

ظرفیت‌شناسی رویکردهای نوآورانه در صنعت هتلداری: مطالعه تطبیقی



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۷/۵

شماره مسلسل: ۲۰۹۹۴

کد موضوعی: ۲۷۰



مرکز پژوهش‌های
مجلس شورای اسلامی

عنوان گزارش:

ظرفیت‌شناسی رویکردهای نوآورانه در صنعت هتلداری: مطالعه تطبیقی

نوع گزارش: طرح/لایحه ، راهبردی ، نظارتی ، پیش‌نویس قانونی

نام دفتر:

دفتر مطالعات فرهنگی (گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

تهیه و تدوین:

مهدی صادقیها

مدیر مطالعه:

سعید شفیعا

ناظر علمی:

موسی بیات

ناظر علمی خارج از مرکز:

مهدیه بد (هیئت علمی پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری)

اظهار نظر کنندگان داخل مرکز:

محمد امین گزار، زینب رحمانی، سیدچمران موسوی، محمدحسین صفی‌یار، مصطفی اسماعیلی مهبیاری
(گروه ورزش، میراث فرهنگی و گردشگری)

گرافیک و صفحه آرا:

زهرا دلآوری

ویراستار ادبی:

مزگان کاظمی

واژه‌های کلیدی:

۱. هتلداری
۲. نوآوری
۳. اقامتگاه‌ها
۴. هوشمندی
۵. خلق تجربه
۶. مهمان‌نوازی
۷. گردشگری

تاریخ شروع مطالعه:

۱۴۰۳/۱۲/۰۱



فهرست مطالب

چکیده.....	۶
خلاصه مدیریتی.....	۷
۱. مقدمه.....	۸
۲. پیشینه.....	۱۱
۲-۱. سوابق مطالعاتی.....	۱۱
۲-۲. سوابق تقنینی به همراه آسیب‌شناسی.....	۱۲
۳. تجارب جهانی کاربست نوآوری در هتلداری.....	۱۴
۴. امکان‌سنجی و اولویت‌بندی.....	۱۶
۵. جمع‌بندی و پیشنهادات.....	۱۸
منابع و مأخذ.....	۲۱

فهرست جداول

جدول ۱. تحلیل پیشینه پژوهشی.....	۱۱
جدول ۲. تحلیل پیشینه تقنینی.....	۱۲
جدول ۳. جمع‌بندی تجارب جهانی کاربست نوآوری در هتلداری.....	۱۵
جدول ۴. ارزیابی ترکیبی نوآوری‌های اقامتگاهی باروش امتیازدهی چندمعیاره.....	۱۸
جدول ۵. پیشنهادات و توصیه‌های سیاستی در جهت کاربست فناوری‌های نوین در هتلداری.....	۱۹



