

L'utilisation de l'intelligence artificielle dans la prise de décision dans les entreprises touristiques : une revue bibliométrique

The use of Artificial Intelligence in decision-making in tourism companies: a bibliometric review

Amine DOUAZI

Laboratoire de Recherche en Management, Marketing, Logistique Internationale et Finance (REMMALIF), École Supérieure de Technologies – Fès, Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, Fès, Maroc.

Zakia ERRABIH

Laboratoire de Recherche en Management, Marketing, Logistique Internationale et Finance (REMMALIF), École Supérieure de Technologies – Fès, Université Sidi Mohamed Ben Abdellah, Fès, Maroc.

Résumé. Dans un contexte mondial marqué par une transformation numérique accélérée, l'intelligence artificielle (IA) s'impose comme un levier stratégique majeur pour renforcer la prise de décision au sein des organisations. Le secteur du tourisme, fortement dépendant de l'analyse de données, de l'anticipation de la demande et de la personnalisation des services, constitue un terrain d'application privilégié pour ces technologies. Pourtant, malgré l'essor des travaux consacrés à l'IA dans différents domaines du management, la compréhension intégrée de son impact sur les processus décisionnels touristiques demeure dispersée, ce qui justifie une analyse scientifique structurée. L'objectif de cette étude est d'offrir une vision sur l'évolution de la recherche portant sur l'IA appliquée à la prise de décision, avec un accent particulier sur les travaux relatifs au secteur touristique. Une méthodologie bibliométrique a été mobilisée pour examiner la dynamique, la structure et les tendances du champ. Les données ont été extraites de la base Web of Science pour la période 2020–2025, à partir d'une requête ciblant simultanément l'intelligence artificielle, la prise de décision et le tourisme. Après l'application de plusieurs filtres méthodologiques, un corpus final de 105 articles a été retenu. L'analyse, réalisée via Biblioshiny, met en évidence une croissance soutenue de la production scientifique, structurée autour des concepts centraux tels que artificial intelligence, decision-making, big data et innovation. L'apparition des thèmes comme l'éthique, la confiance ou l'automatisation reflète un élargissement des préoccupations académiques. Sur le plan géographique, les contributions sont dominées par l'Asie et pays anglophones. Cette revue révèle un champ en pleine expansion, particulièrement pertinent pour les organisations touristiques confrontées à des environnements décisionnels complexes. Elle fournit une base solide pour comprendre les orientations actuelles de la recherche et leurs implications managériales.

Mots clés : *Intelligence artificielle ; Prise de décision ; Tourisme ; Transformation numérique ; Web of Science.*

Abstract. In a global context characterized by accelerated digital transformation, artificial intelligence (AI) has emerged as a strategic lever for strengthening decision-making within organizations. The tourism sector, which relies heavily on data analysis, demand forecasting, and service personalization, represents a privileged field for the implementation of these emerging technologies. However, despite the growing body of research on AI across various management domains, an integrated understanding of its impact on decision-making processes in tourism remains fragmented, highlighting the need for a structured scientific

examination. The objective of this study is to provide a consolidated overview of the evolution of research dedicated to AI-driven decision-making, with particular attention to contributions related to the tourism sector. A rigorous bibliometric methodology was employed to explore the dynamics, structure, and trends of the field. Data were extracted from the Web of Science database for the period 2020–2025, based on a query simultaneously targeting artificial intelligence, decision-making, and tourism. After applying strict methodological filters, a final corpus of 105 articles was retained. The analysis conducted via Biblioshiny highlights sustained growth in scientific production, structured around core concepts such as artificial intelligence, decision-making, big data, and innovation. The emergence of themes such as ethics, trust, and automation reflect a broadening of academic concerns. Geographically, contributions are dominated by Asia and English-speaking countries. This review reveals a rapidly maturing field, particularly relevant for tourism organizations facing increasingly complex decision-making environments. It provides a solid foundation for understanding current research directions and their managerial implications.

Keywords: *Artificial intelligence; Decision-making; Tourism; Digital transformation; Web of Science.*

1. Introduction

L'intégration progressive de l'intelligence artificielle (IA) dans les organisations modifie profondément les modes traditionnels de prise de décision particulièrement dans les secteurs caractérisés par une forte intensité informationnelle tels que le tourisme. La mise en place des technologies avancées notamment le machine learning, l'analyse prédictive et les systèmes de commandes permet d'améliorer la rapidité, la précision et la pertinence des décisions (Shrestha, et al, 2021 ; Mikalef et al, 2021). Dans le secteur touristique, l'IA est mobilisée pour optimiser la gestion de la demande, personnaliser l'expérience client, automatiser certaines tâches opérationnelles et soutenir la planification stratégique (Gretzel, 2021 ; Tussyadiah, 2020). Cette transformation intervient dans un contexte de digitalisation accélérée et de complexité croissante des environnements concurrentiels, ce qui renforce l'importance d'outils intelligents pour orienter les choix organisationnels (Mariani et al, 2022).

