

گردشگری هوشمند به عنوان محرکی برای فرهنگ و پایداری

نویسندگان:

ویکی کاتسونی، ماریوال سگارا-اونا

مترجمان:

احسان آقاجانی ریزی - هاجر سالم پور

سرشناسه	: آقاجانی ریزی، احسان، ۱۳۶۶
عنوان و نام پدیدآور	: گردشگری هوشمند به عنوان محرکی برای فرهنگ و پایداری، احسان آقاجانی ریزی - هاجر سالم پور
مشخصات نشر	: تهران: نسیم دانش فردا، ۱۴۰۰
شابک	: 978-600-7235-52-2
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: smart tourism as a driver for culture and sustainability : عنوان اصلی :
موضوع	: گردشگری - نوآوری - کنگره ها
موضوع	: Tourism-Technological innovations:
رده‌بندی کنگره	: G154/9
رده‌بندی دیویی	: ۳۳۸/۴۷۹۱:
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۷۶۹۳۱۸ :

انتشارات نسیم دانش فردا



نام کتاب: گردشگری هوشمند به عنوان محرکی برای فرهنگ و پایداری

نویسنده: احسان آقاجانی ریزی - هاجر سالم پور

نوبت چاپ: اول، زمستان ۱۴۰۰

شابک: 978-600-7235-52-2

قیمت: ۳۸۰ هزار تومان

شمارگان: ۵۰۰

پخش: خیابان جانبازان - خیابان حیدری - خادمی - پلاک ۸

۷۷۸۵۳۶۹۸-۰۹۳۸۵۰۹۷۱۶۲

تمامی حقوق این اثر برای مولف محفوظ است و هرگونه کپی برداری از مطالب بدون اجازه مولف پیگرد قانونی دارد.

فهرست مطالب

پیشگفتار	۱۱
سرمقاله	۱۳
بخش اول: نوآوری در گردشگری	۳۱
فصل ۱: نوآوری و ایجاد تنوع در گردشگری فرهنگی اروپا به وسیله گردشگری	۳۲
فصل ۲: آنالیز کلان داده در مقاصد گردشگری هوشمند. ابزاری جدید برای سازمان‌های مدیریت مقصد؟	۵۱
فصل ۳: آموزش رقابت مشارکتی در سیستم آموزش پیشدانشگاهی: روشی موثر برای توسعه و نوآوری گردشگری	۷۷
فصل ۴: کارآفرینی و تکامل همزمان در گردشگری	۹۵
فصل ۵: پروژه AecheoCulTour: ارزش گذاری نوآورانه میراث باستان شناسی در شهر ایستریا به وسیله گردشگری خلاقانه و فرهنگی پایدار	۱۱۲
فصل ۶: ارزیابی امکانات طراحی پایدار و مدیریت زیست محیطی گردشگری نوآورانه سلامت	۱۳۶
فصل ۷: مفهوم دوگانگی فرایند نوآوری در شرکت	۱۴۸
فصل ۸: ارزش آفرینی در خدمات در دو دهه اخیر: یک متاآنالیز	۱۶۵
فصل ۹: تورهای گردشگری فرهنگی نوآورانه در آتن: یک کارآموزی جالب در دوره بحران اقتصادی	۱۸۷

بخش دوم: مشخص کردن ظرفیت انواع خاص گردشگری ۲۲۴

فصل ۱۳: ظرفیت هنر خیابانی. موانع تجاری کردن هنر خیابانی و راهکارهای پیشنهادی

..... ۲۷۳

فصل ۱۴: گردشگری کشاورزی: اهرمی برای توسعه روستایی بر مبنای ذخایر فرهنگی یونان

..... ۲۹۴

فصل ۱۵: فیلوکسنی به عنوان جزئی از تجربه گردشگری در فرهنگ و مدیریت کیفیت کلی

در بخش هتل ۳۱۳

فصل ۱۶: موزه‌ها در یک شهر کوچک: مدرک از روسیه ۳۳۲

فصل ۱۷: مقاصد فرعی گردشگری: بررسی یک رفتار گردشگری نادیده گرفته شده ۳۵۱

فصل ۱۸: تاریخ نشانه‌شناسی چشمه‌های آبگرم و سهم آنها در توسعه گردشگری ۳۶۶

فصل ۱۹: تعیین مشخصات گردشگران در جزایر دارای مناطق محافظت شده برای ترویج

گردشگری پایدار ۳۸۱

فصل ۲۰: انگیزه‌ها و مشارکت گردشگران در معدنیه شرقی و ناحیه ترانس ۴۰۳

بخش سوم: گردشگری آنلاین ۴۲۸

فصل ۲۱: تاثیر رسانه اجتماعی و رسانه اختصاصی بر فرایند برنامه‌ریزی تعطیلات

گردشگران بالقوه: مورد سازمان‌های گردشگری ملی ۴۲۹

فصل ۲۲: ارتباطات بازاریابی اینترنتی در سازمان‌های مدیریت مقصد اسلوواکی ۴۶۱

فصل ۲۳: اهداف خرید و کیفیت خدمات درک شده توسط مشتری آنلاین هتل ۴۸۳

فصل ۲۴: تاثیر کیفیت سرویس وب آژانس‌های مسافرتی آنلاین بر رضایت و اهداف خرید

مشتری ۵۰۲

فصل ۲۵: مرور منابع سیستماتیک درباره آنالیز رسانه اجتماعی و گردشگری هوشمند .. ۵۲۰

فصل ۲۶: چه چیزی بر تمایل مشتریان برای اجرای فعالیت‌های بازاریابی رسانه اجتماعی در