ظرفیت‌شناسی رویکردهای نوآورانه در صنعت هتلداری: مطالعه تطبیقی

چکیده



در سال‌های اخیر، صنعت گردشگری دستخوش تحولات اساسی شده است. این تغییرات هم به دلایل تجاری و هم به دلیل اهمیت فرهنگی و اقتصادی هتلداری در سطح بین‌المللی رخ داده‌اند، چراکه هتل‌ها نخستین تصویر از کشور میزبان را به گردشگران ارائه می‌دهند. در سال ۲۰۲۴ حدود ۹۱ درصد از شرکت‌های گردشگری بین‌المللی سرمایه‌گذاری خود را در فناوری‌های نوافزایش دادند. گرچه این روند در ایران چندان چشمگیر نبوده، اما اسناد بالادستی مانند سند جامع گردشگری و برنامه هفتم توسعه، بر لزوم بهره‌گیری از فناوری تأکید دارند. مطالعه حاضر قصد دارد با بررسی تجارب جهانی در این رابطه، آموزه‌هایی را جهت کاربست در سیاستگذاری بخش فرهنگی و گردشگری مطرح کند. این تجارب از کشورهای مختلف به دلیل استفاده اجرایی آنها از شیوه‌های نوآورانه و بررسی چالش‌های خود و ارزیابی داخلی‌شان انتخاب شد. در نهایت مشخص شد که در جهت حرکت به سمت نوآوری در زمینه اقامتگاهی و مهمان‌نوازی، علاوه بر دارا بودن وظایف خاص هر بخش، همکاری منجر به هم‌افزایی در هر یک از سازمان‌های مرتبط نظیر؛ شهرداری‌ها، معاونت معاون گردشگری وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، اتاق بازرگانی ایران و دیگر نهادهای مرتبط مورد نیاز است. همچنین، در این موضوع مواردی همچون تدوین دستورالعمل ملی برای استانداردسازی هتل‌های هوشمند و فناوری‌محور و همچنین سند ملی نوآوری در گردشگری، ایجاد بسته‌های تشویقی برای توسعه اقامتگاه‌های بوم‌محور و سبز، ایجاد مرکز نوآوری در گردشگری با تمرکز بر فناوری‌های نوین اقامتی و تعریف گواهی‌نامه ملی «هتل نوآور» برای رتبه‌بندی اقامتگاه‌ها بر اساس معیارهای نوآوری را از مسیرهای تدوین چارچوب قانونی در پیش بگیرند.



بیان / شرح مسئله

تحقیقات علمی در عرصه‌های داخلی و بین‌المللی تأکید دارند که نوآوری و استفاده از فناوری‌های نوین در امر گردشگری و به‌طور خاص در بخش هتلداری آن، نه تنها به بهبود تجربه کاربران منجر می‌شود بلکه از نظر عملیاتی و زیست‌محیطی نیز کارایی سازمان‌ها را به‌طور چشمگیری افزایش می‌دهد. از این رو، نوآوری به‌عنوان یک عامل استراتژیک در ایجاد مزیت رقابتی، به‌ویژه در بازارهای جهانی و حتی در بسترهای محلی، مطرح شده است. در این میان، کاربرد فناوری‌های نوین مانند واقعیت مجازی و افزوده، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا و روش‌های بومی‌سازی خدمات، نمونه‌هایی از نوآوری‌های مؤثر در اقامتگاه‌های مدرن به‌شمار می‌آیند. این فناوری‌ها با ایجاد تجربه‌های تعاملی و شخصی‌سازی شده، روندهای سنتی پذیرش و مدیریت را ساده‌سازی می‌کنند و موجب افزایش رضایت مشتریان می‌شوند. اهمیت نوآوری در صنعت هتلداری از جنبه‌های مختلفی قابل بررسی است؛ از ارتقای تجربه مهمان و بهبود کیفیت خدمات گرفته تا کاهش مصرف انرژی و تأکید بر حفاظت از محیط‌زیست. در کشورهای پیشرفته، هتل‌ها با به‌کارگیری فناوری‌های نوین توانسته‌اند هزینه‌های عملیاتی را کاهش داده و در عین حال سطح تعامل با مهمانان را بهبود بخشند. در مقابل، در کشورهایمانند ایران که ظرفیت‌های گردشگری فراوان و میراث فرهنگی غنی دارند، عدم بهره‌گیری گسترده از این نوآوری‌ها ممکن است زمینه عقب‌ماندگی در رقابت با بازارهای بین‌المللی را فراهم آورد. بنابراین، ضروری است که پژوهش‌های علمی به بررسی و تحلیل نوآوری‌های موجود در بخش اقامت و مهمان‌نوازی بپردازند تا با ارائه چارچوب‌های نظری و کاربردی، زمینه پیاده‌سازی این فناوری‌ها در صنعت گردشگری کشور مهیا شود.