Cette dynamique est confirmée par la littérature scientifique récente par une augmentation significative du volume de publications consacrées aux applications de l'IA en management, en analyse des données et en prise de décision (Duan et al., 2019 ; Chen et al, 2012). Malgré cette hausse, les travaux demeurent fragmentés entre plusieurs disciplines, rendant difficile une compréhension globale des tendances structurantes du champ.

Les travaux existants sur l'intelligence artificielle et la prise de décision dans les entreprises touristiques présentent encore d'importants gaps méthodologiques, en particulier en ce qui concerne l'usage de méthodes bibliométriques avancées pour cartographier le champ de l'étude. De nombreuses revues se limitent à des analyses descriptives (nombre de publications par année, principales revues, mots-clés les plus fréquents) sans mobiliser de manière systématique des techniques comme l'analyse de co-citation, des nuages des mots ou les réseaux de collaboration, ce qui limite la compréhension des structures intellectuelles du domaine.

L'originalité de cette revue bibliométrique est de cartographier exhaustivement les contributions existantes, d'identifier les axes de recherche dominants et de mettre en valeur les évolutions affectant spécifiquement le secteur touristique en mobilisant le protocole PRISMA et des outils bibliométriques avancés tout en ouvrant de nouvelles perspectives pour les études empiriques futures.

Dans cette perspective, la problématique centrale peut être formulée ainsi : *Dans quelle mesure l'intelligence artificielle transforme-t-elle les processus décisionnels des organisations, et comment cette dynamique se manifeste-t-elle dans les recherches appliquées au secteur du tourisme ?* Cette interrogation

soulève des questions relatives à la manière dont les organisations développent leurs capacités technologiques, informationnelles et managériales pour tirer parti de l'IA (Gupta et al, 2016 ; Akter et al., 2021).

À partir de cette problématique, trois questions de recherche structurent l'étude :

1. Comment la production scientifique portant sur l'IA et la prise de décision a-t-elle évolué entre 2020 et 2025, et quelles thématiques majeures émergent de cette littérature ?
2. Quels pays, auteurs et revues jouent un rôle structurant dans ce domaine, et comment se configurent les collaborations internationales, notamment dans les recherches appliquées au tourisme ?
3. Quels concepts, approches et outils sont identifiés comme essentiels pour comprendre l'intégration de l'IA dans les processus décisionnels des organisations touristiques ?

Pour répondre à ces questions, une approche bibliométrique a été mobilisée. Les données ont été collectées dans **Web of Science** sur la période 2020–2025. Le choix de la période d'analyse se justifie par le caractère exceptionnel marqué par la crise sanitaire de la COVID-19, qui a profondément bouleversé les modèles économiques, les pratiques managériales et les mécanismes de gestion des risques au sein des entreprises touristiques face à un environnement fortement incertain. Les données ont été collectées à partir d'une requête TITLE-ABS-KEY ciblant principalement les notions d'intelligence artificielle, de prise de décision et de tourisme. Leur analyse a été assurée via l'interface **Biblioshiny du logiciel R**, permettant d'examiner l'évolution de la production scientifique, les réseaux de cooccurrence et de co-citation et la cartographie des collaborations internationales. Cette méthodologie, largement reconnue dans les travaux de synthèse scientifique (Aria et al, 2017) garantit la rigueur et la transparence.

Le reste de l'article est structuré comme suit. Une première partie présente la méthodologie de recherche mobilisée, en détaillant la stratégie de recherche et les outils d'analyse bibliométrique mobilisés. Une deuxième section est consacrée à la présentation et à l'analyse des résultats. Une troisième section explore les discussions de la recherche. Une quatrième partie présente les perspectives de la recherche. Enfin, une dernière partie conclut l'article.

2. Méthodologie

a. Stratégie de recherche

La stratégie de recherche adoptée s'inscrit dans les recommandations méthodologiques des travaux de référence à la revue bibliométrique (Aria et al, 2017 ; Donthu et al., 2021). Elle vise à identifier de manière systématique les contributions scientifiques portant sur l'intégration de l'intelligence artificielle (IA) dans les processus de prise de décision, avec un intérêt particulier pour le secteur touristique. Pour garantir une couverture fiable et scientifique, les recherches ont été menées dans la base Web of Science (WOS), reconnue pour la rigueur de son indexation, sa sélectivité et la qualité des sources évaluées par les pairs (Falagas et al., 2008).

Afin de saisir les dynamiques les plus récentes d'un champ en pleine expansion, la période étudiée a été limitée à 2020–2025, marquée par une accélération des travaux sur l'IA, la transformation digitale et les technologies appliquées (Mariani et al, 2022 ; Gretzel, 2021).