صنعت مهماننوازی تاثیر دارد؟ ۵۵۲

فصل ۲۷: شکل دهی رفتار مصرف کنندگانی که از Airbnb استفاده می کنند: مورد کاربران	۵۷۸
فصل ۲۸: به سمت توسعه شهرهای هوشمند: مدارکی از آنالیز GIS درباره رفتار گردشگران	۵۹۸
فصل ۲۹: پورتو به عنوان یک مقصد هوشمند: یک رویکرد کیفی	۶۱۵
فصل ۳۰: آنالیز حضور الکترونیک پارک‌های ملی در یونان	۶۳۴
فصل ۳۱: به سمت گردشگری خلاقانه هوشمند	۶۵۸
بخش چهارم: مدیریت و ساختار گردشگری	۶۸۴
فصل ۳۲: سیاست گردشگری دولت مرکزی و توسعه گردشگری ورزشی در مناطق	۶۸۵
فصل ۳۳: استفاده‌ی سازمان‌های ورزشی بین‌المللی از مکانیزم‌های پایداری اکولوژیکی که بر محیط طبیعی مرتبط با گردشگری ورزشی تاثیر دارند	۷۰۰
فصل ۳۴: فرسودگی و رضایت شغلی: مورد مربیان ورزش جسمانی در سازمان‌های ورزشی محلی	۷۳۳
فصل ۳۵: هوش هیجانی کارکنان در بخش مهمان نوازی: بررسی اثرات آن بر رضایت و عملکرد شغلی	۷۵۳
فصل ۳۶: افزایش رضایت شغلی کارکنان فرودگاه‌ها با روش‌های آموزشی: سرمایه‌گذاری در IM.I.A. و مورد خدمات حمل و نقل زمینی فرودگاه‌های یونان	۷۶۹
فصل ۳۷: بررسی ساختار سازمانی-مالی سازمان‌های مدیریت مقصد دولتی-خصوصی	۷۹۰
فصل ۳۸: تاثیر فرهنگ شرکتی بر عملکرد کارکنان پذیرش	۸۱۸
فصل ۳۹: ترکیب متغیرهایی که فرهنگ سیستم پاداشها (ReSCulture) را تعیین می کنند	۸۳۷
فصل ۴۰: سهم HRM در توسعه فرهنگ سازمانی موثر واحدهای هتل: مورد هتل‌های یونانی	۸۷۱

فصل ۴۱: چطور بر چالش‌های استفاده از نتنوگرافی (قومنگاری شبکه‌ای) در تحقیق گردشگری غلبه کنیم؟ دیدگاه‌هایی درمورد دوره دکترا	۸۹۳
فصل ۴۲: حاکمیت و پایداری پروژه‌های بزرگ فرهنگی: مطالعات موردی از اسپانیا	۹۱۳
فصل ۴۳: قابلیت پیشبینی سودهای صنعت مهماننوازی یونان طی بحران	۹۳۳
منابع	۹۴۷

www.ketab.ir

سرمقاله

پنجمین کنفرانس بین‌المللی انجمن بین‌المللی گردشگری فرهنگی و دیجیتال^۱ (IACuDiT) در ۲۸-۳۰ ژوئن ۲۰۱۸ با مضمون «بررسی گردشگری هوشمند: هم‌افزایی فرهنگی و پایداری» در آتن یونان برگزار شد. هدف این کنفرانس، گردهمایی گروه‌های فرهنگی مختلف از بخش‌های علوم، صنعت، دولت و سایر سازمان‌ها بود تا دیدگاه‌های جدید در زمینه گردشگری، مسافرت، هتلداری، فرهنگ و میراث فرهنگی، اوقات فراغت و ورزش‌ها را در یک جامعه علمی در زمینه پایداری بررسی کنند.

این کتاب شامل مقالات ارائه شده است و تنوع موضوعات، ایده‌ها و نوآوری‌هایی را نشان می‌دهد که گردشگری امروزی را تشکیل می‌دهند، و از چهار بخش زیر تشکیل شده است:

بخش اول: «نوآوری در گردشگری»

این بخش شامل ده فصل است که ابعاد مختلف ایده‌ها و کاربردهای نوآوری در صنعت گردشگری را در نظر می‌گیرد:

فصل ۱ نوشته گیوسی کاردیا، اندرو جونز و دانیله گاولی تلاش می‌کند «نوآوری و ایجاد تنوع در گردشگری فرهنگی اروپا به وسیله گردشگری هوشمند فیلم در اماکن و مقاصد یونسکو» را بررسی کند. مطالعه موردی آنها پروژه FAMOUS است. در این کتاب مولفان سعی می‌کنند روانشناسی گردشگری فیلم، مصرف رسانه و فناوری‌های نوآورانه را بررسی کنند که مثالی دقیق

^۱International Association of Cultural and Digital Tourism

از مراحل اولیه مطالعه بین رشته‌ای فراهم می‌کند و همین طور نشان می‌دهد باید روش‌های دقیقی برای توسعه گردشگری مبتنی بر صحنه نمایش به کار روند. مرور منابع بر گردشگری با صفحه نمایش تمرکز دارد و به اماکن و مقاصد یونسکو توجه خاصی دارد که هدف پروژه FAMOUS (جشنواره‌های فیلم و گردشگری فیلم در اماکن یونسکو) از طرف اتحادیه اروپا هستند. این پروژه به عنوان مطالعه موردی تحقیق و مثالی از بهترین فعالیت انتخاب شده است که هدف آن توسعه یک روش بر اساس یکپارچه‌سازی بین صنعت گردشگری و تولیدات تلویزیونی و فیلم و جشنواره‌های فیلم است و می‌خواهد یک محصول گردشگری فیلم هوشمند مبتنی بر برنامه‌های سفر ایجاد کند که جوامع و گروه‌های ذینفع مرتبط از شروع فرایند مشارکت فعالی دارند. در این زمینه اماکن و مقاصد انتخابی یونسکو به عنوان مواردی هماهنگ با اصول توسعه پایداری ترویج می‌شوند.

فصل ۲ از توماس گاجوسیک با عنوان آنالیز کلان داده در مقاصد گردشگری هوشمند. ابزاری جدید برای سازمان‌های مدیریت مقصد؟ است. هدف این مقاله یافتن احتمال غلبه بر چالش‌های DMOهای امروزی بر اساس آنالیز وضعیت فعلی و بهترین فعالیت‌های آنالیز کلان داده در مقاصد گردشگری است. این آنالیز مبتنی بر چند مطالعه موردی با تمرکز بر اروپای مرکزی است. این مقاله دیدگاهی مفهومی درباره آنالیز کلان داده ارائه می‌کند و به این نتیجه می‌رسد که DMOها با استفاده از آنالیز کلان داده می‌توانند مرزهای مقصد را بهتر تعریف کنند، نیازهای گردشگران امروزی را درک کنند، گروه‌های ذینفع مقصد را به خوبی مدیریت کنند، و مزیت رقابتی و پایداری بیشتری داشته باشند.

فصل ۳ از رابرت گیدیا و والتینا نودو درباره آموزش رقابت مشارکتی در سیستم آموزش پیش-دانشگاهی: روشی موثر برای توسعه و نوآوری گردشگری است. هدف این مقاله ارائه نتایج یک آنالیز اکتشافی میدانی و کتابخانه‌ای است تا بینش‌ها و مدل‌هایی برای تشخیص برنامه درسی مهارت‌های کارآفرینی در همه چرخه‌های سیستم آموزش پیش دانشگاهی، و همین طور در مدارس آموزش عالی در زمینه یک کشور در حال توسعه مانند آلبانی فراهم شوند. در انجام این کار، مولفان بر مقایسه مدل آمریکایی از کارآفرینی محتوا با رقابت کارآفرینی در برنامه درسی رسمی آموزش آلبانی تمرکز دارند. در این حالت، این مقاله از توسعه رقابت کارآفرینی و توسعه

¹Film festivals And Movie tourism at Unesco Sites

گردشگری به عنوان روشی یکپارچه در برنامه درسی اجرا شده، مخصوصاً برای دانش آموزان دوره پیش‌دانشگاهی در آلبانی پشتیبانی می‌کند.

