

ارزیابی تحلیلی حوزه‌های علمی در حال ظهور در صنعت گردشگری منطقه خاورمیانه با استفاده از الگوریتم‌های متن کاوی

ایمان رئیسی وانانی*، سید محمد جعفر جلالی**

تاریخ دریافت: ۹۵/۲/۵

تاریخ پذیرش: ۹۶/۱۲/۲۸

چکیده

صنعت گردشگری یکی از صنایعی است که برای دولت، صنعت، گروه‌های مذهبی، انسان‌شناسان و گردشگران از جنبه‌های مختلف دارای اهمیت است. بررسی روند علمی موجود در حوزه گردشگری می‌تواند شناخت هر یک از گروه‌های مذکور را از این حوزه بیشتر کند و در نهایت باعث آگاهی پژوهشگران این حوزه شده و تصمیم‌گیری درست صاحبان مشاغل و مناصب را به همراه داشته باشد. هدف پژوهش حاضر بررسی روند علمی حوزه گردشگری در تمامی کشورهای خاورمیانه می‌باشد که با استفاده از الگوریتم متن کاوی اکتشاف توالی می‌باشد که به شناخت حوزه‌های در حال ظهور کمک می‌کند. بدین منظور پایگاه داده‌ی Web of Science به عنوان معتبرترین پایگاه داده‌ی علمی جهان، برای بررسی مقالات انتخاب شد. مجموعاً ۱۱۴۱ مقاله با جستجوی لغت "Tourism" با در نظر گرفتن کشورهای خاورمیانه بر روی پایگاه داده مذکور استخراج شد. از میان روش‌های مختلفی که روندهای علمی را استخراج و تحلیل می‌کنند، روش معتبر متن کاوی با استفاده از الگوریتم اکتشاف توالی (Burst Detection) انتخاب و از این روش برای تحلیل و ارزیابی مقالات استخراج شده استفاده شده است که نتایج قابل توجهی را نیز در بر داشته است. نتایج حاصل از تحلیل مقالات نشان می‌دهد که برخی از حوزه‌های علمی، تکرار بیشتری در عنوان، کلمات کلیدی و چکیده مقالات بین‌المللی دارند که حاکی از اهمیت بیشتر این حوزه‌های علمی نسبت به دیگر حوزه و نیاز به توجه بیشتر به آنها در حوزه گردشگری است.

کلیدواژه‌ها: گردشگری؛ الگوریتم اکتشاف توالی؛ علم‌سنجی؛ کتاب‌سنجی

* استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی (نویسنده مسئول)

imanraeesi@atu.ac.ir

** فارغ‌التحصیل کارشناسی‌ارشد مدیریت فناوری اطلاعات، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه

طباطبائی

مقدمه

به طور کلی سیاحت یا گردشگری به عنوان مسافرت تفریحی در نظر گرفته می‌شود. هر چند که در سال‌های اخیر شامل هر گونه مسافرتی می‌شود که شخص به واسطه آن از محیط کار یا زندگی خود خارج شود. اصطلاحات «گردشگری» و «گردشگر» اولین بار در سال ۱۹۳۷ توسط جامعه ملل مورد استفاده قرار گرفتند. گردشگری به سفر به خارج از کشور و با مدت زمان بیش از ۲۴ ساعت اطلاق می‌شود (ویور و جین، ۲۰۱۶). از آنجایی که صنعت گردشگری نقش بسیار مهمی را در رفاه اجتماعی و اقتصادی جوامع میزبان بازی می‌کند، امروزه توجه به گردشگری به دلیل آثار مثبت آن افزایش یافته است (واکر و واکر، ۲۰۱۱، هال و لو، ۲۰۰۹). براساس اعلام شورای جهانی گردشگری و سفر^۱ (۲۰۱۵)، گردشگری در حال تبدیل شدن به بزرگ‌ترین صنعت جهانی است (ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده، ۱۳۸۸). در سال ۲۰۱۴ مسافرت و گردشگری در تولید ناخالص داخلی حدود ۲۳۶۴٫۸ میلیارد دلار (۳٫۱٪ از کل تولید ناخالص داخلی دنیا) درآمدزایی داشته است (شورای جهانی گردشگری و سفر، ۲۰۱۵). بر اساس آمار ارائه شده از شورای جهانی گردشگری و سفر در سال ۲۰۰۶، درآمد اسپانیا بیشتر از کل درآمد مناطق خاورمیانه و آفریقا بوده است اما در سالهای اخیر آسیا عملکرد بهتری در ورود جهانگرد داشته و توانسته در جذب گردشگر از آمریکا پیشی بگیرد و بعد از اروپا در جایگاه دوم قرار گیرد که این جایگاه به دلیل رشد گردشگری در کشورهایی مانند چین، کره، تایلند و هند است. درآمد کشورهای آفریقایی در سال ۲۰۰۶ حدود ۲۴ میلیارد بوده است که پایین‌ترین درآمد را داشته اما این رقم در سال ۲۰۱۳ به مبلغی بالغ بر ۵۵٫۷ میلیون دلار رسیده است. این آمار نشان دهنده‌ی توجه هر چه بیشتر دولت‌ها به این صنعت می‌باشد. خاورمیانه نیز علی‌رغم برخورداری از جاذبه‌های گردشگری به علت مسائل سیاسی و اجتماعی خاص موفقیت چندانی در جذب گردشگر نداشته است. آمارها نشان می‌دهد در بین کشورهای در حال توسعه تنها ترکیه و مکزیک در سال ۲۰۱۴ در بین ۱۰ کشور برتر دنیا در صنعت گردشگری قرار دارند (شورای جهانی گردشگری و سفر، ۲۰۱۵).

این مقاله به دنبال بررسی روند تغییرات در حوزه‌ی گردشگری با استفاده از استخراج کلمات پرتکرار در عنوان، کلمات کلیدی و چکیده است. بدین منظور سعی شد تمامی مقالات حوزه گردشگری در پایگاه داده‌ی Web of Science مورد استفاده قرار گیرد تا تحلیلی جامع ارائه شود اما با توجه به اینکه تعداد مقالات بسیار زیاد و خارج از توان استخراج و تحلیل در رایانه‌های مورد استفاده بود، لذا تصمیم گرفته شد که کشورهای مورد بررسی به خاورمیانه محدود گردد و سیر مقالات منتشر شده از سوی پژوهشگران خاورمیانه در حوزه گردشگری در تمامی سالها مورد بررسی قرار گیرد. دلیل انتخاب Web of Science به عنوان مرجع استخراج مقالات، اعتبار مقالات موجود در آن و جایگاه خاص این پایگاه داده در میان محققان می‌باشد. برای تجزیه و تحلیل روند مورد نظر از روش الگوریتم اکتشاف توالی استفاده شده است و داده‌ها بر اساس کلمات کلیدی، عناوین و چکیده تفکیک شده و بیشترین و کمترین آنها مورد بحث قرار گرفته است. برای انجام این تحقیق از نرم افزار VOSviewer (ون اک و والت من، ۲۰۰۹) و Sci2 (تیم، ۲۰۰۹) استفاده شده است.

مساله اصلی این پژوهش، نیاز به بررسی گسترده و کامل مقالات معتبر در حوزه گردشگری به منظور شناسایی و تحلیل حوزه‌های علمی نوظهور و یا مرجع در سطح خاورمیانه بوده است تا امکان ایجاد بینش تحلیلی نسبت به روندهای فعلی و آتی این حوزه را برای محققان آتی فراهم آورد. از سوی دیگر، با توجه به حجم و پیچیدگی بالای متون مختلف علمی، امکان بررسی مقالات با روش مطالعه و خلاصه سازی متون عملا وجود ندارد. بهمین جهت از رویکرد متن کاوی و اکتشاف توالی به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های روش متن کاوی، برای بررسی داده‌ها و استخراج و تحلیل یافته‌ها بهره گرفته شده است.

