختلف سفر مشتری، رفتار مصرف‌کننده، گردشگری پایدار و توسعه پایدار هستند.

در این نقشه، برخی مقالات با ارجاعات مشترک بیشتر در خوشه‌های بزرگ‌تری قرار دارند که نشان‌دهنده تأثیر و ارتباطات علمی گسترده‌تری در آن زمینه‌ها است. به ویژه مقالات Doran (2016)، Gössling (2016) و Buffa (2015) به طور برجسته در نقشه پیوند کتاب‌شناختی دیده می‌شوند و نشان‌دهنده پیوند علمی قوی میان این مقالات و سایر پژوهش‌های مرتبط با گردشگری پایدار و سفر مشتری هستند.

تحلیل پیوند کتاب‌شناختی به شناسایی مقالات و منابع علمی که در تحقیقات مختلف به طور مشابه ارجاع داده شده‌اند کمک می‌کند. این تحلیل می‌تواند به پژوهشگران کمک کند تا مقالات مرتبط را که به طور متداول در تحقیقات مختلف ارجاع شده‌اند، شناسایی کرده و از آن‌ها در پژوهش‌های آینده بهره‌برداری کنند. همچنین، پیوندهای میان مقالات مختلف به طور خاص در حوزه‌های سفر مشتری و گردشگری پایدار می‌تواند به شناسایی روندهای علمی جدید کمک کند.

شکل ۴، نقشه پیوند کتاب‌شناختی مقالات و نویسندگان کلیدی در این حوزه را نمایش می‌دهد.



شکل ۴. نقشه پیوند کتاب‌شناختی مقالات و نویسندگان کلیدی

تحلیل استناد مشترک

در این پژوهش، برای شناسایی ارتباطات بین مقالات بر اساس ارجاعات مشترک به منابع علمی دیگر، تحلیل Co-citation با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer انجام شد. در این تحلیل، مقالاتی که به منابع مشابهی ارجاع داده‌اند، به عنوان مقالات مرتبط در نظر گرفته می‌شوند و این ارجاعات مشترک به شناسایی پیوندهای علمی میان مقالات مختلف کمک می‌کند.

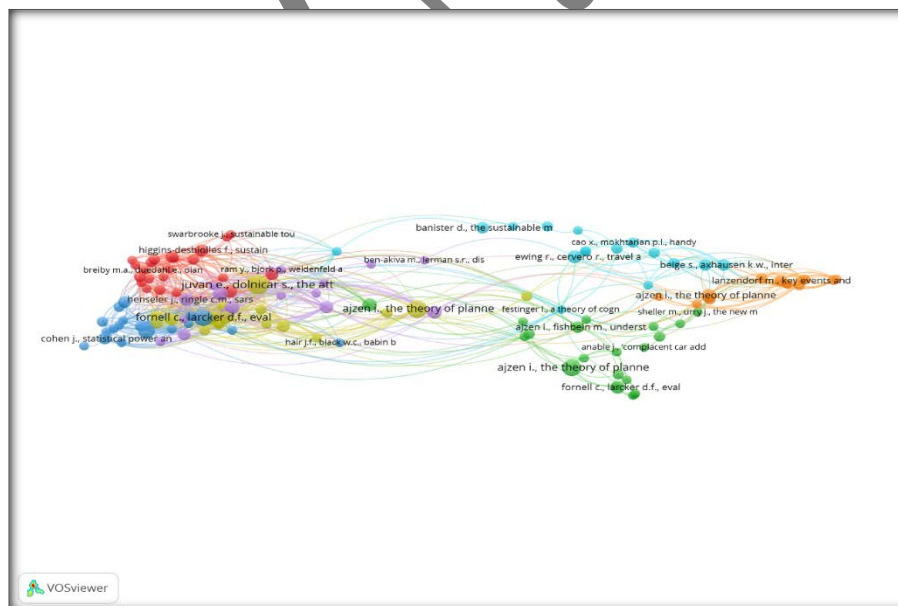
بر اساس نقشه به دست آمده از این تحلیل (شکل ۵)، مشاهده می‌شود که مقالات مختلف در خوشه‌هایی قرار دارند که نشان‌دهنده پیوندهای علمی قوی میان مقالات با ارجاعات مشترک است. به ویژه در این نقشه، خوشه‌هایی از مقالات کلیدی در حوزه سفر مشتری،

گردشگری پایدار و تئوری رفتار به وضوح مشاهده می شود که نشان دهنده ارتباطات عمیق و متقابل میان مقالات مختلف است.