فصل ۴ نوشته مارکو والری و لزی فادلون، کارآفرینی و تکامل همزمان در گردشگری را بررسی می‌کند. این مقاله به بررسی این مساله می‌پردازد آیا ماهیت روابط بین یک مقصد گردشگری و شرکت‌های گردشگری که در آن کار می‌کنند را می‌توان به شکل یک تکامل همزمان تعریف کرد یا خیر. مولفان، مرور گسترده منابع درباره مقالات مرتبط با استفاده از نوآوری را انجام دادند که در ۴۱ سال گذشته از ۱۹۷۶ تا ۲۰۱۷ منتشر شده بودند. آنها تحلیل محتوایی و ساختاری درباره داده جمع‌آوری شده انجام دادند. مناسب‌ترین دیدگاه آنالیز برای تعیین ماهیت روابط بین یک مقصد گردشگری و شرکت‌های گردشگری آن، دیدگاه تکامل مشترک است. فرایند تکامل مشترک یعنی تعیین یک سازمان دولتی که می‌تواند منابع سیستمیک موجود در منطقه را تقویت کند و الهام‌بخش رویکردی مدیریتی برای شرکت‌های گردشگری متفاوت باشد. فصل ۵ از کریستینا آفریچ راکیتوواچ، ناستاسا اوروسویچ و نیکولا وینوویچ، پروژه AecheoCulTour: ارزش‌گذاری نوآورانه میراث باستان شناسی در شهر ایستریا به وسیله گردشگری خلاقانه و فرهنگی پایدار نام دارد و چارچوب مفهومی و آنالیزی را برای تحقیق درباره ظرفیت توسعه آثار باستانی در شهر ایستریای کرواسی به وسیله گردشگری پایدار بررسی می‌کند. مولفان که با آنالیز تطبیقی از بهترین فعالیت اروپایی و همین‌طور ملی و منطقه‌ای در ارزش‌گذاری این گروه خاص از میراث فرهنگی شروع کردند، روش تحقیق نوآورانه و بهترین مدل‌های ارزش‌گذاری پایدار آثار باستانی را پیشنهاد دادند.

فصل ۶ از تیلماچوس کی-کولیوپولوس و ویکی کاستونی، امکانات طراحی پایدار و مدیریت زیست محیطی گردشگری نوآورانه سلامت را بررسی می‌کند. این مقاله چارچوبی یکپارچه بر اساس آنالیزی کامل از مراکز سلامت اجتماعی و تجهیزات طراحی پایدار در خدمات مرتبط با گردشگری سلامت ارائه می‌کند. این مطالعه نه تنها زمینه مشترک و تفاوت‌های قابل پیش‌بینی را مشخص می‌کند، بلکه ابعاد پایداری مهمی را آشکار می‌کند که به آنها توجه نشده است یا توجه بیشتری لازم دارند، از جمله مدیریت زیست محیطی، طراحی‌های پایدار، نظارت و محافظت از سلامت عمومی گردشگران. چارچوبی مقدماتی از گردشگری مبتنی بر جامعه

پایدار^۱ (SCBT) ارائه می‌شود که تلاش دارد راهکارهای عملیاتی نوآورانه در تجهیزات گردشگری سلامت فراهم کند. جهت‌های مهمی برای تحقیق و توسعه بیشتر درباره فعالیت‌های مبتنی بر پایداری به سمت طراحی‌های پایدار موثرتر و مدیریت عملیاتی تجهیزات گردشگری در یونان و منطقه مدیترانه‌ای اطراف در بخش نتیجه‌گیری ارائه می‌شوند.

فصل ۷ نوشته لسزک کوزیول و مایکل کوزیول درباره مفهوم دوگانگی فرایند نوآوری در شرکت است. این مقاله مدل‌های فرایند نوآوری، مفاهیم سیستم نوآوری، و مدل‌های فعالیت نوآورانه شرکت را توصیف می‌کند. مولفان تأیید می‌کنند که اجزای مختلف این مفاهیم یک ماهیت منسجم را تشکیل می‌دهند. هدف این مقاله ارائه مفهوم دوگانگی فرایند نوآوری در یک شرکت است و روش استفاده عملی آن را نشان می‌دهد. دو فرایند مستقل که برای توسعه نوآوری مهم هستند، در این مفهوم متمایز می‌شوند؛ یعنی فرایند ابداع نوآوری در حالت معنایی و فرایند اجرای نوآوری که که ماهیت مادی و معنایی دارد.

فصل ۸ از عبدالوهاب البخاری، رشید اوملیل و آلال آچابا بر موضوع ارزش‌آفرینی در خدمات در دو دهه اخیر: یک متاآنالیز تمرکز دارد. مولفان یک متاآنالیز درباره ارزش‌آفرینی در خدمات با بررسی این سوالات اجرا کردند: ارزش‌آفرینی چیست؟ شاخص‌های به کار رفته در منابع ارزش-آفرینی در خدمات کدامند؟ مرور منابع شامل دوره ۱۹۹۶ تا ۲۰۱۷ است. هدف این مطالعه فراهم کردن درک بهتر از ارزش‌آفرینی و همین‌طور مفهومی کردن این مفهوم در خدمات مبتنی بر شاخص‌های معروف است.

فصل ۹ نوشته افریمیا سارانتاکو و سیموس زیتلیس، تورهای گردشگری فرهنگی نوآورانه در آتن: یک کارآموزی جالب در دوره بحران اقتصادی نام دارد. محدوده این مقاله، بررسی مشخصات کیفی صنعت فرهنگی و گردشگری نوظهور در آتن است، یعنی ایجاد تورهای فرهنگی گردشگری جایگزین و سوالات تحقیق مختلف را بررسی می‌کند مانند مشخصات فرهنگ کارآفرینی جدید که در دوره بحران اقتصادی ایجاد شد، و افزایش همزمان تقاضای گردشگری در آتن، و همین‌طور این مسئله که این محصولات گردشگری جدید تا چه اندازه روندهای مصرف فرهنگی را دنبال می‌کنند.