نقطه‌نظر / یافته‌های کلیدی

مطالعه حاضر با بررسی تجاربی از کشورهای مختلف جهان نظیر ایالات متحده، چین، سوئد و نروژ دریافت که نوآوری در اقامتگاه‌ها فراتر از به‌کارگیری صرف فناوری‌های نوین بوده و به سمت خلق تجربه‌ای شخصی‌سازی شده و تعاملی برای مهمانان حرکت کرده است. استفاده از فناوری‌هایی نظیر واقعیت مجازی (VR)^۱ و واقعیت افزوده (AR)^۲، هوش مصنوعی (AI)^۳، اینترنت اشیا (IoT)^۴، و بازی‌وارسازی^۵ نه تنها به بهبود فرایندهای عملیاتی و کارایی خدمات انجامیده، بلکه موجب ارتقای سطح رضایت مشتریان از طریق افزایش تعامل، درک بهتر فضا پیش از اقامت و خلق تجارب منحصر به فرد شده است. یافته‌ها نشان می‌دهند که اقامتگاه‌های نوآور، با بهره‌گیری از رویکردهایی همچون طراحی تجربه‌محور، هم‌آفرینی ارزش با مهمان و تعهد به حفاظت از زیست‌محیطی، توانسته‌اند مزیت رقابتی تداوم‌پذیر ایجاد کنند. برای مثال، هتل‌های سبز نظیر هتل اسوارت^۶ در نروژ، نه تنها از منظر زیست‌محیطی بلکه از حیث جذب گردشگران آگاه به مسائل تاب‌آوری محیطی، موفق عمل کرده‌اند. همچنین، اقامتگاه‌های بوم‌محور با تمرکز بر اصالت مکانی و تجربه فرهنگی، سهم مهمی در گردشگری مسئولانه ایفا کرده‌اند. در مجموع، نوآوری در اقامتگاه‌ها می‌تواند به‌عنوان ابزاری کلیدی در جهت رونق گردشگری و بهبود مستمر کیفیت خدمات هتلداری قلمداد شود. یافته‌های این پژوهش، یعنی کاربست نوآوری در صنعت هتلداری در کشور ایران، با ارزیابی و اولویت‌بندی نوآوری‌های اقامتگاهی در ایران بر پایه روش امتیازدهی چندمعیاره و با تلفیق دو رویکرد تحلیلی شامل دیدگاه‌های خبرگان و داده‌های ثبتي انجام گرفت. در این تحلیل، پنج شاخص اصلی شامل ظرفیت نهادی، زیرساخت‌های فناورانه، هزینه اجرای تخمینی، میزان پذیرش فرهنگی-اجتماعی و میزان انطباق با اسناد بالادستی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نشان داد که نوآوری‌هایی مانند اقامتگاه‌های بوم‌محور، سبز و خودکفا و همچنین اقامتگاه‌های

1. Virtual Reality
2. Augmented Reality
3. Artificial Intelligence
4. Internet of Things
5. Gamification
6. Svart



تجربه‌محور، در صدر اولویت‌های اجرایی کشور قرار دارند. در مقابل، فناوری‌های پیشرفته‌تری چون هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، واقعیت مجازی و بازی‌وارسازی، در مراتب پایین‌تر این اولویت‌بندی جای گرفته‌اند و نیازمند برنامه‌ریزی بلندمدت‌تر و تقویت زیرساخت‌های مرتبط برای کاربست مؤثر در بخش اقامتگاهی و مهمان‌نوازی ایران هستند.