در این نقشه، مقالاتی مانند Ajzen (1991) و Fornell & Larcker (1981) که به طور مکرر توسط دیگر مقالات در این حوزه ارجاع داده شده اند، در خوشه های مرکزی قرار دارند. این مقالات به عنوان منابع اصلی در تئوری ها و مدل های رفتاری مورد استفاده قرار می گیرند.

تحلیل Co-citation نشان می دهد که مقالات موجود در حوزه رفتار مصرف کننده و گردشگری پایدار بر اساس ارجاعات مشترک به منابع علمی، شبکه های علمی قدرتمندی را شکل داده اند. این تحلیل می تواند به پژوهشگران کمک کند تا مقالات و منابع اصلی را که در تحقیقات مشابه به طور متداول ارجاع داده شده اند، شناسایی کرده و از آنها در پژوهش های آینده استفاده کنند.

شکل ۵، نقشه Co-citation مقالات و نویسندگان کلیدی در این حوزه را نمایش می دهد.



شکل ۵. نقشه Co-citation مقالات و نویسندگان کلیدی

تحلیل مضمون

در این پژوهش، علاوه بر استفاده از روش‌های کتاب‌سنجی و تحلیل شبکه علمی، از تحلیل مضمون برای شناسایی و دسته‌بندی مفاهیم و تم‌های اصلی در حوزه سفر مشتری و گردشگری پایدار استفاده شده است. بر اساس داده‌های استخراج‌شده از چکیده، عنوان و کلمات کلیدی مقالات علمی مرتبط، ۷ تم اصلی و ۱۵ تم فرعی شناسایی شدند که هر یک به جنبه‌های مختلف پایداری در گردشگری و رفتار مصرف‌کننده در سفرهای پایدار می‌پردازند.

این جدول، مضامین و مفاهیم کلیدی را در قالب تم‌های اصلی و فرعی طبقه‌بندی می‌کند. تم‌های اصلی مانند "پایداری در گردشگری و حفاظت از منابع طبیعی"، "فناوری در گردشگری پایدار" و "مشارکت جامعه محلی" نشان‌دهنده حوزه‌های مهمی هستند که در تحقیقات اخیر مورد توجه قرار گرفته‌اند. در کنار این تم‌ها، تم‌های فرعی همچون "مدیریت منابع طبیعی و محیط زیست"، "حفظ و ترویج میراث فرهنگی" و "حکمرانی و نظارت بر صنعت گردشگری" به جنبه‌های مختلف اجرایی و خط‌مشی‌گذاری در زمینه گردشگری پایدار اشاره دارند.

این تحلیل مضمون کمک می‌کند تا پژوهشگران بتوانند به روندهای نوظهور و مفاهیم غالب در این حوزه پی ببرند و در طراحی راهبردها و خط‌مشی‌های گردشگری پایدار از این یافته‌ها استفاده کنند. علاوه بر این، این جدول به عنوان یک ابزار مفید برای شناسایی تم‌های جدید و بررسی تأثیرات آن‌ها بر رفتار مصرف‌کنندگان و پایداری در گردشگری در آینده به کار می‌آید.

جدول ۴. مضامین کلیدی در تحلیل سفر مشتری و گردشگری پایدار

محور	تم اصلی	تم فرعی	مصادق
پایداری در گردشگری و تأثیر آن بر	پایداری گردشگری	در محیط زیست و	مدیریت منابع طبیعی و حفاظت از محیط زیست در گردشگری، حفاظت از منابع آب و انرژی در هتل‌ها و اقامتگاه‌ها