La requête TITLE-ABS-KEY a été construite autour des trois concepts majeurs Intelligence artificielle, tourisme et prise de décision. La structure finale de la requête était la suivante :

TITLE-ABS-KEY(("artificial intelligence" OR "machine learning") AND ("tourism" OR "smart

tourism") AND ("decision making" OR "decision support systems")

L'usage des opérateurs booléens suit les bonnes pratiques décrites par Zupic & Čater (2015) permettant de combiner un champ lexical suffisamment large.

L'exécution initiale de cette requête a généré 23 417 publications, témoignant un intérêt sur la recherche croisant IA et prise de décision. Conformément aux recommandations de Donthu et al. (2021) et Paul et al (2020), plusieurs étapes de filtrage ont été appliquées pour construire un corpus analytique fiable. En premier lieu, une sélection des articles en accès libre (Open Access), ce choix garantit un haut niveau de transparence, de reproductibilité et d'accès aux données, conformément aux principes de la recherche ouverte (Piwowar, et al 2018). Un deuxième filtre consiste à la restriction aux articles scientifiques évalués par les pairs, les chapitres, actes de conférences et rapports ont été exclus, conformément aux recommandations de Tranfield et al (2003) ce qui renforce la cohérence méthodologique et la qualité scientifique du corpus. Un troisième filtre sur portant sur la limitation à une période récente (2020–2025), ce filtre permet de capturer les contributions les plus actuelles dans un domaine soumis à une évolution rapide, (Page et al., 2021). Un dernier filtre pour **limiter les domaines disciplinaires à Engineering, Computer Science, Business Economics et Social Sciences**, ce choix est justifié par la nature multidimensionnelle de l'analyse portant sur les processus décisionnels et les applications de l'intelligence artificielle. D'une part, **Engineering** et **Computer Science** constituent la base essentielle pour comprendre les modèles, les algorithmes et les infrastructures de l'IA. D'autre part, **Business Economics** permet d'examiner les implications managériales et organisationnelles de ces technologies dans les processus de décision (Gupta et al, 2016 ; Akter et al., 2019). Enfin, **Social Sciences** apporte une vision sur les comportements et les impacts sociaux associés à l'usage de l'IA.

Ces filtres successifs ont réduit le corpus initial, permettant d'obtenir un ensemble cohérent d'articles de 489 articles.

Après application de tous les filtres, une étape qualitative consiste à une lecture exploratoire approfondie dans les titres et les résumés a été appliquée sur les 489 articles retenus dans le but d'évaluer la pertinence réelle des articles au regard des trois dimensions conceptuelles de l'étude : l'IA, la prise de décision et le champ touristique. À l'issue de cette lecture, seuls 105 articles ont été retenus pour l'analyse finale.

b. Analyse bibliométrique

Les analyses bibliométriques ont été conduites à l'aide de l'interface **Biblioshiny**, intégrée au package *bibliometrix* du logiciel *R Studio* qui constitue aujourd'hui une référence méthodologique pour l'exploration des dynamiques scientifiques (Aria et al, 2017). Cet outil a permis de générer un ensemble d'indicateurs descriptifs couvrant notamment l'évolution annuelle des publications, la distribution géographique de la production scientifique, ainsi que l'identification des auteurs, institutions et sources les plus participatifs. **Biblioshiny** a également facilité l'analyse des **réseaux de cooccurrence**, de **co-citation** et de **couplage bibliographique**, offrant ainsi une vision structurée des relations conceptuelles et des connexions intellectuelles au sein du corpus.