در این پژوهش به چند سوالات اساسی در زمینه حوزه‌های علمی جدید و نوظهور در صنعت گردشگری خاورمیانه، توانمندی‌های روش متن کاوی اکتشاف توالی و پیشنهادات کاربردی برای تحقیقات آتی حوزه گردشگری خواهیم پرداخت. در ادامه توضیحات تجزیه و تحلیل و نتیجه‌گیری ارائه خواهد شد.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

گردشگری شامل کلیه فعالیت‌هایی است که گردشگران در هنگام سفر انجام می‌دهند و یا به آنها مربوط می‌شود شامل برنامه ریزی برای سفر، جابه جایی بین مبدأ و مقصد، اقامت و نظایر آن (رنجبران و زاهدی، ۱۳۸۶). شورای جهانی گردشگری با توجه به تمامی تعاریف گردشگری که تا قبل از سال ۱۹۹۴ ارائه شده بودند در سال ۱۹۹۵ یک تعریف نهایی منتشر کرد: «مجموعه فعالیتهای فرد یا افرادی که به مکانی غیر از مکان عادی زندگی خود مسافرت و حداقل یک شب و حداکثر یک سال در آنجا اقامت می‌کنند و هدف از مسافرت آنان نیز گذراندن اوقات فراغت است. البته اهدافی نظیر اشتغال و کسب درآمد شامل آن نمی‌شود». تعریف سازمان ملل از گردشگر به شرح زیر است: «گردشگر (بازدید کننده‌ی موقت) کسی است که به منظور تفریح، استراحت، گذراندن تعطیلات، بازدید از نقاط دیدنی، انجام امور پزشکی، درمانی و معالجه، تجارت، ورزش، زیارت، دیدار از خانواده، ماموریت و شرکت در کنفرانس‌ها در کشوری دیگر سفر می‌کند اطلاق می‌شود؛ مشروط بر اینکه اقامت او کمتر از ۲۴ ساعت و بیشتر از ۳ ماه نباشد» (رضوانی، ۱۳۷۴). از دیدگاه جعفری (۱۹۹۰) گردشگری دارای معانی متفاوتی برای افراد مختلف است. گردشگری برای دولت از این جهت که منبع اشتغال، فعالیت‌های اقتصادی، سرانه مخارج و اثر ضریب تکاثری است دارای اهمیت است در حالی که برای صنعت به معنی تبلیغ و درآمد است. گردشگری برای دسته‌های مذهبی یادآور معنویت است و برای انسان شناسان فرصتی برای تعامل و تغییر فرهنگ است و در نهایت برای خود گردشگر فراغت از امور روزمره، استراحت، آسودگی و آموزش است (جعفری، ۱۹۹۰). وقتی گردشگران به کشوری وارد می‌شوند الزاماً باید هزینه‌هایی را در آن کشور پردازند مثل هزینه خوراک و محل اقامت، هتل، مهمانخانه، هزینه تفریحات، هزینه حمل و نقل، هزینه گشتها، تورها، و همچنین پولی که بابت خرید سوغاتی و کالای بومی کشور میزبان می‌پردازند و هزینه ورود به موزه یا مکان دیدنی این هزینه‌ها از طریق ارزی که وارد کشور میزبان می‌کنند باعث رونق اقتصادی کشور میزبان می‌شوند. از طرف دیگر، با توسعه فعالیت‌های گردشگری زمینه برای ایجاد اشتغال فراهم می‌شود و این امر برای کشورهایی که با جمعیت جوان و متقاضی روبه رو هستند بسیار مفید است از هر ده نفر گردشگر که وارد کشور میزبان می‌شود

یک فرصت شغلی ایجاد می‌گردد (لیپر، ۲۰۰۴). صنعت گردشگری از طریق به کارگیری همزمان منابع داخلی و خارجی، منافع اجتماعی، اقتصادی، زیست محیطی و فرهنگی را به دنبال دارد (ابراهیم‌زاده و آقاسی‌زاده، ۱۳۸۸). در برخی از کشورها گردشگری نیروی اصلی برای رشد اقتصادی است (بیدختی، ۱۳۸۸). اهمیت گردشگری به قدری بالاست که بسیاری از اقتصاد دانان آن را صادرات نامرئی می‌نامند (زارعی، زرگر و نظری، ۱۳۸۸). بر مبنای تاثیر عظیم و کارکرد گسترده صنعت گردشگری در کشورهای مختلف، استفاده از فناوری اطلاعات به منظور تحلیل سریع و دقیق اطلاعات مسافرت‌ها و علائق و رویکردهای پژوهشی این حوزه نیز گسترش فراوانی یافته است. با گسترش امکانات حاصل از فناوری اطلاعات و شبکه‌های اجتماعی، علاقه بیشتری نیز به سمت یافتن رویکردهای نوین پژوهشی با استفاده از الگوریتم‌های ریاضی توانمند و هوشمند ایجاد شده است (بورک و کاپین ریسانن، ۲۰۱۵، اسمیت و همکاران، ۲۰۱۵، ژیانگ، مگینی و فسنایر، ۲۰۱۵). در ادامه، به بررسی الگوریتم اکتشاف توالی می‌پردازیم.

روش اکتشاف توالی

الگوریتم اکتشاف توالی نخستین بار توسط کلینبرگ در سال ۲۰۰۳ بکار گرفته شد (کلینبرگ، ۲۰۰۳) و به منظور تشخیص حوزه‌های در حال ظهور در رشته‌های علمی مختلف استفاده گردید (گو، وینگارت و بورنر، ۲۰۱۱، سوار و خان، ۲۰۱۴). این الگوریتم، به منظور آنالیز جریان‌های متنی (نظیر ایمیل‌ها یا مقالات علمی)، برای بررسی فعالیت‌های یک جریان در یک دوره زمانی، مفید است. در این الگوریتم، متون علمی اعم از عنوان، چکیده، کلیدواژگان و دیگر بخش‌های مقالات به الگوریتم ارائه شده و سپس، روند علمی حاصل از مقالات در طی سالیان مختلف مورد تحلیل قرار می‌گیرد. همچنین این امکان نیز وجود دارد که هم روندی عناوین مقالات با محتوای آنها نیز مورد بررسی و تحلیل قرار گیرد و ارتباط بین حوزه‌های کلیدی علمی بین رشته‌ای نیز ارزیابی شوند. لغات کلیدی و عناوین هر مقاله علمی، از مهم‌ترین اجزای یک مقاله علمی می‌باشند که می‌تواند موضوع و روند کلی مقاله را بیان نماید (پولاک و ادلر، ۲۰۱۴). این الگوریتم، روند ارائه مفاهیم و نکات کلیدی مقالات علمی در تعداد زیاد و حجیم

و در طی دوره‌های زمانی مختلف را بصورت منظم و مدون ارائه نموده و مهمترین الگوها را در اختیار محققین قرار می‌دهد.