^۱Sustainable Community-based Tourism

فصل ۱۰ از جورجیا یفانتیدو، النی اسپیریدوپولو، تکلا چاتزيجورجیو و پاراسکوی مالیو بر نوآوری هتل و ایجاد مزیت رقابتی تمرکز می‌کند و درباره عوامل نوآورانه و تاثیر آنها بر حداکثرسازی بازده خدمات فراهم شده با اقامت در هتل است. این مقاله معرفی ایده‌های نوآورانه جدید برای تحقیق و توسعه بیشتر مسائل مرتبط با خدمات هتل است. مولفان تأیید می‌کنند که با افزایش محیط رقابتی، راهکار هتل‌ها، رقابتی بودن و کار کردن با یک راهبرد سیستماتیک با استفاده از ایده‌های نوآورانه و ایجاد محصولات شخصی برای هر مشتری به منظور داشتن یک اقامت منحصر به فرد است.

بخش دوم: مشخص کردن ظرفیت انواع خاص گردشگری

این بخش شامل ده فصل است که انواع مختلف گردشگری را توضیح می‌دهد:

فصل ۱۱ از کنستانتینوس موراتیدیس، ماریا دومی و تئودوروس استاورینودیس، توسعه گردشگری مذهبی در جزایر لسوس. ظرفیت‌ها و چشم اندازها در رویکرد معنوی روحانیون لسوس را بررسی می‌کند. هدف این مقاله ارائه دیدگاه روحانیون لسوس درباره وضعیت فعلی گردشگری مذهبی در لسوس است، ظرفیت‌ها و چشم‌اندازهای توسعه بیشتر گردشگری مذهبی را بررسی می‌کند و پیشنهادات سیاسی برای توسعه سیستماتیک آن ارائه می‌دهد. این ارزیابی نشان می‌دهد باید برنامه‌ریزی راهبردی یکپارچه برای توسعه گردشگری محلی اجرا شود که به وسیله اقدامات هدفمند، جهت‌های راهبردی اصلی را برای توسعه بیشتر گردشگری مذهبی در این جزیره پوشش می‌دهد.

فصل ۱۲ نوشته دالیا لیبراتو، پدرو لیبراتو و آندریا گونکالوس با عنوان گردشگری سیاه، سمت تاریک گردشگری فرهنگی. کاربرد در شهر پورتو، ظرفیت گردشگری سیاه در شهر پورتو را بررسی می‌کند و سازمان‌های مدیریت مقصد^۱ (DMO) در پورتو را با استفاده از ۱۷۸ پرسشنامه که بین گردشگران/بازدیدکنندگان شهر پورتو پخش شدند، درباره فرصت‌های این بازار حساس می‌کند. این تحقیق برخی اهداف، متغیر و زمینه‌های پیشنهادی را تأیید کرد.

فصل ۱۳ از ویرجینیا سانتامارینا-کمپوس، ماریا دی میگوئل مولینا، بلانکا دی میگوئل مولینا و ماریوال سگارا-اونا، ظرفیت هنر خیابانی. موانع تجاری کردن هنر خیابانی و راهکارهای پیشنهادی را ارائه می‌کند. صنعت هنر خیابانی اتحادیه اروپا سالانه بیش از ۱۸۰۰۰۰ موقعیت

¹Destination Management Organization

شغلی جدید ایجاد می‌کند، و نقش مهم و فعالی در محیط‌های شهری با اصلاح درک از محیط اطراف دارد. سبک منحصر به فرد، انرژی و نوآوری هنر خیابانی نیز ظرفیت زیادی برای استفاده دوباره و الهام بخشیدن به سایر صنایع خلاقانه و فرهنگی دارد، و در حقیقت یک محرک اقتصادی مهم برای بیشتر CCI ها است. اما مولفان بیان می‌کنند مجموعه‌های آنلاین مختلف از تصاویر هنر خیابانی، مدیریت ضعیفی دارند و به خوبی ارائه نشده‌اند، که جهت‌دهی و استفاده دوباره از مفهوم توسط کاربران بالقوه برای نیازهای خود را سخت می‌کند.

فصل ۱۴ از ماریا کاراگیانی، استاورولا جورجاکوپولو و واسیلیکی دلیتسو، گردشگری کشاورزی: اهرمی برای توسعه روستایی بر مبنای ذخایر فرهنگی یونان نام دارد. مولفان بیان می‌کنند تجربه یونان و واقعیت اثبات کرده است که گردشگری کشاورزی در چارچوبی حرکت می‌کند که آن را تعریف می‌کند: محافظت از محیط طبیعی، احترام به معماری مردمی و رسوم، احیای مراسم سنتی، و تماس انسانی صادقانه. در گذشته نوآوری‌ها و اقدامات مختلفی برای تقویت و گسترش گردشگری کشاورزی در کشور انجام شده‌اند، مانند فرصت‌ها و برنامه‌های ساختاری اروپایی که توسط Leader I، Leader II و Leader + ارائه شدند. با این حال، ایده گردشگری کشاورزی در یونان هنوز در مراحل اولیه است.

فصل ۱۵ نوشته کاتسایتیس آریستیدیس و پاپانفلیمو افی، فیلوکسنی به عنوان جزئی از تجربه گردشگری در فرهنگ و مدیریت کیفیت کلی در بخش هتل را بررسی می‌کند. مولفان بیان می‌کنند مفهوم فیلوکسنیا، چارچوبی برای پایداری توسعه گردشگری ایجاد می‌کند و با اصول خود تعیین می‌شود: مشارکت جامعه میزبان در فعالیت گردشگری، حفظ هویت فرهنگی و احترام گذاشتن به آن، احترام به محیط طبیعی، تجربه قدرت و داشتن حسی شبیه به مردم محلی برای یک گردشگر. فیلوکسنیا باعث ایجاد فرهنگ گردشگری می‌شود به این معنی که گردشگری به عنوان یک بخش اقتصادی، تحت این قوانین و اصول، به یک عامل فرهنگی به سمت پایداری و توسعه تبدیل می‌شود.

فصل ۱۶ از مارینا شیرشوا و الناکندیوکووا بر «موزه‌ها در یک شهر کوچک: مدرک از روسیه» تمرکز می‌کند و درباره ویژگی‌های انواع موزه‌های کوچک است که در دهه گذشته توسعه یافته‌اند. مورد شهر کوچک ایربیت در اطراف اورال در زمینه محیط شهری فرهنگی آنالیز می‌شود. فرصت‌های ایجاد گروه موزه در ایربیت شناسایی می‌شوند، نقاط ضعف و قوت در

توسعه احتمالی گروه بررسی می‌شوند، و پیشنهادهای برای توسعه بیشتر موزه‌های کوچک ارائه می‌شوند که به تدارکات، تجهیزات فنی و مسائل زیربنایی توجه خاصی می‌شود.