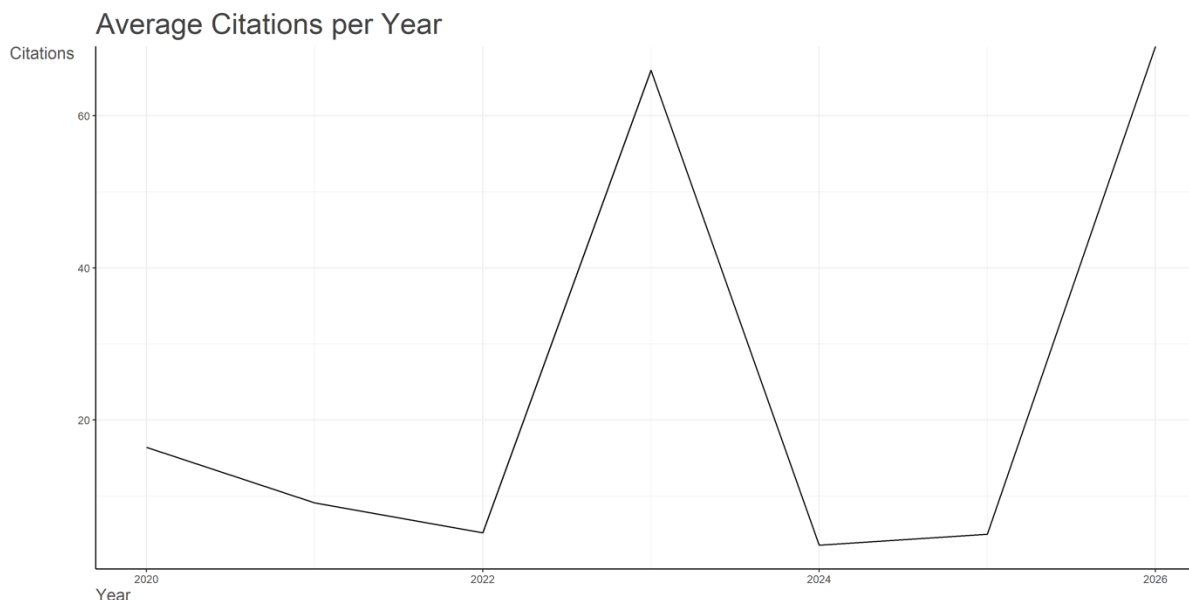
3. Résultats de l'analyse bibliométrique

a. Tendances générales de la production scientifique

i. Évolution annuelle du nombre des citations

Le graphique montre une baisse continue des citations moyennes entre 2020 et 2022 traduite généralement par une diversification thématique. L'année 2023 marque un pic élevé révélant des travaux particulièrement influents publiés au cours de cette année. La chute constatée en 2024 peut s'expliquer par le fait que les articles étant récents et n'ont pas encore accumulé suffisamment de citations. En 2025, la courbe remonte fortement ce qui signifie qu'un intérêt académique porte sur l'IA et ses usages décisionnels en tourisme.

Figure 1. Évolution des citations moyennes par année (2020–2025).



Source : Préparation des auteurs à partir des données Web of Science, via Biblioshiny.

ii. Évolution annuelle de la production scientifique

Tableau 1. Évolution annuelle du nombre de publications

Année de publication	Nombre d'articles publiés
2020	6
2021	5
2022	11
2023	11
2024	21
2025	51

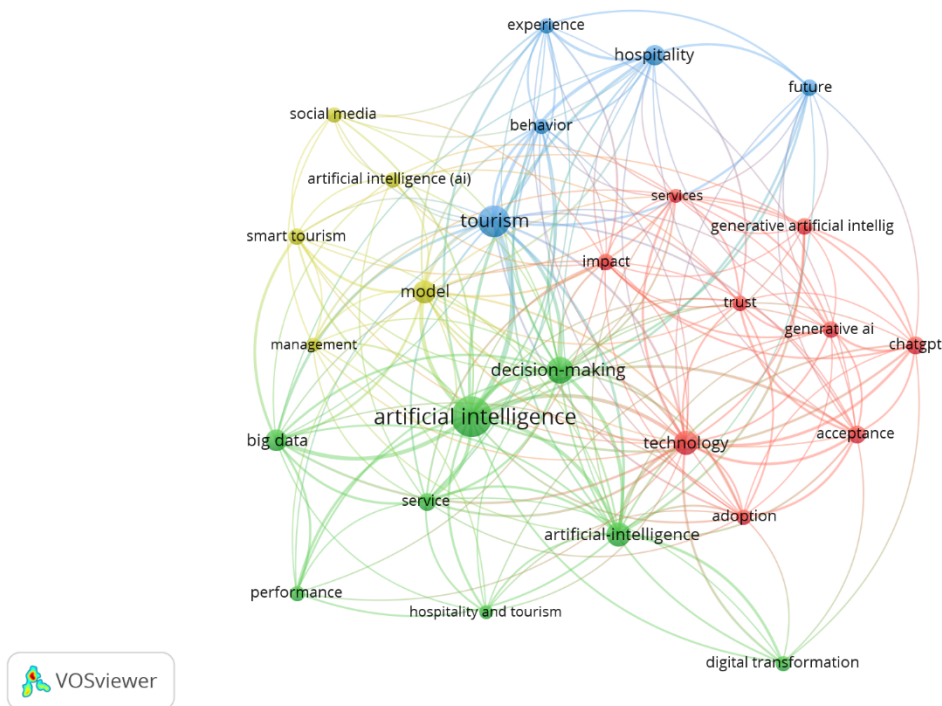
Source : Elaboration des auteurs à partir des données Web of Science, via Biblioshiny.