رفتار و تجربه گردشگران	حفاظت از منابع طبیعی	پایداری مقصد	راهبردهای پایداری مقصد، توسعه پایدار در مقصدهای گردشگری مانند پارک‌های ملی
مدیریت پایدار در صنعت گردشگری، استفاده از راهکارهای سبز در زیرساخت‌های گردشگری	پایداری در گردشگری		
نقش فناوری در تسهیل گردشگری پایدار	تأثیر فناوری بر مدیریت منابع گردشگری پایدار	استفاده از تکنولوژی در کاهش مصرف منابع، سیستم‌های هوشمند برای مدیریت مصرف انرژی در مقصدهای گردشگری	
تأثیر فناوری بر تجربه گردشگران	استفاده از اپلیکیشن‌های موبایل برای افزایش آگاهی محیط زیستی گردشگران		
تجربه گردشگران و تأثیر آن بر رفتار پایدار	تأثیر تجربه گردشگران بر رفتار مصرف‌کننده پایدار	رفتار پایدار گردشگران در انتخاب مقصدها، بازخورد گردشگران در مورد خدمات پایدار مانند اقامتگاه‌های سبز	
تأثیر تجربه گردشگری بر کاهش مصرف منابع	انتخاب مقصدهای گردشگری که بر اساس معیارهای پایداری ارزیابی شده‌اند		
تأثیرات زیست‌محیطی و نگرانی‌های زیست‌محیطی و اجتماعی گردشگری	مسائل زیست‌محیطی	تغییرات اقلیمی و اثرات آن بر گردشگری، اثرات منفی گردشگری انبوه بر اکوسیستم‌های طبیعی	
حفظ و ترویج میراث فرهنگی	حفاظت از فرهنگ و هنر در گردشگری پایدار، پروژه‌های گردشگری برای احیای سایت‌های باستانی در خطر		
حمل‌ونقل پایدار و حمل‌ونقل پایدار	کاهش اثرات کربنی در حمل‌ونقل	استفاده از وسایل نقلیه پاک و کاهش انتشار کربن دی اکسید، استفاده از	

کاهش اثرات زیست محیطی	دوچرخه های برقی در شهرهای گردشگری
حامل و نقل عمومی پایدار	سیستم های حمل و نقل عمومی سبز
مشارکت جامعه محلی در گردشگری پایدار	آموزش جوامع محلی برای مشارکت در گردشگری پایدار، آموزش و توانمندسازی جوامع محلی برای مدیریت منابع گردشگری به صورت پایدار
حمایت از کسب و کارهای محلی در گردشگری	حمایت از محصولات محلی و صنایع دستی در مقصدهای گردشگری
خط مشی های پایداری و سیاست های حکمرانی در گردشگری	خط مشی های حمایتی برای رشد گردشگری پایدار، ایجاد سیاست های حمایتی از اشتغال محلی در گردشگری پایدار
خط مشی های پایداری و سیاست های حکمرانی در گردشگری	تنظیم مقررات برای کاهش اثرات منفی زیست محیطی ناشی از فعالیت های گردشگری
صنعت گردشگری	صنعت گردشگری

این تصویر، یک ابرکد (Code Cloud) است که با استفاده از قابلیت Visual Tools > Code Cloud در نرم افزار MAXQDA نسخه ۲۰۲۴ تهیه شده است. این تصویر حاصل کدگذاری های انجام شده بر روی عناوین، چکیده ها و کلیدواژه های مقالات استخراج شده از پایگاه اسکوپوس است. در این ابزار، کدهایی که بیشتر در متن ها به کار رفته اند با اندازه بزرگ تر نمایش داده می شوند. بنابراین، این ابرکد نشان می دهد که کدام مفاهیم و موضوعات در تحلیل مضمون مقالات مرتبط با سفر مشتری در گردشگری پایدار، بیشترین فراوانی و اهمیت را داشته اند.



۱. ابرکد تحلیل مفاهیم و کلمات کلیدی در زمینه گردشگری

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش با ترکیب تحلیل کتاب‌سنجی و تحلیل مضمون بر داده‌های سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۵، تصویری روشن و کاربردی از جایگاه «سفر مشتری» در پیشبرد گردشگری پایدار ارائه می‌کند. جمع‌بندی کلان آن است که گذار ادبیات از «آگاهی‌رسانی» به «ارزش‌آفرینی مشترک» زمانی رخ می‌دهد که سه محور تجربه‌ی پایدار، توانمندسازی دیجیتال و حمل‌ونقل کم‌کربن به‌صورت یکپارچه در نقاط تماس مسیر سفر پیاده‌سازی شوند. در چنین چارچوبی، بهبود تجربه نه‌تنها با اهداف سبز تعارضی ندارد، بلکه خود به اهرمی برای تقویت کنش‌های پایدار بدل می‌شود. روند زمانی انتشار مقالات نشان می‌دهد که از ۲۰۲۰ به بعد، توجه علمی به این حوزه جهشی معنادار داشته است؛ جهشی که هم‌سو با برجسته شدن دستور کار پایداری در صنعت گردشگری و به‌ویژه تمرکز بر رفتار مصرف‌کننده و تجربه‌ی گردشگر است. نقشه‌های تحلیل کتاب‌سنجی — از هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها تا هم‌تألیفی و هم‌استنادی — نشان دادند که هسته‌ی شبکه حول پیوند «پایداری-رفتار سفر» شکل می‌گیرد و با خوشه‌های حمل‌ونقل و شیوه‌های سفر، تجربه و مصرف گردشگر، توسعه‌ی مقصد و حکمرانی پایداری ارتباط ساختاری دارد. تحلیل مضمون انجام‌شده در نرم‌افزار