فصل ۱۷ از مارکوس ماریوس تسوگاس، اونجلیا چاتروپولو و ایلینا ساوا درباره مقاصد فرعی گردشگری: بررسی یک رفتار گردشگری نادیده گرفته شده، تصمیم‌گیری گردشگران درباره مقصد را بررسی می‌کند، وقتی درباره بازدید از یک مقصد فرعی درون یک مقصد اصلی تصمیم‌گیری می‌کنند، و از جزیره آگینا، یک مقصد فرعی مهم و معروف در آتن یونان به عنوان مطالعه موردی استفاده می‌کند. کاربردهایی برای فعالیت بازاریابی مقاصد گردشگری ایجاد می‌شوند که اغلب بازارهای هدف در یک مقصد فرعی را تعیین می‌کنند. مولفان بیان می‌کنند که درک دلایل برای بازدید از مقاصد فرعی و ارزشی که گردشگران از این بازدیدها ایجاد می‌کنند، باعث توسعه برنامه‌های بازارهای قوی با هدف تقویت تجربه گردشگران در مقاصد فرعی می‌شود.

فصل ۱۸ نوشته سوفیا تسفیتیدو و آناستازیا چاریکلیا کریستودولو درباره تاریخ نشانه‌شناسی چشمه‌های درمانی و سهم آنها در توسعه گردشگری است. هدف این مطالعه، بررسی ایجاد ثروت طبیعی غنی در یونان درباره تعداد چشمه‌های آبگرم و احتمال استفاده از همه منابع با مزایای مرتبط برای اقتصاد است. مولفان تأیید می‌کنند ارائه پیشنهادی برای چارچوب سازمانی انعطاف‌پذیر درباره این نوع گردشگری ضروری است.

فصل ۱۹ از آریستوتلیس مارتینیس، کاترینا کاباسی، جورجیوس کایس و چاریسلیا مینوتو درباره تعیین مشخصات گردشگران در جزایر دارای مناطق محافظت شده برای ترویج گردشگری پایدار است و مشخصات و نوع گردشگرانی است که از جزایر دارای مناطق محافظت شده بازدید می‌کنند مانند پارک‌های ملی یا مناطق Natura 2000. نتایج ارزیابی آنها می‌تواند به مقامات محلی کمک می‌کند دیدگاه‌های گردشگران را درک کنند، چون آنالیز اولویت‌ها و مشخصات شخصی بازدیدکنندگان برای ایجاد یک برنامه راهبردی و همین‌طور اجرای سیاست زیست محیطی تطبیقی ضروری هستند.

فصل ۲۰ از آنتونیوس اس. دالاکیس، جورجیا یفانتیدو و جرج کاستا، رابطه بین انگیزه‌ها و مشارکت گردشگران در مقدونیه شرقی و ناحیه تراس را مطالعه می‌کند و انگیزه‌ها و مشارکت گردشگران در تعطیلات را بررسی می‌کند. این مقاله گزینه‌های مهمی در فعالیت‌های تفریحی بیرونی در مقدونیه شرقی و ناحیه تراس پیشنهاد می‌کند. در سطح نظری، انتظار می‌رود این

مطالعه به توسعه ابزاری برای سنجش تجربه گردشگری کمک کند و هزینه‌های تبلیغاتی برای بخش‌های دولتی و خصوصی را با ارائه مزایای انتخاب‌های گردشگران و منطقه هدایت کند. از بین همه مداخلات، گروه‌های ذینفع غیرمستقیم و آنی، گردشگران این منطقه هستند که مقاله آنها را به عنوان دریافت کنندگان نهایی تعیین می‌کند.

بخش سوم: گردشگری آنلاین

یازده فصل بعدی ابعاد مختلف حضور و تاثیر اینترنت در صنعت گردشگری را بررسی می‌کنند: فصل ۲۱ از جرج پایادوپولوس، پاناگیوتا دیونیسوپولو و جرج ام. آگیومیرگیانکیس، تاثیر رسانه اجتماعی و رسانه اختصاصی بر فرایند برنامه‌ریزی تعطیلات گردشگران بالقوه. مورد سازمان‌های گردشگری ملی را بررسی می‌کند. مولفان ماهیت استفاده از پلتفرم‌های رسانه اجتماعی و اهمیت درک شده آن را بررسی می‌کنند و به این نتیجه‌گیری می‌رسند که اگرچه گردشگران بالقوه به نظر پرتال‌های بازاریابی گردشگری رسمی NTOها را ترجیح می‌دهند، ولی فایده محتوای آن را کمتر از سایر پلتفرم‌های رسانه اجتماعی درک می‌کنند. مولفان بیان می‌کنند NTOها باید پرتال‌های بازاریابی خود را بیشتر به روزرسانی کنند و بیشتر به سایت‌های کوچک و متمرکز بر مضامین خاص وابستگی داشته باشند که به پرتال‌های بازاریابی اصلی خود متصل می‌شوند.

فصل ۲۲ نوشته رادکا مارکدوا، لوبیکا سبوا و کریستینا بومپرووا با عنوان ارتباطات بازاریابی اینترنتی در سازمان‌های مدیریت مقصد اسلوواکی: مطالعه موردی، ارتباط بازاریابی اینترنتی همه سازمان‌های مدیریت مقصد در اسلوواکی را بررسی می‌کند، وضعیت فعلی را تعیین می‌کند، و احتمالات توسعه بیشتر را مطرح می‌کند. مولفان تأیید می‌کنند که هنوز فرصت‌های استفاده نشده برای ترویج بهتر مناطق جداگانه در بازار گردشگری وجود دارند که در مطالعه آنها بیان می‌شوند.

فصل ۲۳ از آنا کورتسوپولو و جان کهاگیاس درباره اهداف خرید و کیفیت خدمات درک شده توسط مشتری آنلاین هتل است و اولویت‌های مشتریان هتل آنلاین درباره کیفیت خدمات و اهداف خرید آنها را بررسی می‌کند. مولفان بیان می‌کنند هتل‌ها باید بر سفرهای کردن وب سایت‌های خود تاکید کنند تا تجربه خدمات با کیفیتی برای مشتری فراهم کنند.