La production annuelle montre un accroissement régulier à partir de 2022, traduisant une importance significative de l'AI et la prise de décision. En 2020 et 2021, le nombre d'articles reste limité, signe d'un champ encore émergent. L'année 2022 marque une première accélération achevée en 2023, ce qui signifie l'intérêt des chercheurs sur l'importance du numérique dans la prise de décision. En 2024, la production atteint 21 articles et en 2025 la production atteint 51 articles ce qui confirme que l'IA et les systèmes d'aide à la décision sont devenus un axe prioritaire de recherche au niveau international.

b. Cartographie des concepts

i. Réseau de co-occurrence des mots clés

Figure 2. Réseau de co-occurrence des mots-clés



Source : Elaboration des auteurs à partir des données Web of Science, avec VOSviewer.

L'analyse de la carte de co-occurrence des mots a permis la détection de trois principaux thèmes fortement interconnectés :

- Un thème technologique axé principalement sur l'intelligence artificielle renforcée par des concepts comme social média, ChatGPT, service et technology.
- Un thème décisionnel axé principalement sur la prise de décision renforcée par le management, l'impact.
- Un thème touristique axé principalement sur le tourisme et renforcé par smart tourism, hospitality et expérience.

La structure du réseau confirme un champ très dynamique et en expansion, avec une forte

interdisciplinarité.

ii. Nuage de mots clés des publications

Le nuage de mots montre la dominance de *artificial intelligence*, qui constitue clairement le cœur de la littérature actuelle. *Tourism* et *decision-making* apparaissent presque aussi massivement, validant la pertinence du corpus sélectionné. On note également la présence marquée de *technology*, *smart tourism*, *big data*, *model*, *user acceptance* et *service*, indiquant un intérêt croissant pour les systèmes intelligents capables d'améliorer l'expérience touristique. L'apparition de *chatGPT* et *generative AI* démontre que le champ évolue rapidement vers l'étude de technologies récentes. Ce nuage met aussi en lumière l'importance des enjeux comportementaux, tels que *trust*, *satisfaction* et *expérience*. Globalement, la structure confirme l'interconnexion des thèmes détectée sur la partie co-occurrence des mots.

Figure 3. Nuage de mots représentant les mots-clés les plus fréquents.

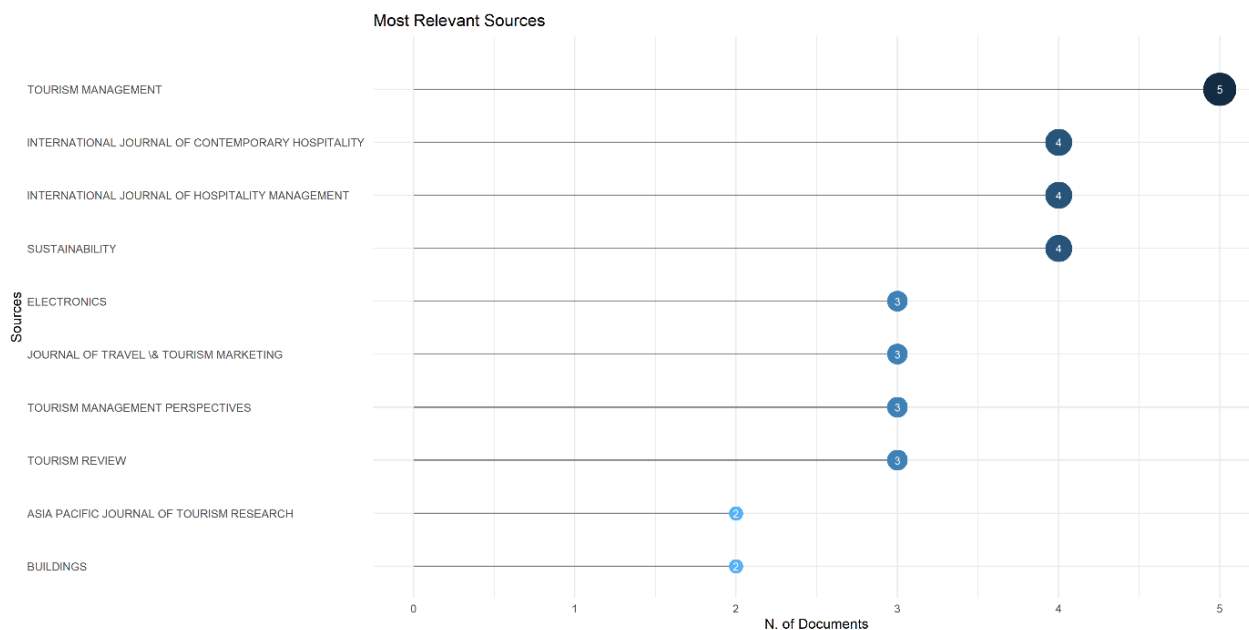


Source : Analyse des auteurs basée sur les données Web of Science, via Biblioshiny.

c. Analyse des revues et des auteurs

i. Les revues scientifiques les plus pertinentes

Figure 4. Revues les plus pertinentes en termes de nombre de publications.