همچنین در تحقیقات نوین، شناسایی روندها و رویدادهای نوظهور از طریق الگوریتم‌های مختلف مورد توجه قرار گرفته‌اند. برای نمونه، برخی دانشمندان (آگاروال، راماریتام و بیده، ۲۰۱۲) اقدام به نمودارسازی و مصورسازی یافته‌های حاصل از گراف‌های طراحی شده از روندهای رو به رشد علمی کرده‌اند. همچنین، سیستم‌هایی نیز برای شناسایی مستمر موضوعات نوظهور در قالب نرم افزار ارائه شده‌اند (الونکی، سباستین، راماریتام و ویکام، ۲۰۱۱). در ادامه، به بررسی پیشینه پژوهش می‌پردازیم.

پیشینه پژوهش

این مقاله سعی کرده است با توجه به رویکرد تجزیه و تحلیل روند و با استفاده از الگوریتم اکتشاف توالی به بررسی جایگاه گردشگری بپردازد. تحقیقات نه چندان زیادی در به کارگیری این روش در صنعت گردشگری صورت گرفته است. شائوجی جانگ، پنگ هوی لیو و یان یان (۲۰۱۵) ۱۷۴۱۳ مقاله را از سال ۱۹۰۰ تا ۲۰۱۵ مورد بررسی قرار داده و روند تحقیقات حوزه گردشگری با استفاده از تجزیه و تحلیل علم سنجی استخراج نموده‌اند و در نهایت نتایج نشان داد که زبان انگلیسی محبوب‌ترین زبان برای انتشار مقاله می‌باشد و پژوهشگران کشورهای ایالات متحده، انگلستان و استرالیا بیشترین تمایل برای نوشتن مقاله، کشورهای نیوزلند، چین، انگلستان و استرالیا دارای بیشترین همکاری گروهی در این زمینه می‌باشند. آلفونسو ال پالمر، آلبرت سسه سکو و خوان خوزه مونتانو (۲۰۰۵) سالهای بین ۱۹۹۸ تا ۲۰۰۲ را برای کار خود در نظر گرفتند. در مجموع تعداد ۱۷۹۰ مقاله با استفاده از روش کتابشناسی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. روهانن و همکاران (۲۰۱۵) به منظور بررسی روند و الگوی گردشگری پایدار، مقالات یک بازه زمانی ۲۵ ساله را با استفاده از روش کتابسنجی مورد بررسی قرار دادند. ساواش اورن و نظمی کوزاک (۲۰۱۴) روند گردشگری را در کشور ترکیه با استفاده از همین روش بررسی کرده‌اند. اردوغان بوک وهاکان بوز (۲۰۱۴) مطالعه کتابسنجی خود را محدود به سه نشریه‌ی حوزه گردشگری کردند و سالهای بین ۲۰۰۳ تا ۲۰۱۲ را در این محدوده مورد

کنکاش قرار دادند. چنگک هوآ وانگ و شو- چون چن (۲۰۱۳) تجزیه و تحلیل کتابسنجی و شبکه اجتماعی را در ۱۷۵۵۲ رفرنس موجود در ۴۱۴ مقاله در بین سال‌های ۱۹۵۵ تا ۲۰۱۲ مطالعه نمودند. این مطالعه نشان داد که تحقیقات مقصد گردشگری به چهار مورد برمیگردد: تصویر مقصد، تجربه‌های گردشگری و مشارکت ذینفعان، مدلسازی معادلات ساختاری و مدیریت ارتباط با مشتری. کیویان و همکاران (۲۰۱۴) گردشگری چین را در بین سالهای ۱۹۷۹ تا ۲۰۱۲ با استفاده از کتابسنجی مورد بررسی قرار دادند. لیو و همکاران (۲۰۱۴) رشد نوآوری در گردشگری را از طریق روش کتابسنجی مورد واکاوی قرار دادند که مرجع آنها برای جمع آوری مقالات پایگاه داده‌ی SSCI در نظر گرفته شده بود.

گردشگری جهانی، رشدی مستمر را در شش دهه گذشته تجربه کرده و به یکی از بخش‌های اساسی اقتصاد جهانی با سهمی بیش از ۱,۲ تریلیون دلار تبدیل شده است و تعداد گردشگران جهانی بطور مستمر تا سال ۲۰۱۴ در حدود ۴,۷ درصد افزایش یافته است. این افزایش از سال ۲۰۰۹ به بعد رو به افزایش بوده است (سازمان تجارت جهانی^۱، ۲۰۱۵). موفقیت طولانی مدت گردشگری به بازارها و فرصت‌های جدید در کشورهای در حال توسعه وابسته است. در ادبیات گردشگری، این بازارهای جدید به عنوان مقاصد جدید گردشگری شناخته می‌شوند که منجر به بیشترین رشد در چشم انداز گردشگری بین‌المللی خواهند شد (لاوانچی، ۲۰۱۷). پیش بینی می‌شود که ورود به این مقاصد جدید گردشگری طی سال‌های ۲۰۱۰ الی ۲۰۳۰، سالانه بطور متوسط ۴,۴ درصد افزایش را تجربه نماید که این میزان افزایش، بیش از دو برابر افزایش در کشورهای پیشرفته خواهد بود (سازمان تجارت جهانی، ۲۰۱۴، ۲۰۱۵، ۲۰۱۶، لاوانچی، ۲۰۱۷).

بر مبنای تحلیل ارائه شده و بررسی مطالعات پیشین، می‌توان دریافت که بازاری بسیار مستعد در کشورهای در حال توسعه وجود دارد حال آنکه تاکنون پژوهش مناسب و کاملی درباره کشف حوزه‌های نوظهور گردشگری در کشورهای خاورمیانه بر مبنای متون و مقالات علمی معتبر انجام نشده است که این مهم با استفاده از الگوریتم‌های متن کاوی در این تحقیق ارائه شده است. همچنین پژوهش‌های قبلی به بررسی الگوریتم اکتشاف توالی که از قابل اعتمادترین

روش‌های کشف حوزه‌های نوظهور می‌باشد پرداخته‌اند. بنابراین ضرورت ایجاد می‌کرد که پژوهشی بر روی کشف حوزه‌های نوظهور در کشورهای در حال توسعه منطقه خاورمیانه انجام گردد. در ادامه روش کار پژوهش حاضر به همراه پیاده‌سازی آن مورد بررسی خواهد گرفت.

روش‌شناسی پژوهش

اولین مرحله در این تحقیق، گردآوری داده‌ها می‌باشد که از پایگاه بسیار معتبر Web of Science یا به اختصار WOS (معتبرترین پایگاه داده علمی محققان در سرتاسر دنیا) بدست آمده است. لغت SSSSSSSS که به معنی گردشگری می‌باشد با در نظر گرفتن تمامی کشورهای خاورمیانه که شامل ایران، ترکیه، سوریه، عراق، عربستان، عمان، اردن، قطر، کویت، لبنان، فلسطین، بحرین و افغانستان از آسیا و مصر، الجزایر، لیبی، تونس و مراکش از کشورهای قاره آفریقا هستند بر روی موتور جستجوی این وبگاه بدون در نظر گرفتن بازه زمانی به منظور جلوگیری از حذف ناخواسته مستندات مهم، مورد بررسی قرار گرفت و در مجموع ۱۱۴۱ رکورد مقاله بدست آمد که در زمان گردآوری داده‌های این پژوهش علمی در تاریخ ۲۵ دسامبر ۲۰۱۵، تمامی مقالات سال ۲۰۱۵ پایگاه علمی WOS ضمیمه شده بودند.