پیشنهاد راهکارهای تقنینی، نظارتی یا سیاستی

در راستای حرکت به سمت نوآوری در زمینه اقامتگاهی و مهمان‌نوازی در گردشگری، شاید در نگاه اول، به دلیل تعدد اسناد ملی در کشور، پیشنهاد تنظیم «سند ملی نوآوری در گردشگری» کمی غیراجرایی به نظر رسد، اما این سند می‌تواند تمام بخش‌های صنعت گردشگری مانند، حمل‌ونقل، غذا و نوشیدنی، تسهیلات تفریحی و سرگرمی، سازمان‌دهندگان سفر، سازمان مدیریت مقصد و اقامت را دربرگیرد که بخش اقامت آن مورد تأیید این گزارش است. همچنین پیشنهاد دستورالعمل‌های یکپارچه و هماهنگ در بخش اقامتگاهی و هتلداری در مواردی تکمیلی برای اسنادی همچون «سند راهبردی توسعه گردشگری» که متناسب با هریک از دستگاه‌های اجرایی و مطالعاتی باشد می‌تواند کارایی بالایی را در این امر پدید آورد. از طرفی به‌طور خلاصه باید اشاره داشت با توجه به اینکه بخش هتلداری امری کاملاً درهم تنیده با بخش خصوصی اقتصادی است، سیاست‌های مطروحه در کنار برخی راهکارهای اجرایی و همچنین تدوین استانداردها، می‌توانند رویکرد تسهیلاتی و آموزشی نظیر اعطای انواع گواهی‌نامه‌ها به هتل‌های نوآور و اعطای تسهیلات مالیاتی نیز داشته باشند. به‌طور خاص، این پیشنهادها مبتنی بر سوابق تقنینی و تجارب جهانی عبارت‌اند از:

- ایجاد بسته‌های تشویقی برای توسعه اقامتگاه‌های بوم‌محور، تجربه‌محور و سبز؛
- نوآوری در گردشگری با توجه به ایجاد مراکز فناوری‌های نوین اقامتی؛
- تدوین دستورالعمل ملی برای استانداردهای هتل‌های هوشمند و فناوری‌محور؛
- تعریف گواهی‌نامه‌های ملی نوآوری برای رتبه‌بندی اقامتگاه‌ها و هتل‌ها.

۱. مقدمه

امروزه صنعت گردشگری در دنیا یکی از مهم‌ترین و پویاترین بخش‌های اقتصادی محسوب می‌شود. این صنعت با داشتن ظرفیت‌های بالای درآمدزایی، اشتغال‌زایی و تأثیرگذاری بر رونق اقتصادی، نقش فزاینده‌ای در اقتصاد جهانی ایفا می‌کند. طبق گزارش سازمان جهانی گردشگری (UNWTO)^۱، در سال ۲۰۱۹ و پیش از شیوع ویروس کرونا، تعداد گردشگران بین‌المللی به بیش از ۱.۵ میلیارد نفر رسید که درآمد حاصل از آن بالغ بر ۱.۷ تریلیون دلار آمریکا بود. این رقم صنعت گردشگری را به سومین منبع درآمد ارزی در جهان پس از صادرات سوخت‌های فسیلی و مواد شیمیایی تبدیل کرد [۱]. براساس گزارش سازمان جهانی گردشگری در اوایل سال ۲۰۲۴، گردشگری بین‌المللی حدود ۸۸ درصد از سطح سال ۲۰۱۹ را بازیابی کرده است و پیش‌بینی می‌شود در سال ۲۰۲۵ به‌طور کامل به سطح پیشین خود بازگردد و حتی از آن فراتر رود [۲]. عوامل متعددی در رشد صنعت گردشگری مؤثرند، از جمله جهانی شدن، بهبود زیرساخت‌های حمل‌ونقل، افزایش سطح رفاه در کشورهای در حال توسعه، رشد طبقه متوسط و گسترش فناوری‌های دیجیتال که فرایند برنامه‌ریزی سفر، رزرو و تجربه گردشگری را متحول کرده‌اند. براساس مدل میدلتون [۳]، صنعت گردشگری از پنج بخش اصلی تشکیل شده است که هریک نقشی اساسی در تجربه