Source : Elaboration de l’auteur à partir des données Web of Science, via Biblioshiny.

Le classement montre que **Tourism Management** est la revue la plus productive sur les thèmes de notre recherche avec 5 articles, suivie en deuxième position par les revues **International Journal of Contemporary Hospitality Management** et **International Journal of Hospitality Management** et **Sustainability** avec 4 articles chacune. A la troisième position, avec 3 articles, on trouve **Electronics**, *Journal of Travel & Tourism Marketing* ou *Tourism Management Perspectives* et *Tourism review*. L’apparition des revues telles que **Sustainability** et **Electronics** montre que le thème attire des chercheurs en technologies et appartient à une diversité disciplinaire.

ii. Les auteurs les plus productifs

D’après le tableau on trouve KIM Myung Ja, Li xi, LI Yang et SEYFI Siamak à la première place avec trois publications chacun. La deuxième position est partagée entre plusieurs auteurs tels que DUAN Yanqing, DWIVEDI Yogesh K, HU Mei-Chih et d’autres auteurs avec deux publications chacun. De là, on peut déduire que le thème a une importance dans les pays asiatiques suivis des pays anglophones. La pluralité des pays représentés par ces auteurs démontre aussi l’internationalisation de la thématique.

Tableau 2. Auteurs les plus productifs dans la recherche.

Auteurs	Nombre d'articles
KIM Myung Ja	3
LI Xi	3
LI Yang	3
SEYFI Siamak	3
DUAN Yanqing	2
DWIVEDI Yogesh K	2
HU Mei-Chih	2
JO Yunkyoun	2
KIM Hyunsu	2
LAW Rob	2

Source : *Elaboration des auteurs à partir des données Web of Science, via Biblioshiny.*

d. Analyse géographique

i. *La répartition géographique de la production scientifique mondiale*

La Chine domine largement la production avec 75 articles suivie des États-Unis et du Royaume-Uni, ce qui reflète le constat dans la section précédente ainsi que leur engagement dans les technologies émergentes. La Corée du Sud, l'Inde et l'Australie occupent également des positions fortes grâce à leur expertise connue dans le domaine de l'IA. Le Maroc se distingue par sa présence dans la liste des 20 pays les plus productifs avec **5 articles**, un résultat très remarquable pour un pays africain et arabe montrant une implication scientifique remarquable.

Tableau 3. Classement des pays selon le nombre de publications.

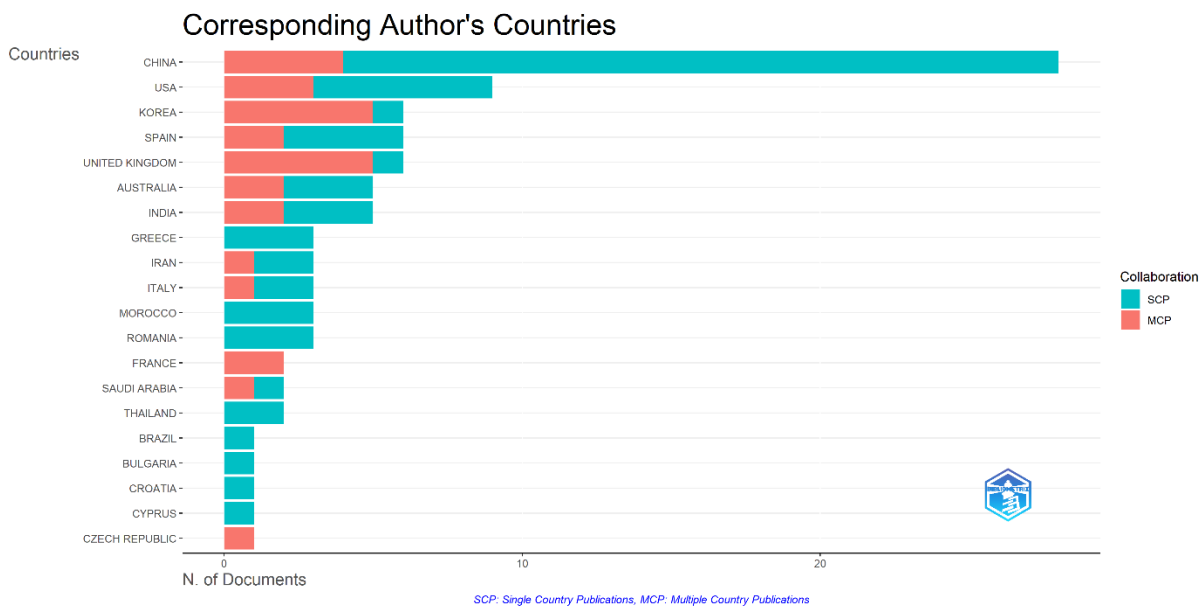
Pays	Nombre d'articles publiés
CHINA	73
USA	39
UK	37
SOUTH KOREA	24
INDIA	20
THAILAND	14
AUSTRALIA	13
MALAYSIA	13
SPAIN	11
France	10