MAXQDA نیز این تصویر را تکمیل کرد و هفت محور اصلی با پانزده تم فرعی را آشکار ساخت؛ از مدیریت پایدار منابع و پایداری مقصد تا نقش فناوری، مشارکت جامعه‌ی محلی، پیامدهای زیست‌محیطی/فرهنگی و حمل‌ونقل پاک. برآیند این دو مسیر تحلیلی، نشان می‌دهد که وقتی نقشه‌ی سفر مشتری با راهبردهای سبز و ابزارهای دیجیتال هم‌نوا شود، تجربه‌ی مطلوب گردشگر نه تنها تضعیف نمی‌شود بلکه به‌مثابه‌ی اهرمی برای رفتارهای پایدار عمل می‌کند.

بر پایه‌ی تحلیل ترکیبی کتاب‌سنجی و مضمون، داده‌های ما نشان دادند که بدنه‌ی پژوهش «سفر مشتری در گردشگری پایدار» حول چهار محور می‌چرخد: رفتار سفر و حمل‌ونقل پایدار، به‌کارگیری فناوری‌های هوشمند در نقاط تماس سفر، نقش تجربه‌ی گردشگر و آگاهی زیست‌محیطی، و حکمرانی/مشارکت محلی؛ این نتایج با یافته‌های باؤش و همکاران که بر مدیریت مسئولانه‌ی منابع و حمایت از جامعه‌ی محلی تأکید دارند هم‌جهت است (Bausch et al., 2021). پرننگ‌بودن فناوری در نتایج ما نیز با گزارش‌های پلاتوف و همکاران و سمیت و ملیسن سازگار است که نشان داده‌اند نقشه‌ی سفر و ابزارهای دیجیتال می‌توانند تصمیم‌های گردشگر را به سمت گزینه‌های پایدار هدایت کنند (Platov et al., 2021; Smit & Melissen, 2018). نشانه‌های اقتصاد چرخه‌ای در خدمات گردشگری که در داده‌های ما دیده می‌شود، با کار سانچز-پلانیس و همکاران درباره‌ی عملیاتی کردن R۴ در هتل و رستوران همخوان است (Sánchez-Planelles et al., 2024). از سوی دیگر، پیوند آگاهی زیست‌محیطی با ترجیحات سبز که ما مشاهده کردیم، قبلاً در پژوهش جین و شارما و همچنین در مطالعه‌ی خوادتونگ و همکاران—به‌ویژه برای سالمندان—تأیید شده است (Jain & Sharma, 2021; Khuadthong et al., 2025). در بخش جابه‌جایی نیز تمرکز بر حمل‌ونقل عمومی و کاهش انتشار گاز کربن دی‌اکسید در نقشه‌ی ما با تأکید لرینتز و همکاران بر چالش‌های پذیرش و شواهد میدانی پاپافوتی و همکاران درباره‌ی موانعی مثل هزینه، عادت به خودروی شخصی و کم‌آگاهی همخوانی دارد (Lőrincz et al., 2020; Papafoti et al., 2025). با این حال، دو نکته‌ی انتقادی وجود دارد: نخست این که در نقشه‌ی مضامین ما، مدل‌های دقیق توضیح‌دهنده‌ی تغییر رفتار—مثل سلسله‌مراتب اثرات، چرخه‌ی زندگی و مسئولیت‌پذیری مصرف‌کننده—به روشنی دیده نمی‌شود (Passafaro, 2020; Moliner et al., 2019)؛ دوم این که نشانه‌های بخش‌بندی نسلی و تفاوت‌های شخصیتی