فصل ۲۴ از آنا کورتسویولو، سوفیا دانای تئودورو، آتاناسیوس کریمادیس و آلکسیستیس پاپایوانو، تاثیر کیفیت سرویس وب آژانس‌های مسافرتی آنلاین بر رضایت و اهداف خرید مشتری را بررسی می‌کند. رشد سریع استفاده از اینترنت تائید می‌کند که وب سایت‌ها شامل یک منبع رقابتی مهم برای شرکت‌های گردشگری هستند. در این محیط دینامیک، آژانس‌های مسافرتی آنلاین باید کاملاً درک کنند کدام ابعاد وب‌سایت بر کیفیت درک شدن تاثیر دارند و خدماتی در وب فراهم کنند که نیازهای مصرف کنندگان آنلاین را برآورده می‌کنند. هدف اصلی این مطالعه، بررسی تاثیر کیفیت درک شده بر رضایت کلی و اهداف خرید مشتریان خدمات آژانس مسافرتی آنلاین بود. نتایج این مطالعه نشان دادند که از بین همه عوامل کیفیت، درک راحت، زمان واکنش و فعالیت تصویری وب سایت (راحتی در استفاده و حرکت) به عنوان مهم‌ترین عوامل تعیین شدند.

فصل ۲۵ از مارلون سانتیاگو وینان لودنا در مقاله مرور منابع سیستماتیک درباره آنالیز رسانه اجتماعی و گردشگری هوشمند، با تعیین مهم‌ترین مسائل مرتبط به آنالیز رسانه اجتماعی و گردشگری هوشمند^۱ (SMAS) وضعیت فعلی را آنالیز می‌کند و راهنماهایی برای تحقیق آینده به وسیله مرور منابع سیستماتیک^۲ (SLR) ارائه می‌کند. نویسنده بیان می‌کند که استفاده از داده ایجاد شده توسط کاربران در شبکه‌های اجتماعی و گردشگری هوشمند، موضوعاتی با اهمیت زیاد برای محققان در گردشگری هستند. چالش‌ها، فرصت‌ها و رویکردهای جدید در SMAS نیز ارائه می‌شوند.

فصل ۲۶ از آناستاسیوس یوانیس تئوکاریدیس، جرج کاراواسیلیس، واسیلیمی ورانا، اوانجلوس کهریس و کنستانتینوس آنتونیادیس درباره این موضوع است: چه چیزی بر تمایل مشتریان برای اجرای فعالیت‌های بازاریابی رسانه اجتماعی در صنعت مهمان نوازی تاثیر دارد؟ بازاریابی رسانه اجتماعی، ارتباطی بین برندها و مصرف کنندگان است و کانالی شخصی برای ایجاد شبکه کاربر محور و تعامل اجتماعی ارائه می‌کند. این تحقیق از ساختارهایی استفاده می‌کند که از مدل پذیرش فناوری گرفته شده‌اند، آنها را با سایر ساختارها یکپارچه می‌کند، و عوامل تاثیرگذار بر پذیرش مصرف کنندگان یونانی نسبت به بازاریابی رسانه اجتماعی در صنعت محلی

^۱Social Media Analytics and Smart Tourism

^۲Systematic Literature Review

را بررسی می‌کند. مدل مفهومی با استفاده از آنالیز مدلسازی معادله ساختاری^۱ (SEM) آزمایش می‌شود. این مطالعه شش عامل را تعیین می‌کند که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم بر هدف اجرای فعالیت‌های بازاریابی رسانه اجتماعی تاثیر دارند. این عوامل عبارتند از: استفاده راحت درک شده، سودمندی درک شده، پذیرش مبتنی بر اجازه، ترس درباره بازاریابی رسانه اجتماعی، استفاده از رسانه اجتماعی و گرایش‌ها درباره بازاریابی با رسانه اجتماعی. این مدل مسائل بنیادی بیان می‌کند که مدیران هتل، تصمیم گیرندگان و متخصصان رسانه اجتماعی باید در نظر داشته باشند تا تمایل مشتریان خود را برای اجرای فعالیت‌های بازاریابی رسانه اجتماعی مانند رزرو و استفاده از برنامه‌های کاربردی رسانه اجتماعی افزایش دهند.

فصل ۲۷ نوشته دیمیتریوس بلیاس، یوانیس روسیدیس و افستاتیوس ولیساریو، شکل‌دهی رفتار مصرف‌کنندگانی که از Airbnb استفاده می‌کنند: مورد کاربران Airbnb در یونان نام دارد. این مقاله مورد Airbnb در یونان را بررسی می‌کند و مبتنی بر منابع موجود نتیجه‌گیری می‌کند عواملی وجود دارند که آن را از هتل‌های سنتی متمایز می‌کنند، یعنی تعامل با فرهنگ محلی.

فصل ۲۸ از آتاناسیوس کوتراس، یوانیس ای. نیکاس و الکیویدیس پاناگوپولو، به سمت توسعه شهرهای هوشمند: مدارکی از آنالیز GIS درباره رفتار گردشگران با استفاده از داده شبکه اجتماعی در شهر آتن است. در این کار، روش خوشه‌بندی مکانی مبتنی بر تراکم در پست‌های سرویس وب اشتراک گذاری تصویر Flickr به کار می‌رود تا داده با برچسب جغرافیایی از یک منطقه شهری آنالیز شود. هدف این تحقیق، مشخص کردن مهم‌ترین نکات در نقاط دیدنی معروف درون یک منطقه شهری و بررسی گرایش‌ها بازدید گردشگران از این نقاط است.

فصل ۲۹ از پدرو لیبراتو، الیسا آلن و دالیا لیبراتو، پورتو به عنوان یک مقصد هوشمند: یک رویکرد کیفی را بررسی می‌کند. این مطالعه رویکردی کیفی برای در نظر گرفتن پورتو به عنوان یک مقصد هوشمند ارائه می‌کند که به وسیله آنالیز محتوا از مصاحبه‌های انجام شده با محققان مرتبط با این بخش، کارآفرینان فناوری اطلاعات، و مسئول DMOهای شهر و منطقه‌ای اصلی انجام می‌شود.

^۱Structural Equation Modeling

فصل ۳۰ از آریستوتلیس مارتینیس، آتنا پایاداتو و کاترینا کاباسی، آنالیز حضور الکترونیک پارک‌های ملی در یونان است. مولفان بیان می‌کنند که کیفیت وب سایت نقش مهمی در درک بازدیدکنندگان یا بازدیدکنندگان بالقوه درباره سازمان مدیریتی منطقه محافظت شده دارد. در این مقاله آنها آنالیزی از ۲۶ وب سایت پارک‌های محلی دارای وب سایت انجام می‌دهند و نکات نتیجه گیری درباره حضور الکترونیک پارک‌های ملی در یونان فراهم می‌کنند.