سوالات اساسی پژوهش که از طریق متن کاوی و تحلیل یافته‌ها به دنبال پاسخ به آنها هستیم، به شرح زیر می‌باشند:

- کدام حوزه‌های علمی جدید در صنعت گردشگری خاورمیانه در حال ظهور هستند؟
- آیا روش متن کاوی اکتشاف توالی، قادر به شناسایی و استخراج یافته‌های تحلیلی از مقالات معتبر بین‌المللی حوزه گردشگری می‌باشد؟
- بر مبنای حوزه‌های نوظهور گردشگری، چه پیشنهاداتی را برای تحقیقات آتی می‌توان ارائه نمود؟

جدول ۱ نشان دهنده تعداد مقالات به تفکیک کشورها می‌باشد. همانگونه که دیده می‌شود، کشور ترکیه با اختلاف نسبتاً زیادی (حدود ۶۰ درصد) نسبت به بقیه کشورهای منطقه بعنوان

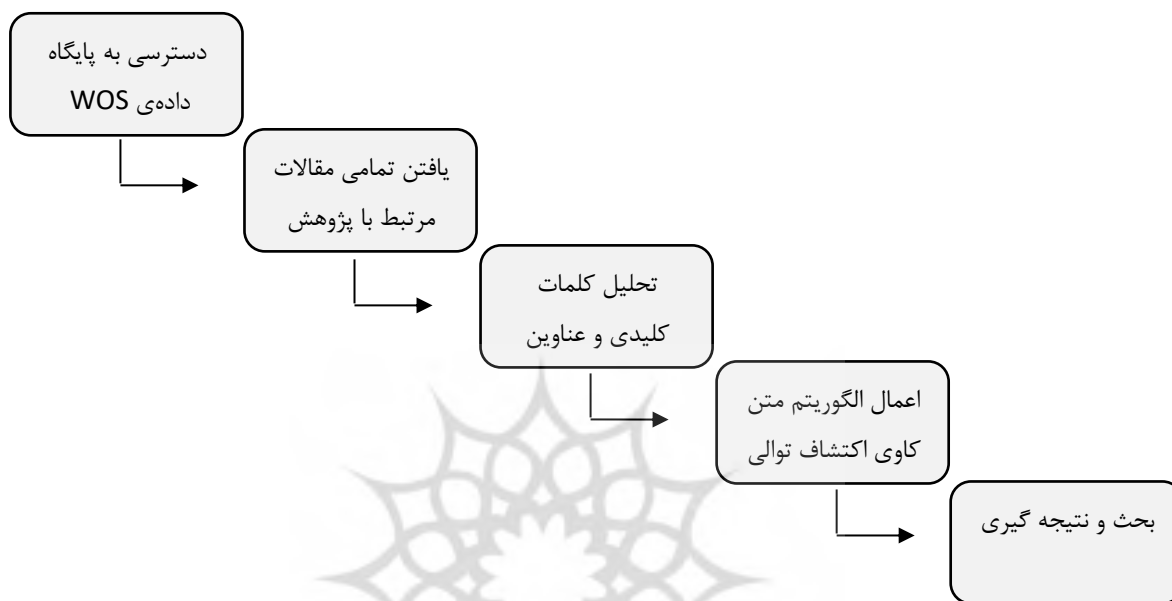
پیش‌تاز ترین کشور از لحاظ تعداد سند علمی در زمینه گردشگری شناخته می‌شود. بعد از ترکیه، به ترتیب کشورهای ایران و مصر با درصدهای ۱۳ و ۱۰ درصد از ۱۱۴۱ سند علمی استخراج شده در رتبه‌های دوم و سوم قرار می‌گیرند.

جدول ۱. کشورهای منطقه خاورمیانه به تفکیک تعداد مقالات

درصد اختصاص داده شده از ۱۱۴۱ سند علمی	تعداد مقالات	نام کشور
۵۷,۲	۶۵۳	ترکیه
۱۲,۹	۱۴۸	ایران
۹,۹	۱۱۴	مصر
۷,۹	۹۱	قبرس
۳,۲	۳۷	اردن
۲,۳	۲۷	عربستان سعودی
۱,۹	۲۲	لبنان
۱,۳	۱۵	کویت
۱,۲	۱۴	قطر
۱,۱	۱۳	عمان
۰,۹	۱۱	امارات متحده عربی
۰,۳	۴	پاکستان
۰,۳	۴	بحرین

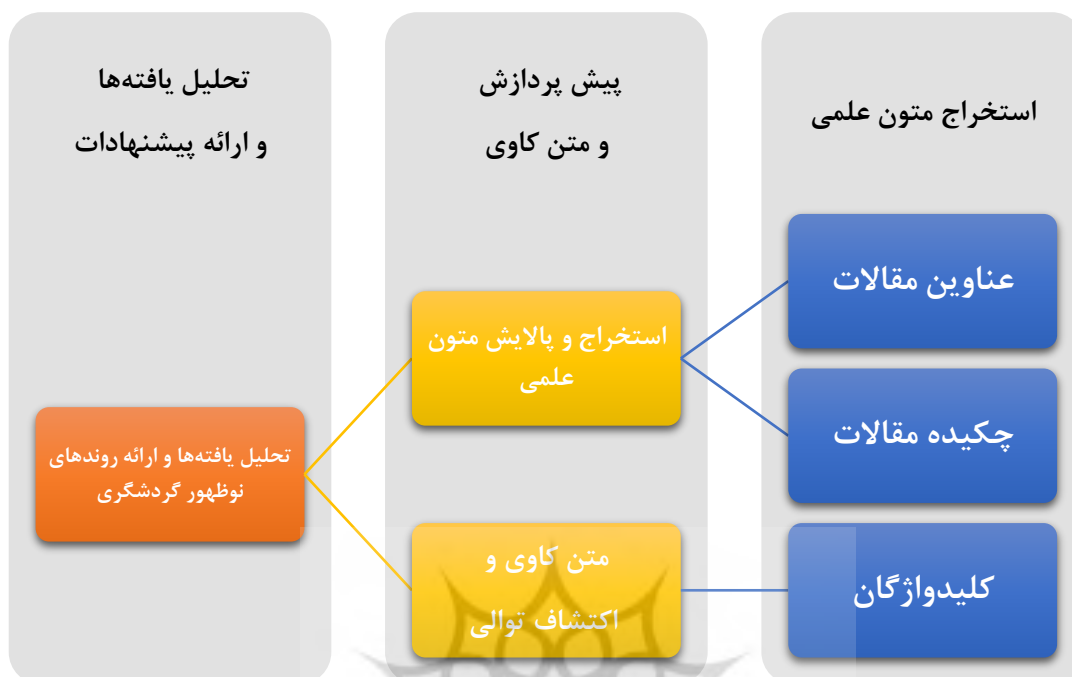
همانگونه که بیان گردید، در این تحقیق از روش اکتشاف توالی به منظور استخراج و تحلیل یافته‌ها و از نرم افزارهای VOSViewer و Sci2 برای پیاده سازی این الگوریتم و مصورسازی یافته‌ها بهره گرفته شده است. همچنین، چارچوب نظری پژوهش و گام‌های تحقیق نیز در ادامه ارائه شده اند. در این تحقیق تلاش شده است تا مهمترین عبارات و رویکردهای پژوهشی در قالب تحلیل عناوین و کلمات کلیدی مورد بحث و بررسی قرار گرفته و روند

رویکردهای نوظهور پژوهشی در گردشگری خاورمیانه مشخص کردند. گام‌های طی شده در این تحقیق به شرح زیر هستند:



شکل ۱. مراحل انجام کار در پژوهش

همانطور که از شکل بالا استنباط می‌گردد این پژوهش پس از مشخص شدن پایگاه داده و گردآوری مقالات مرتبط با حوزه‌ی گردشگری با اعمال کلیدواژه مناسب جهت جستجوی مقالات، تمامی مقالات استخراج شده را مورد بررسی قرار داده است تا روند تکرار کلمات کلیدی و عناوین در آنها مشخص گردد. برای این منظور، عناوین مقالات، چکیده مقالات و کلیدواژگان استخراج و مورد پالایش و پیش پردازش قرار گرفتند و لغات غیرضروری و تکرارشونده از متون حذف شدند. پس از آماده سازی داده‌ها، متن کاوی و اکتشاف توالی بر روی ورودی‌ها انجام پذیرفت و نهایتاً یافته‌ها تحلیل شده و روندهای نوظهور ارائه شدند. چارچوب نظری پژوهش از سمت راست به چپ در شکل ۲ ارائه شده است:



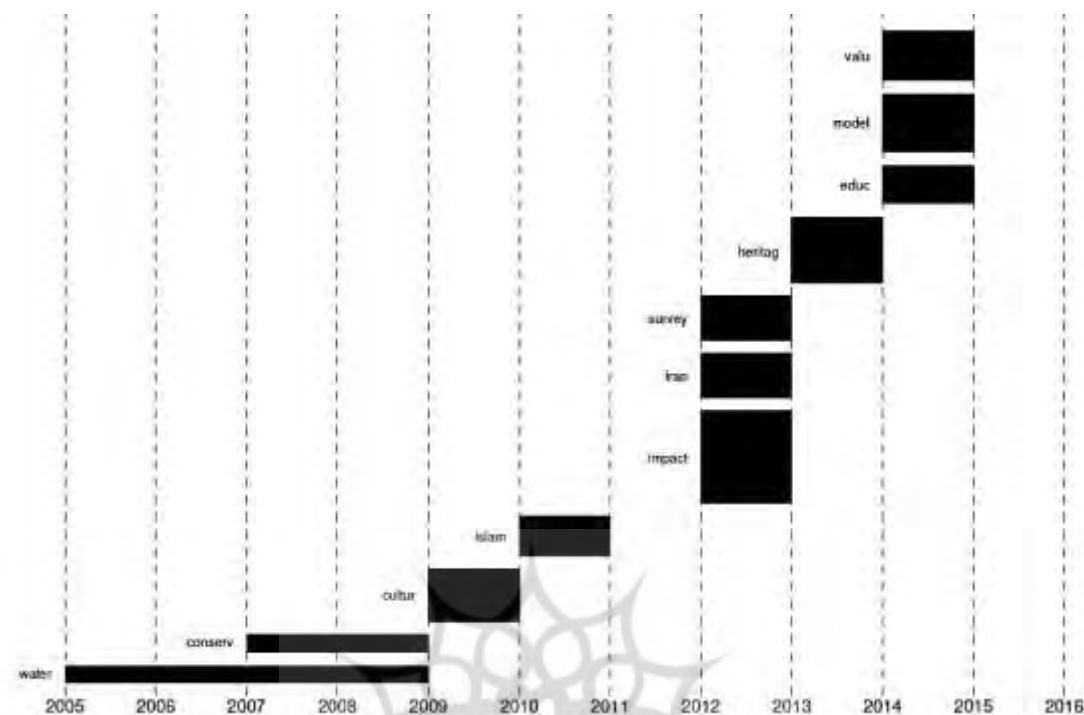
شکل ۲. چارچوب نظری پژوهش

در ادامه از روش اکتشاف توالی بر روی شبکه ای از کلمات کلیدی و عناوین استفاده شده است و در نهایت جمع‌بندی ارائه می‌شود. در این پژوهش، به واکاوی عناوین و کلمات کلیدی مقالات به دست آمده، پرداخته شده است تا میزان تکرار کلمات بر اساس الگوریتم اکتشاف توالی استخراج گردد. نتایج اعمال شده از این الگوریتم بر روی پایگاه داده اعمال شد. شبکه ای از عناوین و کلمات کلیدی حوزه گردشگری را تشکیل داده و موضوعات برتر این حوزه را بر روی شبکه عناوین و کلمات کلیدی به ترتیب در جداول ۲ و ۳ ارائه شده است. در جدول ۲، الگوریتم مذکور بر روی شبکه ای از لغات کلیدی پایگاه داده مقالات اعمال و نتایج حاصل از آن تبیین شده است.

جدول ۲. موضوعات برتر بدست آمده از الگوریتم اکتشاف توالی بر روی شبکه ای از لغات کلیدی

شماره ردیف	کلمه	وزن	طول دوره	شروع	پایان
۱	impact	۶,۸	۲	۲۰۱۲	۲۰۱۳
۲	heritage	۴,۹	۱	۲۰۱۳	۲۰۱۳
۳	water	۴,۸	۵	۲۰۰۵	۲۰۰۹
۴	model	۴,۳	۲	۲۰۱۴	۲۰۱۵
۵	culture	۳,۸	۱	۲۰۰۹	۲۰۰۹
۶	value	۳,۶	۲	۲۰۱۴	۲۰۱۵
۷	Iran	۳,۲	۲	۲۰۱۲	۲۰۱۳
۸	Survey	۳,۲	۱	۲۰۱۲	۲۰۱۲
۹	Islam	۲,۹	۱	۲۰۱۰	۲۰۱۰
۱۰	Education	۲,۸	۲	۲۰۱۴	۲۰۱۴
۱۱	Conservation	۲,۶	۳	۲۰۰۷	۲۰۰۹

جدول ۲، لیست تمام ۲۰ موضوع برتر در حال ظهور حوزه گردشگری را با در نظر گرفتن کلمات کلیدی و عناوین هر یک از مقالات را نشان می‌دهد که این مقادیر بر اساس وزن داده شده توسط الگوریتم اکتشاف توالی مرتب شده‌اند. همانطور که مشخص است، کلمه‌ی impact دارای بیشترین تکرار و متعاقباً بیشترین وزن در میان کلمات کلیدی بوده است. همچنین بررسی کلمات کلیدی نشان داده است که مباحث جدید مانند model و Value نیز در این حوزه در حال شکوفایی است. شکل زیر نمایی گرافیکی از طول زمانی (طول هر یک از کلمات در شکل زیر) و تعداد لغات (ضخامت بازده زیر) بدست آمده از الگوریتم اکتشاف توالی بر روی کلمات کلیدی را به شکل نمودار نشان داده است که جزئیات آن در جدول ۳ ذکر شد.