که در پژوهش‌های اکبر و همکاران و نیز گائو و لی گزارش شده، در داده‌های ما کم‌رنج است (Akbar et al., 2025; Gao & Li, 2025). افزون بر این، مرحله «بازتاب پس از سفر» — که پلاتوف و همکاران از کاهش اثر فناوری در آن گفته‌اند — در شواهد ما کمتر تفکیک شده است (Platov et al., 2021). با وجود این محدودیت‌ها، در دیگر محورها همسویی روشنی میان داده‌های ما و مطالعات پیشین دیده می‌شود و تصویری منسجم از مسیرهای اصلی پژوهش در این حوزه به دست می‌دهد.

محدودیت‌ها

اتکا به پایگاه داده اسکوپوس، زبان انگلیسی و نوع سند «مقاله پژوهشی» می‌تواند پوشش ادبیات را محدود کند و آثار غیرانگلیسی/غیرنمایه را کنار بگذارد. تکیه بر عنوان/چکیده/کلیدواژه در بخش محتوایی؛ عدم متن کاوی کامل ممکن است ظرایف را پنهان کند. ماهیت شبکه‌های هم‌رخدادی/هم‌استنادی علی نیست و تبیین سازوکارهای رفتاری بدون داده‌های طولی یا آزمایشی امکان‌پذیر نیست. در تحلیل مضمون، با وجود پایایی قابل قبول ($\text{Cohen's kappa}=0.76$)، خطر سوگیری تفسیری به‌طور کامل منتفی نیست.

شکاف‌های مطالعاتی در حوزه سفر مشتری

پژوهش حاضر، علاوه بر تحلیل روندها و نتایج موجود در حوزه سفر مشتری و گردشگری پایدار، برخی شکاف‌های مهم و قابل توجه در ادبیات این حوزه را نمایان ساخت که لازم است در مطالعات آینده مورد توجه قرار گیرند. این شکاف‌ها به‌طور خاص از تحلیل‌های انجام‌شده در این پژوهش استخراج شده‌اند و به‌طور مستقیم به محدودیت‌ها و نارسایی‌های موجود در تحقیقات قبلی مرتبط هستند. یکی از شکاف‌های اصلی که در این پژوهش شناسایی شد، عدم توجه کافی به گذار از قصد به رفتار واقعی در لحظات بحرانی تصمیم‌گیری گردشگران است. اگرچه مطالعات زیادی بر نیت‌ها و قصد‌های گردشگران تمرکز دارند، اما بررسی رفتار واقعی در مراحل تصمیم‌گیری، به‌ویژه در انتخاب اقامتگاه و شیوه حمل‌ونقل، کم‌تر مورد توجه قرار گرفته است. این نارسایی در تحلیل‌های هم‌رخدادی

واژگان و همکاری‌های علمی نیز مشهود است. پژوهش‌های آینده باید به بررسی این بخش با استفاده از روش‌های علمی و سنجش‌های واقعی در زمینه رفتار مصرف‌کنندگان بپردازند.

این پژوهش همچنین نشان داد که بسیاری از مطالعات موجود به بررسی تنها یکی از مراحل سفر (پیش از سفر، حین سفر یا پس از سفر) پرداخته‌اند و پیوستگی داده‌ها در طول مسیر سفر مورد توجه قرار نگرفته است. به‌ویژه، اتصال داده‌ها در مراحل مختلف سفر، از جمله درک عواملی که منجر به تبدیل نیت به عمل و تداوم رفتار سبز می‌شوند، در بیشتر پژوهش‌ها غایب است. برای برطرف کردن این شکاف، لازم است که پژوهش‌های آینده پیوستگی داده‌ها را در طول مراحل مختلف سفر مشتری مورد بررسی قرار دهند.

در تحلیل‌های مختلف این پژوهش، به‌ویژه در تحلیل مضمون و هم‌رخدای واژگان، مشخص شد که پژوهشگران بیشتر بر مراحل پیش از سفر و حین سفر تمرکز کرده‌اند و کم‌تر به مرحله پس‌سفر توجه داشته‌اند. این مرحله شامل عواملی چون رضایت، وفاداری، و توصیه گردشگران به دیگران است که نقش مهمی در ایجاد و تداوم رفتارهای پایدار دارند. بنابراین، شکاف موجود در پژوهش‌های پیشین در این زمینه نیازمند توجه بیشتری است و پژوهش‌های آینده باید به تحلیل رفتار گردشگران در مرحله پس‌سفر بپردازند.