1. United Nations World Tourism Organization

گردشگری ایفای می‌کنند. این بخش‌ها شامل جاذبه‌های گردشگری،^۱ اقامت و مهمان‌نوازی،^۲ حمل‌ونقل،^۳ واسطه‌ها و آژانس‌های گردشگری^۴ و خدمات جانبی^۵ هستند. در این مدل، خدمات اقامت و مهمان‌نوازی به‌عنوان یکی از ارکان کلیدی صنعت گردشگری معرفی می‌شوند، چرا که به‌طور مستقیم بر رضایت گردشگران و کیفیت تجربه آنان تأثیر می‌گذارند. این بخش نه تنها محل سکونت موقت گردشگران را فراهم می‌کند، بلکه به‌عنوان نمایندگان فرهنگی و کیفیت خدمات یک مقصد گردشگری عمل می‌کنند. انتخاب نوع اقامتگاه و سطح خدمات ارائه شده، تأثیر مستقیمی بر رضایت گردشگر، طول مدت اقامت، و احتمال بازگشت یا توصیه مقصد به دیگران دارد. از این رو، کیفیت اقامت و مهمان‌نوازی یکی از عوامل مهم در رقابت‌پذیری مقاصد گردشگری است. براساس آمارهای ارائه شده توسط شورای جهانی مسافرت و گردشگری (WTTC)،^۶ بیش از ۳۰ درصد از اشتغال مستقیم در صنعت گردشگری مربوط به بخش اقامت و پذیرایی است [۴]. علاوه بر آن، توسعه هتل‌ها در مناطق مختلف، به‌ویژه در شهرهای کوچک یا مناطق کمتر توسعه‌یافته، می‌تواند به جذب سرمایه‌گذاری، ایجاد زیرساخت‌های محلی و پویایی اقتصادی کمک شایانی کند. باید گفت در محیط پویا و پرتلاطم امروزی نوآوری در هر بخش و رقابتی حرف اول را می‌زند و جاماندن از روندهای روز جهانی نتیجه‌ای جز شکست در بالاترین حد احتمال برای آن را ندارد. این موضوع برای گردشگری و در ادامه آن امر هتلداری و اقامتگاهی که یک فعالیت کاملاً تجاری بوده و از طرفی نیز با فرهنگ آن محیط و کشور در ارتباط است، بسیار حائز اهمیت است. سرمایه‌گذاران صنعت هتلداری، برای دستیابی به بازده اقتصادی و فرهنگی بالاتر، باید توجه ویژه‌ای به پیگیری نظرات مشتریان داشته باشند. همان‌طور که دیویس‌کرا و نگویین (۲۰۱۲) اشاره می‌کنند، رقابت‌پذیری در صنعت هتلداری وابسته به نوآوردن و ارائه خدمات با کیفیت برتر است [۵]؛ امری که از طریق به‌کارگیری فناوری‌های نوین و دریافت و تحلیل مستمر بازخوردهای مشتریان امکان‌پذیر می‌شود. بنابراین، افزایش رقابت در بازار جهانی سبب می‌شود که هتل‌ها به دنبال ایجاد مزیت‌های رقابتی تداوم‌پذیر باشند. این مزیت‌ها می‌توانند شامل نوآوری در خدمات، بهبود تجربه مشتری، بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و به‌ویژه تمرکز بر رضایت‌مندی مهمانان باشند، که همه این موارد در نهایت به رشد اقتصادی و فرهنگی این صنعت منجر خواهند شد. نوآوری در بخش اقامت و مهمان‌نوازی می‌تواند در قالب‌های مختلفی ظهور یابد؛ از جمله نوآوری در خدمات (مانند ارائه تجربیات شخصی‌سازی شده برای مهمانان)، نوآوری در فرایندها (نظیر دیجیتالی‌سازی فرایند رزرو، ورود و خروج) و نوآوری در محصول (همچون طراحی اتاق‌های چندمنظوره یا سازگار با محیط زیست). همچنین، نوآوری‌های فناوری‌ها در استفاده از هوش مصنوعی برای تحلیل رفتار مشتری، ربات‌های خدماتی برای نظافت و پذیرش، یا واقعیت افزوده برای معرفی جاذبه‌های اطراف هتل، به شکل فزاینده‌ای در حال گسترش هستند. از نظر راهبردی، نوآوری نه تنها به بهبود تجربه مشتری کمک می‌کند، بلکه می‌تواند منجر به افزایش بهره‌وری، کاهش هزینه‌ها و به‌ویژه افزایش نرخ بازگشت مشتریان شود.