شکل ۳. نمودار ۲۰ لغت کلیدی استخراج شده با استفاده از الگوریتم اکتشاف توالی

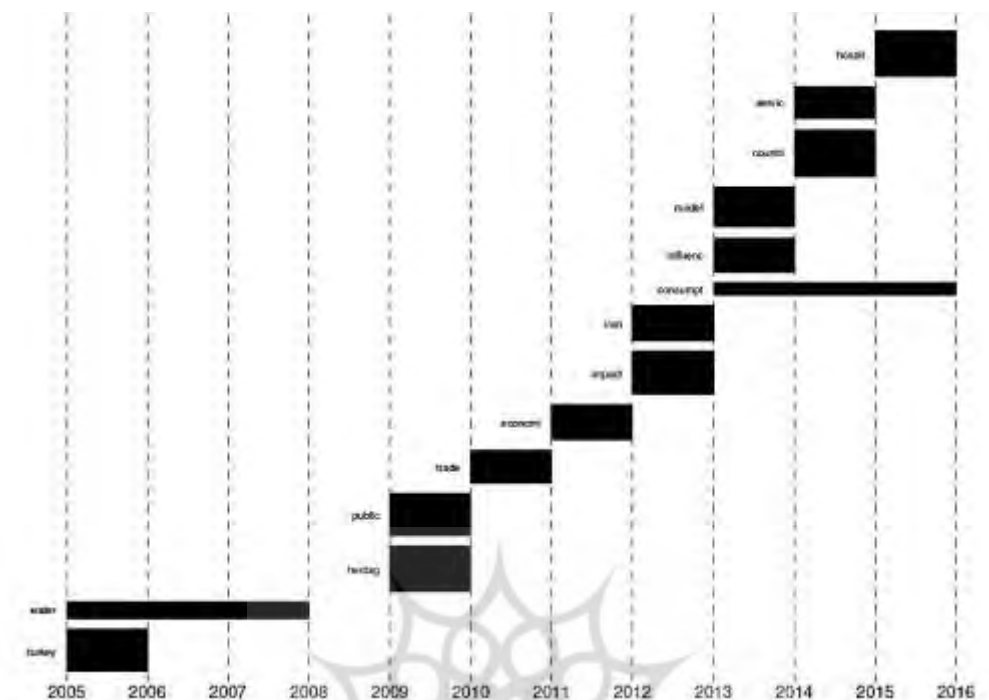
شکل بالا خروجی کلمات کلیدی پرتکرار در بین مقالات به دست آمده در حوزه گردشگری را نشان داد و شکل و جدول زیر بیان کنندهی عناوین مقالاتی است که دارای بیشترین تکرار در بین مقالات مرجع بوده‌اند. همچنین در جدول زیر، تحلیلی از الگوریتم اکتشاف توالی بر روی شبکه‌ای از عناوین مقالات انجام شد که در جدول ۳ و همچنین شکل ۳، عناوین برتر آن ارائه شده است.

پرتال جامع علوم انسانی

جدول ۳. موضوعات برتر بدست آمده از الگوریتم الگوریتم اکتشاف توالی بر روی شبکه عناوین

شماره ردیف	کلمه	وزن	طول دوره	شروع	پایان
۱	water	۴,۷	۴	۲۰۰۵	۲۰۰۸
۲	countries	۴,۳	۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵
۳	hospital	۴,۱	۲	۲۰۱۵	۲۰۱۵
۴	heritage	۴,۱	۲	۲۰۰۹	۲۰۱۰
۵	Impact	۳,۹	۲	۲۰۱۲	۲۰۱۳
۶	Turkey	۳,۷	۲	۲۰۰۵	۲۰۰۶
۷	Public	۳,۷	۲	۲۰۰۹	۲۰۱۰
۸	Model	۳,۶	۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
۹	Consumption	۳,۲	۳	۲۰۱۳	۲۰۱۵
۱۰	Iran	۳,۲	۲	۲۰۱۲	۲۰۱۳
۱۱	Influence	۳,۲	۲	۲۰۱۳	۲۰۱۴
۱۲	Economic	۳,۱	۱	۲۰۱۱	۲۰۱۱
۱۳	Trade	۳,۰۳	۱	۲۰۱۰	۲۰۱۰
۱۴	Service	۲,۹	۱	۲۰۱۴	۲۰۱۴

جدول بالا نشانگر این حقیقت می باشد که ، در بین شبکه ای از عناوین کلیدی، کلمه Water از جایگاه قابل توجهی برخوردار است و دارای بیشترین وزن می باشد. همچنین لغات consumption و hospital ، country و نمایانگر موضوعاتی می باشند که همچنان محققان بر روی آنها کار کرده و مورد توجه آنها می باشد. شکل زیر نمودار حاصل از جدول ۳ را نشان داده و نتایج اعمال الگوریتم اکتشاف توالی بر روی عناوین در شکل ۴ نمود یافته است.



شکل ۴. نمودار ۲۰ عناوین استخراج شده با استفاده از الگوریتم اکتشاف توالی

شکل بالا نشان می‌دهد کلماتی مانند water در یک دوره ۴ ساله دارای تسلط بر حوزه‌ی گردشگری بوده‌اند و بعد از سال ۲۰۰۷ دیگر موضوعات مطرحی در این زمینه محسوب نمی‌شدند.

یافته‌های پژوهش

با توجه به نتایج به دست آمده از تحقیق، مشخص گردید که کشور ترکیه، با فاصله زیادی از کشورهای دیگر خاورمیانه، اقدام به انتشار مقالات متعدد در نشریات معتبر بین‌المللی در حوزه گردشگری نموده است که بطور عمده، ناشی از تمرکز این کشور بر صنعت گردشگری و دستیابی به رشد درآمدی فرآینده از این حوزه می‌باشد. بر مبنای اطلاعات به دست آمده از جدول ۲ و نمودارهای اکتشاف توالی، یافته‌های حاصل از پژوهش در چهار بخش عمده قابل جمع بندی هستند.

- بخش عمده تمرکز مقالات منتشر شده، ناظر بر تاثیر عوامل زیرساختی و تاریخی است (لغات Impact و Heritage). مقصود از عوامل زیرساختی و تاریخی، زیرساخت‌های هستند که طی سده‌های گذشته به منظور شهرسازی و ایجاد تمدن در کشورهای در حال توسعه خاورمیانه ایجاد شده‌اند. این عوامل در سطح خاورمیانه به وفور یافت می‌شوند. از سوی دیگر، به دلیل کمبود عوامل فناوری محور و جاذبه‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته، عوامل تاریخی و سنتی از اهمیت بیشتری برای گردشگران در این کشورها برخوردار هستند.
- در مقام دوم اهمیت، تاکید بسیاری بر موضوع دسترسی به آب‌های آزاد (water) شامل دریاها و اقیانوس‌های متصل به کشورهای خاورمیانه شده است. این تاکید به دلیل ارتباط بسیاری از کشورهای خاورمیانه با آب‌های آزاد و احداث تسهیلات و امکانات فراوان در کنار این مناطق جهت جذب گردشگر می‌باشد. البته ارتباط با آب‌های آزاد، در نقطه مقابل کمبود منابع آب شیرین در این کشورها می‌باشد که محدودیت‌هایی را ایجاد کرده است، با این وجود یکی از مزایای اصلی کشورهای خاورمیانه که در آینده در مطالعات جدید محوریت خواهد داشت، سواحل بسیار و ایجاد تسهیلات فراوان و بررسی اثرات آن در این مناطق خواهد بود.
- سومین بعد دارای اهمیت در تحقیقات بین‌المللی، تاکید بر ارزش‌ها، فرهنگ، اسلام (Values, Culture, Islam) و تاثیر آنها بر غنای گردشگری منطقه خاورمیانه می‌باشد. قدمت طولانی کشورهای منطقه، گسترش مذهب اسلام و دیدگاه‌های فرهنگی مختلف در این کشورها، منجر به ایجاد فضایی آکنده از دیدگاه‌های ارزشی گوناگون شده است که آثار خود را در ساخت و ساز، آداب، رسوم، اخلاقیات، تغذیه و پوشش هر کشور نشان می‌دهد. از این رو، تحقیقات بسیاری بر این ابعاد تمرکز کرده‌اند و مزایا و فرصت‌های متصور را مورد بحث و بررسی قرار داده‌اند.
- بعد چهارم نیز آموزش و ارتقای سطح علمی در این کشورها می‌باشد. سطح و کیفیت آموزش (Education Quality) از عوامل بسیار مهم و اثرگذار در رشد علمی و بهبود فضای کسب و کار در این کشورها بوده است و رابطه مستقیمی را میان سطح

پیشرفت صنعت گردشگری در این کشورها با میزان سطح آگاهی و تحصیلات به وجود آورده است.