با توجه به یافته‌های این پژوهش، مشاهده شد که در بیشتر تحقیقات، به جای تمرکز بر مفاهیم عملیاتی و پیامدهای عینی (مانند تأثیرات زیست‌محیطی، اجتماعی و اقتصادی) در زمینه اقتصاد چرخشی، بیشتر به جنبه‌های کلی و نظری پرداخته شده است. این شکاف در تحلیل هم‌رخدای واژگان و تحلیل مضمون به وضوح نمایان است. برای پر کردن این خلا، پژوهشگران باید در مطالعات آینده، به‌ویژه در زمینه گردشگری پایدار، به تحلیل پیامدهای عملیاتی و ارزیابی‌های دقیق‌تر در حوزه‌های مختلف پایداری توجه بیشتری داشته باشند.

این شکاف‌ها به وضوح نمایانگر خلأهای مهم در پژوهش‌های موجود هستند که به‌طور مستقیم از یافته‌های این پژوهش استخراج شده‌اند. توجه به این شکاف‌ها می‌تواند به پژوهشگران کمک کند تا در تحقیقات آینده، مفاهیم و مدل‌های جامع‌تری برای درک رفتار مصرف‌کننده و تقویت پایداری در صنعت گردشگری ایجاد کنند. از این رو، طراحی پژوهش‌هایی که به‌طور خاص به این شکاف‌ها پرداخته و از رویکردهای علمی و داده‌های طولی استفاده کنند، می‌تواند راه‌گشای پیشرفت‌های بیشتری در این حوزه باشد.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

آماده انتشار

ORCID

 <https://orcid.org/0009-0001-4632-1809>

 <https://orcid.org/0000-0002-3286-3957>

References

- Akbar, P. N. G., Hawadi, L. F., & Cai, M. (2025). Visitor Segmentation Through Sustainable Travel Behaviors: Insights from Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 20(6), 2437-2443. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.200613>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Assaker, G., & O'Connor, P. (2023). The importance of green certification labels/badges in consumers' online hotel booking choice: A post-COVID-19 study. *Cornell Hospitality Quarterly*. <https://doi.org/10.1177/19389655231184474>
- Bausch, T., Schröder, T., Tauber, V., & Lane, B. (2021). Sustainable Tourism: The Elephant in the Room. *Sustainability*, 13(15), 8376. <https://doi.org/10.3390/SU13158376>
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The impact of physical surroundings on customers and employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71. <https://doi.org/10.1177/002224299205600205>
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340. <https://doi.org/10.2307/249008>
- Gao, L.-F., & Li, H. (2026). Value coexistence theory: How does traveler personality impact shared accommodation survival? *Tourism Management*, 112, 105248. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105248>
- Godovykh, M., Fyall, A., & Baker, C. (2024). Sustainable Labels in Tourism Practice: The Effects of Sustainable Hotel Badges on Guests' Attitudes and Behavioral Intentions. *Sustainability*, 16(6), 2484. <https://doi.org/10.3390/su16062484>
- Goldstein, N. J., Cialdini, R. B., & Griskevicius, V. (2008). A room with a viewpoint: Using social norms to motivate environmental conservation in hotels. *Journal of Consumer Research*, 35(3), 472-482. <https://doi.org/10.1086/586910>
- Gössling, S., Balas, M., Mayer, M., & Sun, Y.-Y. (2023). A review of tourism and climate change mitigation: The scales, scopes, stakeholders and strategies of carbon management. *Tourism Management*, 95, 104681. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104681>
- Jain, S., & Sharma, P. (2021). Understanding Customer Perception on Sustainable Tourism and Related Practices Using Cluster Analysis: A Study in Indian Context. *The Fourth Paradigm*, 25(2), 122-140. <https://doi.org/10.1177/09718907211046155>