با وجود ظرفیت‌های بی‌نظیر گردشگری در ایران، از جمله بیش از ۲۶ میراث جهانی ثبت شده در یونسکو، تنوع اقلیمی، فرهنگ غنی و موقعیت ژئوپلیتیکی ممتاز، صنعت هتلداری کشور همچنان با چالش‌های جدی در زمینه زیرساخت، کیفیت خدمات و بهره‌گیری از فناوری نوین مواجه است. در حالی که بسیاری از کشورهای منطقه با سرمایه‌گذاری

1. Tourism
2. Accommodation and Hospitality
3. Transportation
4. Intermediaries and Travel Agencies
5. Ancillary Services
6. World Travel and Tourism Council



هوشمندانه و ارتقای کیفیت اقامتگاه‌ها سهم قابل توجهی از بازار جهانی گردشگری را به دست آورده‌اند، ایران هنوز نتوانسته جایگاه شایسته‌ای در این رقابت به دست آورد. بر اساس گزارش وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی، در سال ۱۴۰۲ حدود ۵.۵ میلیون گردشگر خارجی به ایران وارد شدند [۶]. هر چند این رقم نسبت به دوران کرونا رشد قابل توجهی داشته، اما در مقایسه با کشورهای همسایه مانند ترکیه با بیش از ۵۰ میلیون گردشگر سالیانه و درآمدی بالغ بر ۵۰ میلیارد دلار در سال ۲۰۲۳، فاصله‌ای چشمگیر دارد. این شکاف نه تنها ناشی از محدودیت‌های بین‌المللی و تبلیغات منفی است، بلکه ریشه در ضعف کیفی بسیاری از هتل‌ها، فقدان آموزش نیروی انسانی، نبود سیستم‌های نوین مدیریت مهمان و کم‌توجهی به تجربه مشتری دارد. تعداد کل هتل‌های ایران طبق آمار رسمی حدود ۲۳۰۰ واحد اقامتی است که فقط بخش محدودی از آنها در رده ۴ و ۵ ستاره قرار دارند [۷]. در حالی که مسافران بین‌المللی به دنبال تجربه‌ای فراتر از اقامت صرف هستند، بسیاری از هتل‌های داخلی هنوز درگیر مسائل ابتدایی مانند استانداردهای بهداشت، خدمات دیجیتال و رزرو برخط (آنلاین) مؤثر هستند. این در حالی است که در هتلداری مدرن، نوآوری‌هایی چون سکوی مدیریت تجربه مشتری (CXM)^۱، کلیدهای دیجیتال و خدمات شخصی‌سازی شده به یک هنجار تبدیل شده‌اند. اگرچه طی سال‌های اخیر تلاش‌هایی مانند افزایش سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و توسعه مناطق آزاد گردشگری برای بهبود این وضعیت صورت گرفته، اما بدون نقشه راهی روشن، اصلاح سیاست‌های حمایتی و تحول جدی در نگاه مدیریتی به گردشگری و هتلداری، مزیت‌های بالقوه ایران به فعلیت نخواهد رسید. بنابراین، باید گفت با اینکه شاید در نگاه اول خلأ نوآوری در بخش اقامت و مهمان‌نوازی از دلایل اصلی کمبود تعداد گردشگران ورودی به ایران نباشد، اما باید توجه داشت که در تحلیل چالش‌های گردشگری کشور، می‌توان آنها را به دو دسته کلی تقسیم کرد: نخست، چالش‌هایی که خارج از حوزه برنامه‌ریزی گردشگری قرار دارند، نظیر مسائل ژئوپلیتیک، تحریم‌ها و تصویری که ایران در رسانه‌های بین‌المللی دارد؛ این موارد تأثیرات گسترده‌ای بر تقاضای گردشگری می‌گذارند اما ابزارهای درون‌بخشی صنعت گردشگری برای اثرگذاری مستقیم بر آنها محدود است. دوم، چالش‌هایی که درون حوزه برنامه‌ریزی گردشگری تعریف می‌شوند و می‌توان از طریق سیاست‌گذاری، سرمایه‌گذاری و اصلاح ساختارها بر آنها تأثیر گذاشت. در این چارچوب، گرچه خلأ نوآوری ممکن است در شرایط فعلی نقش کمرنگ‌تری در کاهش گردشگر ورودی داشته باشد، اما به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کیفیت بخش به تجربه گردشگری و عامل کلیدی در رقابت‌پذیری مقصد، نقشی انکارناپذیر در میان‌مدت و بلندمدت ایفا می‌کند. بررسی این موضوع، فراتر از حل مسائل کوتاه‌مدت، ناظر بر آماده‌سازی زیرساخت‌های فکری و فنی برای آینده‌ای است که نوآوری، دیجیتال‌سازی و حفاظت از زیست‌محیطی به عناصر پایه‌ای در صنعت گردشگری جهانی بدل خواهند شد. از این رو، پرداختن به موضوع نوآوری در بخش اقامت نه تنها ضرورت دارد، بلکه بخشی از استراتژی پیش‌نگرانه برای عقب‌نماندن از روندهای جهانی این صنعت به شمار می‌آید.