موضوع مهمی که در روند چاپ مقالات قابل تاکید است، توجه ویژه به کشور ایران در مقالات منتشر شده در چند سال گذشته بوده است. با توجه به بهبود ارتباطات بین المللی، به نظر می‌رسد که توجه محققین کشورهای مختلف، به تدریج به سمت قابلیت‌ها و پتانسیل گردشگری ایران معطوف می‌گردد.

بر اساس تحلیل ذکر شده، چهار بعد مهم پژوهش‌های حوزه گردشگری در سطح کشورهای خاورمیانه را می‌توان به صورت زیر تقسیم بندی نمود:

۱. عوامل زیرساختی و تاریخی و آثار باقیمانده از نسل‌های پیشین
۲. ارتباط با آب‌های آزاد و ارائه امکانات و تسهیلات در کنار دریا
۳. اسلام، ارزش‌ها، فرهنگ، آداب و رسوم کشورهای منطقه
۴. کیفیت و کمیت آموزش و پژوهش

اغلب مقالات با تاکید بر چهار حوزه پژوهشی مذکور، به ارائه مدل‌هایی بر مبنای تحلیل اطلاعات کسب شده از پرسشنامه‌ها پرداخته‌اند. روند چاپ مقالات در شکل ۲ نشان می‌دهد که تاکید مقالات در سال‌های اخیر، عمدتاً بر ارزش‌ها، زیرساخت‌های تاریخی و آموزش بوده است. در ادامه، بر مبنای ارزیابی جدول ۳، می‌توان به این نکته دست یافت که کشورهای مختلف، تاکید ویژه‌ای بر امکانات عمومی همانند دسترسی به هتل‌ها، بیمارستان‌ها، خرده‌فروشی‌ها، تسهیلات معاملاتی، خدمات شهری و شرایط اقتصادی مطلوب جهت جذب گردشگر دارند. در این جدول نیز تاکید مجددی بر کشورهای ایران و ترکیه و دسترسی آنها به آب‌های آزاد شده است. مهمترین موضوعاتی که در سال‌های اخیر بر مبنای جدول ۳ مورد پژوهش قرار گرفته‌اند شامل خدمات شهری، بیمارستان‌ها و خدمات بهداشتی، کیفیت محصولات مصرفی توسط گردشگران و اثرگذاری نظر گردشگران بر ورود گردشگران جدید به کشورهای خاورمیانه بوده است.

بر مبنای تحلیل ارائه شده در بخش قبل، شبکه عناوین کلیدی مورد استفاده در تحقیقات بین المللی حوزه گردشگری در شکل ۵ ارائه شده است:



شکل ۵. لغات کلیدی مطرح شده در تحقیقات بین‌المللی گردشگری در حوزه خاورمیانه

همچنین در شکل ۶، مهمترین لغات کلیدی مورد استفاده در تحقیقات به تفکیک ارائه شده‌اند.



شکل ۶. لغات کلیدی مطرح شده در تحقیقات بین‌المللی گردشگری در حوزه خاورمیانه

نتیجه‌گیری

در این پژوهش، ۱۱۴۱ مقاله از معتبرترین پایگاه علمی جهان (Web of Science) با جستجوی کلمه کلیدی "tourism" و در نظر گرفتن تمامی کشورهای خاورمیانه استخراج گردید و محتوای مقالات بر مبنای یکی از روش‌های معتبر متن کاوی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفت. با اعمال الگوریتم متن کاوی از نوع اکتشاف توالی بر روی شبکه‌ای از عناوین و کلیدواژه‌های مقالات، موضوعات نوظهور و مورد تاکید در حوزه گردشگری شناسایی شدند. شناسایی این موضوعات، کمک شایانی به پژوهشگران حوزه گردشگری می‌کند تا با تاکید بر عوامل زیرساختی، تاریخی و آثار باقیمانده از نسل‌های پیشین، سواحل و ارتباط با آب‌های آزاد و ارائه امکانات و تسهیلات در کنار دریاها، بزرگ، اسلام و اعتقادات مذهبی، ارزش‌ها، فرهنگ، آداب و رسوم کشورهای منطقه و کیفیت و کمیت آموزش و پژوهش، نسبت به ارائه پژوهش‌هایی با کیفیت و بر اساس نیازهای روز پژوهش‌های بین‌المللی اقدام کنند. ارائه پژوهش‌هایی که حاصل از ترکیب این حوزه‌های نوظهور بوده و حاصل تمرکز بر نیازهای روز گردشگری ایران و منطقه خاورمیانه باشند، بطور قطع در توسعه صنعت گردشگری کشورمان اثرگذار خواهند بود.

در زمینه محدودیت‌های پژوهش، تحقیق حاضر شامل بخشی از مقالات معتبر بین‌المللی در زمینه حوزه‌های نوظهور گردشگری می‌باشد و امکان دسترسی به تمامی مقالات به دلیل حجم و تعداد بالا و همچنین پراکندگی مقالات در پایگاه‌های داده مختلف وجود نداشت. از این رو نیاز است که به دیگر مقالات نیز توجه شده و نتایج حاصل از بررسی آنها با یافته‌های تحقیق حاضر مقایسه گردد. همچنین، امکان تحلیل بخش‌های مرتبط با ادبیات پژوهش و بحث و نتیجه‌گیری مقالات نیز به دلیل محدودیت‌های الگوریتم و نرم‌افزار و حجم متون علمی امکان‌پذیر نبود. از این رو پیشنهاد می‌گردد که در تحقیقات آتی، در جهت رفع محدودیت‌های فعلی و تحلیل حجم بیشتری از متون مقالات با استفاده از نرم‌افزارهای توانمندتر اقدام گردد.

بر مبنای یافته‌های تحقیق، پیشنهاد می‌گردد که سازمان‌های متولی گردشگری در کشور، نسبت به توجه موکد به عوامل زیرساختی تاریخی و آثار باقیمانده از نسل‌های پیشین، به طور ویژه اهتمام ورزند چراکه این آثار، بخش مهمی از پایداری و کسب درآمد حاصل از گردشگری را در سال‌های آتی تشکیل خواهند داد. از سوی دیگر، ارتباط با آب‌های آزاد از مزیت‌های

بزرگ کشور محسوب می‌گردد و ایجاد امکانات و تسهیلات دریایی، در توفیق صنعت گردشگری و جذب گردشگر، اثر به سزایی دارد و در صورتی که این توسعه و رشد، همگام با ارزش‌ها، فرهنگ، آداب و رسوم کشورهای منطقه در نظر گرفته شود، امکان جذب گردشگران بسیاری را از کشورهای خاورمیانه به دنبال خواهد داشت، به ویژه آنکه امکانات دریایی در بخش شمالی کشور که دارای آب و هوایی متفاوت با اغلب کشورهای خاورمیانه است، فراهم گردد. در همین راستا، لازم است که آموزش‌های متعدد و متنوعی نیز به منظور بهبود مدیریت روابط با گردشگران در نظر گرفته شود و کیفیت و کمیت این آموزش‌ها بر مبنای نیاز گردشگران توسعه یافته و بصورت خاص طراحی و اجرا گردد.