- Kang, Kyung & Stein, Laura & Heo, Cindy & Lee, Seoki. (2012). Consumers' willingness to pay for green initiatives of the hotel industry. *International Journal of Hospitality Management* - INT J HOSP MANAG. 31. 10.1016/j.ijhm.2011.08.001.
- Khuadthong, Bussalin Khuadthong & Imjai, Narinthon & Yordudom, Tanakrit & Armandsiri, Mira & Aujiropongpan, Somnuk. (2025). Shaping Sustainable Tourism Behavior among Elderly Tourists: Roles of Low Carbon Literacy and Social-Environmental Awareness. *Sustainable Futures*. 10. 101026. 10.1016/j.sftr.2025.101026.
- Lavidge, R. J., & Steiner, G. A. (1961). A model for predictive measurements of advertising effectiveness. *Journal of Marketing*, 25(6), 59–62. <https://doi.org/10.1177/002224296102500611>
- Lenzen, M., Sun, Y.-Y., Faturay, F., Ting, Y.-P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The carbon footprint of global tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>
- Long, C., Lu, S., Chang, J., Zhu, J., & Chen, L. (2022). Tourism environmental carrying capacity review: Hotspot, issue and prospect. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(24), 16663. <https://doi.org/10.3390/ijerph192416663>
- Lőrincz, K., Banász, Z., & Csapó, J. (2020). Customer Involvement in Sustainable Tourism Planning at Lake Balaton, Hungary—Analysis of the Consumer Preferences of the Active Cycling Tourists. *Sustainability*, 12(12), 5174. <https://doi.org/10.3390/su12125174>
- Moliner, M. Á., Monferrer, D., Estrada, M., & Rodríguez, R. M. (2019). Environmental Sustainability and the Hospitality Customer Experience: A Study in Tourist Accommodation. *Sustainability*, 11(19), 5279. <https://doi.org/10.3390/su11195279>
- Pantouvakis, A., & Gerou, A. (2022). The Theoretical and Practical Evolution of Customer Journey and Its Significance in Services Sustainability. *Sustainability*, 14(15), 9610. <https://doi.org/10.3390/su14159610>
- Papafoti, L., Johal, P., & Nikitas, A. (2025). New mobility trials and travel behaviour change for the context of a UK University campus: Insights from the “Choose Your Way Warwick” mobility hub ecosystem. *Transportation Research Part F Traffic Psychology and Behaviour*, 112, 274–289. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2025.04.009>
- Passafaro, P. (2020). Attitudes and Tourists' Sustainable Behavior: An Overview of the Literature and Discussion of Some Theoretical and Methodological Issues. *Journal of Travel Research*, 59(4), 579–601. <https://doi.org/10.1177/0047287519851171>
- Pichert, D., & Katsikopoulos, K. V. (2008). Green defaults: Information presentation and pro-environmental behaviour. *Journal of Environmental Psychology*, 28(1), 63–73. <https://doi.org/10.1016/j.jenvp.2007.09.004>
- Platov, A., Kalemullov, M., Zikirova, S., & Lysoivanenko, E. (2021). Building the tourist experience of visitors to sustainable smart tourist destinations. 94, 04007. <https://doi.org/10.1051/SHSCONF/20219404007>

- Rakhmonov, S. (2024). Ecotourism as a way of sustainable tourism development of the region. In *Editions*, 2(Vol. 2), 283–286. <https://doi.org/10.60078/2024-vol2-issD-pp283-286>
- Sánchez-Planelles, J., Trujillo-Adriá, Y., & Ribes -Giner, G. (2024). Development of a Model for the Application of the Circular Economy in Hotels and Restaurants Through the ‘Customer Journey Map’ (pp. 47–59). *Springer Nature*. https://doi.org/10.1007/978-3-031-49689-9_5
- Smit, B., & Melissen, F. (2018). Sustainable Customer Experience Design: Co-creating Experiences in Events, *Tourism and Hospitality*. <https://www.taylorfrancis.com/books/mono/10.4324/9781315620749/sustainable-customer-experience-design-bert-smit-frans-melissen>
- Spence, M. (1973). Job market signaling. *Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Stern, P. C. (2000). Toward a coherent theory of environmentally significant behavior. *Journal of Social Issues*, 56(3), 407–424. <https://doi.org/10.1111/0022-4537.00175>
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Service-dominant logic: Continuing the evolution. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 36(1), 1–10. <https://doi.org/10.1007/s11747-007-0070-0>
- Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425–478. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Xue, K., & Li, H. (2025). Femininity compensation theory: The influence of multimodal feminine accommodations on guests’ green choices. *International Journal of Hospitality Management*, 132, 104358. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104358>