Source : *Elaboration des auteurs à partir des données Web of Science, via Biblioshiny.*

ii. Répartition géographique des auteurs correspondants

Les données montrent la Chine comme leader dans les publications (SCP) avec un taux élevé de collaborations internationales (MCP) ce qui explique sa position actuelle des recherches dans les technologies émergentes. Les États-Unis, la Corée du Sud et l’Espagne affichent également des contributions importantes et diversifiées. Plusieurs pays participent activement à la production sans aucune collaboration internationale comme la Grèce la Roumanie et le Maroc. Alors en contrepartie, on trouve des pays qui participent qu’avec des collaborations internationales tels que la France et la République tchèque.

Figure 5. Répartition des pays des auteurs correspondants selon les publications nationales (SCP) et internationales (MCP).



Source : Analyse bibliométrique de l’auteur basée sur les données Web of Science, via Biblioshiny.

4. Discussions

Les résultats de cette étude soulignent le rôle croissant de l’intelligence artificielle dans la transformation des processus décisionnels au sein du secteur touristique. Un premier point essentiel concerne la capacité de l’IA à améliorer la qualité, la précision et la rapidité des décisions managériales. Des travaux récents montrent que les modèles d’apprentissage automatique et les outils d’analyse prédictive permettent d’anticiper la demande, d’optimiser les opérations et de mieux comprendre les comportements des visiteurs (Shrestha et al., 2021 ; Mariani et al, 2022). Par le traitement des volumes massifs de données en temps réel, l’IA contribue efficacement à réduire l’incertitude et renforce la capacité des organisations touristiques à prendre des décisions proactives dans un environnement dynamique.

Un deuxième point concerne l’évolution du rôle de l’IA dans la relation entre les organisations touristiques et leurs clients. Les systèmes de recommandation, les chatbots intelligents et les technologies génératives réorganisent la manière dont les décisions opérationnelles sont prises et orientent même les choix des

consommateurs (Huang et al., 2018). L'IA devient ainsi un acteur décisionnel à part entière capable d'interagir avec les clients, d'adapter les services en fonction des préférences détectées et d'automatiser une partie du parcours client. Cette évolution traduit une transformation profonde du rôle des technologies dans le tourisme où l'expérience devient de plus en plus personnalisée et co-construite par l'humain et l'algorithme (Koo et al., 2021).

Enfin, un troisième point essentiel concerne les enjeux stratégiques et organisationnels associés à l'intégration de l'IA dans la prise de décision. Si l'IA peut renforcer l'efficacité des processus décisionnels, cela soulève des questions critiques liées à la transparence des modèles, aux biais algorithmiques et au risque de dépendance technologique (Duan et al., 2021 ; Akter et al., 2021). De ce fait, les organisations et plus précisément celle touristiques doivent prendre compte les enjeux de la gouvernance numérique afin d'assurer une intégration éthique et durable de ces technologies émergentes.

5. Perspectives

Les travaux actuels sur l'intelligence artificielle et la prise de décision dans les entreprises touristiques donnent naissance à plusieurs perspectives de recherche qui méritent d'être formulées de manière plus explicite et structurée autour de quatre axes : théorique, méthodologique, sectoriel et géographique.

Sur le plan théorique, il faut développer des cadres intégrant IA, gouvernance des organisations touristiques et processus décisionnels afin de mieux comprendre comment les algorithmes modifient les processus de contrôle et les modèles d'affaires.

Sur le plan méthodologique, la littérature doit aller au-delà des contributions conceptuelles vers des études empiriques, en particulier des études quantitatives, qualitatives et mixtes, permettant d'analyser et de mesurer l'impact de l'intégration de l'IA sur la qualité, la rapidité et la performance des décisions dans les firmes touristiques.

Du point de vue sectoriel, des études doivent être menées sur les PME du secteur touristique afin de vérifier l'intégration des outils IA dans cet échantillon et vérifier si ces organisations peuvent mobiliser l'IA pour soutenir des formes de tourisme plus personnalisées et durables.

Enfin, sur le plan géographique, la littérature présente un manque de représentation dans plusieurs régions émergentes tels que l'Afrique, ce qui justifie la nécessité de plusieurs études dans ces contextes voire des travaux comparatifs Nord-Sud ou intercontinentaux visant à identifier les lacunes et améliorer l'utilisation de l'IA au service du contrôle dans le secteur touristique.