۲-۱. سوابق مطالعاتی

مطالعات مربوط به هتلداری و نوآوری در آن اگرچه به طور خاص با همین عنوان در مرکز پژوهش‌ها پیگیری نشده است، اما تحقیقاتی در رابطه با امر گردشگری صورت گرفته که مبنای آنها می‌تواند سنگ بنایی مناسب برای پیشروی پژوهش حاضر باشند. در جدول ۱ زیر به مرور این تحقیقات با توجه به تأکیداتشان در نوآوری می‌پردازیم.

جدول ۱. تحلیل پیشینه پژوهشی

ردیف	عنوان گزارش	سال انتشار	شماره مسلسل	نام دفتر/ سازمان	توضیحات
۱	الزامات تحقق گام دوم انقلاب ۳. گردشگری (با محوریت گردشگری خانوادگی) [۸]	۱۳۹۸	۱۶۶۲۷	دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش	عدم بهره‌گیری از نوآوری‌های فناورانه، فقدان نظام منسجم آموزش منابع انسانی و نبود سازوکارهای مؤثر برای تحلیل نیازها و انتظارات گردشگران، از جمله موانعی هستند که مانع تحقق یک صنعت گردشگری پویا و رقابت‌پذیر شده‌اند.
۲	بررسی الزام دستگاه‌های اجرایی به واگذاری تأسیسات گردشگری: موضوع ماده (۲۳) قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶ [۹]	۱۴۰۰	۲۷۰۱۸۰۹۷	دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش	یکی از موانع مهم در عدم توسعه گردشگری کشور عدم بهره‌برداری عمومی از تأسیسات گردشگری در اختیار دستگاه‌های اجرایی (به خصوص مراکز اقامتگاهی) است که این امر نیازمند هماهنگی بیشتر دستگاه‌ها جهت بهره‌برداری بیشتر است.
۳	بررسی سند راهبردی توسعه گردشگری: گزارش نظارتی بر اجرای بند «الف» ماده (۱۰۰) قانون برنامه ششم توسعه [۱۰]	۱۴۰۰	۱۸۱۲۳	دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش	این گزارش بیان کرد در راستای بهبود سند راهبردی توسعه گردشگری باید مواردی همچون توجه به اقدام‌های بازاریابی مناسب، الگویی کل‌نگر و هماهنگ و توجه بیشتر به ابعاد اقتصادی صورت‌پذیرد.
۴	بررسی راهکارهای بهبود وضعیت گردشگری در مواجهه با کرونا [۱۱]	۱۴۰۱	۱۸۱۸۵	دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش	در این گزارش پیشنهادهایی در جهت بهبود شرایط گردشگری در دوران پسا کرونا مطرح شد که از مهم‌ترین آنها استفاده از فناوری و نوآوری با حمایت از فعالیت‌ها و استارت‌آپ‌های نوآورانه گردشگری، به خصوص از محل تبصره (۱۶) قانون بودجه ۱۴۰۱ بود.
۵	مفاد قانونی پیشنهادی برنامه هفتم پیشرفت در حوزه‌های میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی [۱۲]	۱۴۰۱	۱۸۶۸۳	دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش	الحاق به شورای راهبردی فناوری‌ها و تولیدات دانش‌بنیان که براساس آن حداقل ۱۵ درصد از تسهیلات، کمک‌ها و اعتبارات سالیانه صندوق نوآوری و شکوفایی در حوزه فعالیت‌های دانش‌بنیان، به توسعه صنایع خلاق از جمله فعالیت‌های مرتبط با فرهنگ و هنر، گردشگری، صنایع دستی و میراث فرهنگی اختصاص یابد.