فصل ۳۱ از لینو ترینچینی و تاناسیس اسپیریادیس، به سمت گردشگری خلاقانه و هوشمند نام دارد. مقاصد گردشگری، راهبردهای گردشگری خلاقانه‌ای برای تقویت رقابت و احیای شهر ایجاد کرده‌اند. رشد گردشگری خلاقانه با انتشار و استفاده از فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات^۱ (ICT) پیشرفته ارتباط دارد. این مقاله روندهای فعلی در گردشگری خلاق را بررسی می‌کند تا اجزای همگرایی با گردشگری هوشمند را بیابد. در انجام این کار مقاله بر نقش فناوری، زمینه تجاری، و بُعد اجتماعی به عنوان اجزای اصلی پدیده گردشگری خلاقانه و هوشمند تمرکز می‌کند. نیاز به رویکردی جامع برای توسعه گردشگری خلاقانه و هوشمند در نهایت با پیشنهاد چند مسیر بالقوه برای تحقیق بیشتر ارائه می‌شود.

بخش چهارم: مدیریت و ساختار گردشگری

این بخش مسائل ساختاری، مدیریتی و بازاریابی مختلف در گردشگری را بررسی می‌کند و شامل دوازده فصل است:

فصل ۳۲ از لئونیداس گایتاناکیس، اورانیا ورونو و استلا لیوادی، سیاست گردشگری دولت مرکزی و توسعه گردشگری ورزشی در مناطق گردشگری انبوه: مورد جزیره کرت نام دارد. هدف تحقیق آنها بررسی واکنش‌های بیان شده در ساختار دولت مرکزی درباره توسعه گردشگری ورزشی بالقوه درباره مقاصد گردشگری سنتی جزیره کرت به عنوان بخشی از راهبرد بازسازی است. این آنالیز بینش ارزشمندی درباره نقش دولت در تصمیم‌گیری برای توسعه گردشگری ورزشی ایجاد کرد. این مطالعه به بررسی تعامل گروه‌های ذینفع مرتبط با مکانیزم‌های گردشگری اصلی می‌پردازد و تاکید می‌کند فرایند توسعه گردشگری ورزشی چالش برانگیز است.

فصل ۳۳ از اورانیا وروندو، پانایوتیس دیمیتروپولوس و لئونیداس گایتاناکیس، استفاده سازمان‌های ورزشی بین‌المللی از مکانیزم‌های پایداری اکولوژیک که بر محیط طبیعی مرتبط با گردشگری ورزشی تاثیر دارند، نام دارد. مولفان به دنبال استفاده از اصول تثبیت‌شده توسعه پایدار هستند که برای عملکرد گردشگری ورزشی تغییر یافته‌اند. این مطالعه با استفاده از بررسی تجربی بین فدراسیون‌های ورزشی اصلی به دنبال ترسیم و متمایز کردن فرایندهایی است که به وسیله آنها عملکرد ورزشی می‌تواند محیط پایداری برای خدمات مرتبط با گردشگری ورزشی ایجاد کند. با تفسیر ایجاد شده از سیاست‌های زیست محیطی تعیین شده، این مطالعه تلاش می‌کند سطح و ماهیت موضوعات پایدار موجود در روندهای سازمانی سازمان‌های ورزشی بین‌المللی را مشخص کند.

فصل ۳۴ از اوانجلیا پاپاسوتیریو، جرجیوس سیدیروپولوس، استاماتیس ننانوس، میتیادیس چالیکیاس، میکالیس اسکوردولیس و دیمیتریس دروسوس درباره فرسودگی و رضایت شغلی: مورد مربیان ورزش در سازمان‌های ورزشی محلی، فرسودگی شغلی و رضایت شغلی بین مربیان ورزش را بررسی می‌کند که در سازمان‌های ورزشی محلی منطقه آتیکا در یونان کار می‌کنند. نتایج آنها سایر مطالعات را تأیید می‌کند که سطوح پایین فرسودگی مربیان ورزش و سطوح بالای رضایت شغلی آنها را نشان می‌دهند.

فصل ۳۵ از کنستانتینوس کورونیوس، آتاناسیوس کریستیدیس، پانایوتیس دیمیتروپولوس، یوانیس دوویس، آندرس پاپادوپولوس و جنوفا مانوساریدو، هوش هیجانی کارکنان در بخش مهمان‌نوازی: بررسی اثرات آن بر رضایت و عملکرد شغلی نام دارد و درباره ارتباطات بین هوش هیجانی، رضایت شغلی و عملکرد شغلی درک شده در صنعت مهمان‌نوازی است. یافته‌ها نشان می‌دهند توانایی یک فرد برای کنترل عواطف و حالت خود، تاثیر مهم و قابل توجهی بر رضایت شغلی و همین‌طور عملکرد او دارد. به علاوه ارزیابی عواطف دیگران و مهارت‌های اجتماعی نیز تاثیر مثبتی بر رضایت و عملکرد شغلی دارند.

فصل ۳۶ نوشته دیمیتریس پایانیس، سوفوکلیس اسکولتسوس و الکسیوس-پاتاپیوس کونتیس، افزایش رضایت شغلی کارکنان فرودگاه‌ها با روش‌های آموزشی. سرمایه‌گذاری در IM.I.A. و مورد خدمات حمل‌ونقل زمینی فرودگاه‌های یونان نام دارد. کار این مقاله، ارائه آموزش کارآمد درباره روش‌های شغلی است تا به مربیان و مسئولان اجرایی فرودگاه در مهارت‌های آموزش شغلی کمک کند. بنابراین برای بهبود رضایت کارکنان و در نهایت افزایش

عملکرد آنها، ابتدا یک رویکرد نظری درباره حلقه‌های کیفیت، صنعت گردشگری یونان و حقایق و ارقام فرودگاه یونان بررسی می‌شود و سپس نتایج تحقیق دوم ارائه می‌شوند.

فصل ۲۷ از ایزابل کاریلو-هیدالگو و خوان ایگناسیو پولیدو-فرناندز درباره بررسی ساختار سازمانی-مالی سازمان‌های مدیریت مقصد دولتی-خصوصی است. مولفان بررسی می‌کنند کدام یک از بزرگترین مقاصد شهری جهان، گردشگری را به وسیله سازمان مدیریت مقصد دولتی-خصوصی مدیریت می‌کنند و ساختار قانونی، سازمانی، عملکردی و مالی این سازمان‌ها را در نظر می‌گیرند، سپس تناسب آنها را مطابق با شرایط منابع علمی ارزیابی می‌کنند. تعیین دیدگاه‌های این سازمان‌ها درباره منابع مالی متفاوت و همکاری دولتی-خصوصی به ما در درک نتایج به دست آمده کمک می‌کند.