6. Conclusion

Cette étude bibliométrique met l'accent sur l'importance et l'évolution rapide des recherches portant sur l'intelligence artificielle et les processus de prise de décision. Les résultats révèlent une croissance substantielle de la production scientifique, soutenue par l'intérêt croissant des chercheurs pour les systèmes intelligents et leurs applications organisationnelles. La concentration des publications dans des revues de haut niveau, ainsi que l'implication régulière d'auteurs influents, confirment la structuration progressive du champ et sa reconnaissance académique internationale.

La cartographie montre que l'IA est étudiée comme un levier stratégique permettant d'améliorer la qualité, la rapidité et la pertinence des décisions dans divers contextes. Les liens étroits entre intelligence artificielle et prise de décision témoignent d'une convergence entre les avancées technologiques et les besoins managériaux contemporains. En parallèle, les thématiques émergentes identifiées présentent les futures orientations de la recherche, qui tend à intégrer de plus en plus des dimensions humaines, sociétales

et organisationnelles.

L'analyse géographique et la structure des collaborations montrent la domination des pays asiatiques et anglo-saxons traduisant une internationalisation croissante des travaux scientifiques. Cependant, on constate un développement pour les régions encore peu représentées tel que les pays africains.

En conclusion, la littérature scientifique sur l'intelligence artificielle appliquée à la prise de décision est en pleine expansion avec un environnement de recherche multidisciplinaire et collaboratif.

7. Références

- Akter, Shahriar & Bandara, Ruwan & Hani, Umme & Fosso Wamba, Samuel & Foropon, Cyril & Papadopoulos, Thanos, (2019). "Analytics-based decision-making for service systems: A qualitative study and agenda for future research," *International Journal of Information Management*, Elsevier, vol. 48, pages 85-95
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). *bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis*. *Journal of Informetrics*. Vol 11, Pages 959-975
- Chen, Y., Chiang, R., & Storey, V. (2012). *Business intelligence and analytics: From big data to Big Impact*. *MIS Quarterly* 36(4):1165-1188.
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research* ,Vol 133, Pages 285-296.
- Duan Y, Edwards J S & Dwivedi, Y. K (2019). Artificial intelligence for decision-making in digital ecosystems. *International Journal of Information Management*, Elsevier, vol. 48, pages 63-71.
- Falagas, M. E., Pitsouni, E. I., Malietzis, G. A., & Pappas, G. (2008). Comparison of PubMed, Scopus, Web of Science, and Google Scholar: strengths and weaknesses. *FASEB journal : official publication of the Federation of American Societies for Experimental Biology*, 22(2), 338–342.
- Floridi, L. & Cowls, J. (2019). *A Unified Framework of Five Principles for AI in Society*, *Harvard Data Science Review*.
- Gretzel, U. (2021). Smart tourism development, *Tourism in Development: Reflective Essays*, Pages 159-168.
- Gupta, M., & George, J. (2016). Toward the development of a big data analytics capability. *Information and Management*, Volume 53, Issue 8 Pages 1049 - 1064.
- Huang, M.-H. & Rust, R.T (2018). Artificial Intelligence in Service, *Journal of Service Research*, Vol 21(2) Pages 155-172.
- Koo, C., Xiang, Z., Gretzel, U. & Sigala, M., (2021), Artificial intelligence (AI) and robotics in travel, hospitality and leisure. *Electron Markets* Vol (31), Pages 473–476.
- Mariani M. & Baggio R. (2022). Big data and analytics in hospitality and tourism: a systematic literature review. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 34(1), 231-278
- Mikalef, P., Conboy K & Krogstie, J. (2021). Artificial intelligence as an enabler of B2B marketing: A dynamic capabilities micro-foundations approach, *Industrial Marketing Management*, Vol 98, Pages 80-92.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., et al. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71.

- Paul, J., & Criado, A. R. (2020). The art of writing literature review: What do we know and what do we need to know?. *International Business Review*, Vol 29, Issue 4.
- Piwowar H, Priem J, Larivière V, Alperin JP, Matthias L, Norlander B, Farley A, West J, Haustein S. (2018). The state of OA: a large-scale analysis of the prevalence and impact of Open Access articles. *PeerJ* 6:e4375
- Shrestha, Y. R., Ben-Menahem, S. M., & Von Krogh, G. (2019). Organizational decision-making structures in the age of artificial intelligence. *California Management Review*, 61(4), 66-83.
- Shrestha, Y. R., Krishna, V., & Krogh, G V. (2021). Augmenting organizational decision-making with deep learning algorithms: Principles, promises, and challenges. *Journal of Business Research*. Vol 123(2), Pages 588-603
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, Vol. 14. Pages 207-222.
- Tussyadiah, I. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism, *Annals of Tourism Research*, Vol 81.
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric methods in management and organization. *Organizational Research Methods*, Vol 18(3), Pages 429-472.