در حوزه پژوهش‌های آتی نیز به پژوهشگرانی که قصد ادامه مسیر این پژوهش را دارند، توصیه می‌شود که با استفاده از روش شناسی شرح داده شده در مقاله، کلیدواژه گردشگری و لغات مرتبط با آن را بر روی پایگاه‌های علمی دیگر نظیر Scopus اعمال کنند و نتایج حاصل را با این پژوهش مقایسه کنند. پیشنهاد دیگر، یکپارچگی مجموعه مقالات پایگاه‌های علمی Web of Science و Scopus در یک پایگاه داده متمرکز جهت تحلیل می‌باشد که تحلیل آن، قطعاً نتایج جالب توجهی را ارائه خواهند نمود. در پایان پیشنهاد می‌شود که تحلیل جامعی با استفاده از متن کاوی بر روی متن چکیده مقالات انجام شود و قواعد وابستگی میان متون علمی حوزه گردشگری مورد بررسی قرار گیرند. همچنین پیشنهاد می‌شود که با بکارگیری روش شناسی حاضر از این مقاله، به کشف روند موضوعات نوظهور در کشورهای اروپایی پرداخته شود، زیرا طبق دانش نویسندگان این مقاله، تاکنون چنین پژوهشی انجام نگردیده است. پیشنهاد دیگر بررسی موضوع گردشگری با در نظر گرفتن چکیده مقالات بر مبنای الگوریتم‌های خوشه بندی و طبقه بندی متن کاوی می‌باشد، زیرا چکیده بخش مهمی از مقاله در کنار عنوان و کلمه کلیدی می‌باشد که محتوای مناسبی را جهت بررسی سریع و تفکیک محتوای غنی مقالات برای بررسی‌های آتی فراهم می‌نماید. از سوی دیگر، روش شناسی این پژوهش، در دیگر حوزه‌های علمی نظیر مدیریت کسب و کار، مدیریت فناوری اطلاعات، مدیریت بازاریابی و تحلیل روند پیشرفت صنایع گوناگون به منظور کشف حوزه‌های نوظهور این مباحث نیز کاربرد عملی دارد و پژوهش‌های آتی می‌توانند از روش شناسی پژوهش حاضر به این منظور بهره گیرند.

منابع

- ابراهیم‌زاده، ع. و آقاسی‌زاده، ع. (۱۳۸۸). تحلیل عوامل موثر بر گسترش گردشگری در ناحیه ساحلی چابهار با استفاده از مدل راهبردی SWOT. فصلنامه مطالعات و پژوهش‌های شهری و منطقه‌ای، ۱(۱)، ۱۰۷-۱۲۸.
- بیدختی، ع. ا. ا. (۱۳۸۸). مطالعات امکان‌سنجی مناطق نمونه گردشگری استان سمنان. سازمان میراث فرهنگی.
- رضوانی، ع. ا. (۱۳۷۴). جغرافیا و صنعت گردشگری. تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- رنجبران، ب. و زاهدی، م. (۱۳۸۶). خدمات صنعت گردشگری. اصفهان: انتشارات چهارباغ.
- زارعی، ع. و زرگز، س. م. و نظری، م. (۱۳۸۸). رضایت گردشگران گامی به سوی توسعه صنعت گردشگری استان سمنان. توسعه پایدار و اشتغال‌زایی، ۱۰۵-۱۱۶.
- Agarwal MK, Ramamritham K, Bhide M. (2012), Real time discovery of dense clusters in highly dynamic graphs: identifying real world events in highly dynamic environments. Proc VLDB Endowment, 5(10), 980–91.
- Alvanaki F, Sebastian M, Ramamritham K, Weikum G. (2011), EnBlogue: emergent topic detection in web 2.0 streams. In: Proceedings of the 2011 ACM SIGMOD international conference on management of data. ACM, 1271–4.
- Björk, P., and Kauppinen-Räsänen, H., (2015), Contemporary insights to the dynamic pretrip information sourcing behaviour, *Tourism and Hospitality Research*, 5 (1), 39–53.
- Evren, S., & Kozak, N. (2014). Bibliometric analysis of tourism and hospitality related articles published in Turkey. *Anatolia*, 25(1), 61-80 .
- Guo, Weingart, & Borner. (2011). Mixed-indicators model for identifying emerging research areas. *Scientometrics* ۴۳۵–۴۲۱, (۱)۸۹, doi: 10.1007/s11192-011-0433-7
- Hall, C. M., & Lew, A. A. (2009). *Understanding and managing tourism impacts: An integrated approach*: Routledge.

Kleinberg, J. (2003). Bursty and hierarchical structure in streams. *Data Mining and Knowledge Discovery*, 7(4), 373-397 .

Koc, E., & Boz, H. (2014). Triangulation in tourism research: A bibliometric study of top three tourism journals. *Tourism Management Perspectives*, 12, 9-14 .

LaVanchy, G.T., (2017). When wells run dry: Water and tourism in Nicaragua, *Annals of Tourism Research*, 64, 37–50.

Leiper, N. (2004). *Tourism management* (Vol. 455): Pearson Education Australia Frenchs Forest.

Liu, C.-C., Li, E. Y., & Wu, S.-C. (2014). *A research growth of tourism innovation from Bibliometric perspective*. Paper presented at the Computer, Consumer and Control (IS3C), 2014 International Symposium on.

Palmer, A. L., Sesé, A., & Montaña, J. J. (2005). Tourism and statistics: Bibliometric study 1998–2002. *Annals of Tourism Research*, 32(1), 167-178 .

Pollack, J., & Adler, D. (2014). Does Project Management Affect Business Productivity? Evidence From Australian Small to Medium Enterprises. *Project Management Journal*, 45(6), 17-24 .

Qiuyun, L., Guosheng, H., Aiping, Z & ,Hong, X. (2014). Bibliometric and Content Analysis of China's Tourism Geography Research from 1979 to 2012. *Tourism Tribune/Lvyou Xuekan*, 29(9)

Ruhanen, L., Weiler, B., Moyle, B. D., & McLennan, C.-I. J. (2015). Trends and patterns in sustainable tourism research: a 25-year bibliometric analysis. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(4), 517-535 .

Smith, W.W., Li, X., Pan, B., Witte, M., and Doherty, S.T. (2015) Tracking destination image across the trip experience with smartphone technology, *Tourism Management*, 48, 113.

Swar, & Khan. (2014). Mapping ICT knowledge infrastructure in South Asia. *Scientometrics*, 99(1), 117–137. doi: 10.1007/s11192-013-1099-0

Team, S. (2009). Science of science (Sci2) tool. *Indiana University and SciTech Strategies* .

UNWTO (2014). United Nations World Tourism Organization tourism highlights (2014 Edition). Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO (2015). United nations world tourism organization world tourism barometer, 1728-9246. Madrid: World Tourism Organization.

UNWTO (2016). United Nations World Tourism Organization Tourism Highlights (2016 Edition). Madrid: World Tourism Organization.

Van Eck, N., & Waltman, L. (2009). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523-538 .

Walker, J. R., & Walker, J. T. (2011). *Tourism concepts and practices*: Pearson Education India.

Wang, C.-H., & Chen, S.-C. (2013). Bibliometric and Social Network Analysis for Data Mining: The Intellectual Structure of Tourism Destination Literature. *Journal of Testing and Evaluation*, 42(1), 1-13 .

Weaver, D. B., & Jin, X. (2016). Compassion as a neglected motivator for sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-16 .

WTTC. (2015), from <http://www.wttc.org>

Xiang, Z., Magnini, V.P., and Fesenmaier, D.R., (2015), Information technology and consumer behavior in travel and tourism: insights from travel planning using the internet, *Journal of Retailing and Consumer Services*, 22, 244–249.

Zhang, S.-j., Lyu, P.-h., & Yan, Y. (2015). Global geographical and scientometric analysis of tourism-themed research. *Scientometrics*, 105(1), 385-401 .