فصل ۲۸ از دیمیتریوس بلیاس، کریستوس مانثاس و دیمیتریوس تسیوتاس با عنوان تاثیر فرهنگ شرکتی بر عملکرد کارکنان پذیرش: مورد هتل‌های پنج ستاره در یونان، درباره این مسئله است: فرهنگ سازمانی و فلسفه کسب و کار بر عملکرد سازمان تاثیر دارد. ضروری است که مسئولان از فرهنگ سازمانی کسب و کاری که در آن کار می‌کنند، آگاه باشند تا اهداف راهبردی ایجاد کنند که عملکرد کسب و کار هتل را بهبود می‌بخشند و مزیت رقابتی نسبت به سایر رقبا ایجاد می‌کنند. برای رسیدن به خدمات عالی مشتری، باید از مشخصات مشتری کسب و کار هتل آگاه باشند. خدماتی که توقعات مشتری را برآورده نمی‌کنند، رضایت‌بخش نخواهند بود، بنابراین مشتری در کسب و کارهای رقیب به دنبال این خدمات می‌رود.

فصل ۳۹ نوشته تنودوروس استاورینودیس و کریستوس کاکاروگکاس، با عنوان ترکیب متغیرهایی که پاداش‌ها، سیستم، فرهنگ (ReSCulture) را تعیین می‌کنند، یک کار علمی چهار ساله و سیستماتیک را بررسی می‌کند و هدف آن ارائه ترکیبی از متغیرهای ResCulture (پاداش‌ها، سیستم، فرهنگ) است که می‌تواند نقش سیستم‌های پاداش را در فرایندهای تغییر فرهنگ سازمانی در صنعت مهمان نوازی بررسی و آنالیز کند. با ترکیب مفهومی یافته‌های دو دیدگاه نظری، یازده فرضیه تخصصی و پیچیده ایجاد شدند که هر یک به وسیله صد و یازده متغیر ReSCulture بررسی شدند.

فصل ۴۰ از دیمیتریوس بلیاس، افستاتیوس ویساریو و یوانیس روسیدیس درباره سهم HRM در توسعه فرهنگ سازمانی موثر واحدهای هتل: مورد هتل‌های یونانی است. مولفان تاثیر HRM بر توسعه یک فرهنگ موثر در هتل‌ها را بر اساس اطلاعات جمع‌آوری شده از منابع

موجود در نظر می‌گیرند، و مدارکی فراهم می‌کنند که بیشتر بخش‌های HRM در هتل‌های یونان، سیاست‌ها و فعالیت‌های موثری ایجاد نمی‌کنند، بنابراین نمی‌توانند از فرهنگ شرکتی خود استفاده کنند.

فصل ۴۱ نوشته مدیا وریسیمو و کارلوس کاستا، چطور بر چالش‌های استفاده از نتنوغرافی (قوم‌نگاری شبکه‌ای) در تحقیق گردشگری غلبه کنیم؟ دیدگاه‌ها در مسیر یک دکتر نام دارد. هدف مطالعه آنها تعیین چالش‌های موجود در استفاده از نتنوغرافی به عنوان بخشی از فرایند تحقیق در گردشگری است. این مقاله با توصیف قوم‌نگاری آنلاین به عنوان یکی از مراحل مطالعه روش‌های ترکیبی، بررسی می‌کند یافتن گروه‌های آنلاین و رسیدن به مخاطب صحیح، بررسی داده آنلاین، به کار بردن روش‌های تکمیلی و ارزیابی در زمینه پایان نامه دکتر درباره گردشگری، چقدر چالش‌برانگیز است. در نهایت این مطالعه راهبردهای برای غلبه بر این مشکلات ارائه می‌کند تا به بحث روش‌شناسی متنوع در تحقیق گردشگری کمک کند.

فصل ۴۲ نوشته خوزه سوموزا مدینا، حاکمیت و پایداری پروژه‌های بزرگ فرهنگی: مطالعات موردی از اسپانیا را بررسی می‌کند. نویسنده تأیید می‌کند که پروژه‌های فرهنگی بزرگ، مجموعه‌هایی از تعداد زیادی ساختمان‌ها و عملکردهای فرهنگی هستند که سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی از سازمان‌های دولتی لازم دارند. هدف این پروژه‌ها بازسازی تصویر یک شهر به وسیله معماری پیشرو و ساخت انگیزه جدیدی برای توسعه اقتصادی و گردشگری است. مدل‌های حاکمیتی آنها تفاوت دارد، ولی ساختارهای مدیریتی آنها معمولاً از نمایندگان بخش دولتی تشکیل شده‌اند که تأمین مالی پروژه بزرگ را انجام می‌دهد. در این مقاله، آنالیزی از سه مورد در اسپانیا وجود دارد که پایداری آینده آنها با روش سیاسی و اجتماعی بررسی می‌شود.

فصل ۴۳ از پاناگیوتیس ای. دیمیتروپولوس، اتورانیا وروندو و کنستانتینوس کورونیوس، قابلیت پیش‌بینی سودهای صنعت مهمان‌نوازی یونان طی بحران نام دارد و درباره مسئله قابلیت پیش‌بینی سودهای یک نمونه از شرکت‌های مهمان‌نوازی قبل و بعد از بحران مالی در اقتصاد یونان در سال ۲۰۱۱ است. آنالیز رگرسیون آنها نشان داد که جزء جریان نقدی سودها، عامل تعیین‌کننده مهمتری برای درآمدهای آینده نسبت به اقلام تعهدی است. پایداری جزء جریان نقدی سودها بعد از بحران نیز کاهش یافته است، و این موضوع به سطوح پایین‌تر قابلیت پیش‌بینی سود در این دوره نسبت داده می‌شود. مطالعه آنها، اطلاعاتی به منابع موجود درباره قابلیت

پیش بینی سود و پایداری صنعت مهمان نوازی اضافه می کند و نشانه های سیاسی مفیدی ارائه می دهد.

همه این مقالات نشان می دهند که صنعت گردشگری مدرن هنوز یک بخش تحقیق جالب و در حال تغییر است که مطالعه بیشتری لازم دارد. گردشگری در واقع یک پدیده اجتماعی-اقتصادی گسترده است که پیامدهای مهمی بر همه عوامل تولید دارد، و بر صحنه جهانی تسلط دارد. IACuDiT این نقش ها را می پذیرد و تلاش دارد به این پدیده کمک کند.

ویکی کاستونی، آتن، یونان؛

ماريوال سگارا-اونا، والنسیا، اسپانیا،

www.ketab.ir