مأخذ: نگارنده.

به طور کلی، مطالعات راهبردی صورت گرفته ضرورت حرکت به سمت فناوری‌های نوین همسو با هماهنگی دستگاه‌های اجرایی را در صنعت گردشگری را اشاره می‌کند که این موضوع برای اجزای آن مانند بخش هتلداری نیز قابل تعمیم است.



۲-۲. سوابق تقنینی به همراه آسیب‌شناسی

در این بخش به مرور نظام‌مند قوانین بالادست مرتبط با تحقیق حاضر، یعنی موضوع گردشگری و هتلداری و نوآوری در آن پرداخته می‌شود و در ادامه قوانین در قالب جدول ۲ مورد بررسی قرار می‌گیرند.

جدول ۲. تحلیل پیشینه تقنینی

ردیف	نام سند	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	شماره ماده / صفحه	نکات برجسته / نقاط ضعف و قوت / پیامدهای اجرا
۱	قانون برنامه هفتم پیشرفت [۱۳]	مجلس شورای اسلامی	۱۴۰۳	مواد (۶۷ و ۱۰۱) و فصل ۱۷	<ul style="list-style-type: none"> نکات برجسته: توجه هم‌زمان به فناوری‌های نوین (ماده ۶۷) و گردشگری چندبُعدی (بند «خ» ماده (۱۰۱))، همراه با تأکید بر زیرساخت‌های نوآورانه در فصل ۱۷. نقاط قوت: پیوند صریح بین نوآوری، فناوری اطلاعات و ارتقای صنعت گردشگری، تعیین نقش دستگاه‌های مسئول. نقاط ضعف: فقدان سازوکارهای اجرایی روشن، شاخص‌های سنجش‌پذیر و ضمانت‌های پیگیری در اجرا. پیامدهای اجرا: در صورت اجرای مؤثر، می‌تواند به تحول دیجیتال در گردشگری و بهبود رقابت‌پذیری ملی در این حوزه منجر شود.
۲	قانون مدیریت خدمات کشوری [۱۴]	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۶	ماده (۱۹)	<ul style="list-style-type: none"> نکات برجسته: الزام دستگاه‌ها به استفاده از فناوری‌های نوین (ماده ۱۹) در کلیه فرایندهای اجرایی. نقاط قوت: فراهم‌سازی بستر قانونی برای دولت هوشمند و ارتقای بهره‌وری. نقاط ضعف: عدم اشاره صریح به بخش گردشگری یا نوع فناوری‌های مطلوب؛ کلی‌نگری بیش از حد. پیامدهای اجرا: بهبود خدمات الکترونیک در حوزه گردشگری در صورت اجرای درست سیاست‌های بخشی.
۳	نقشه مهندسی فرهنگی کشور [۱۵]	شورای عالی انقلاب فرهنگی	۱۳۹۱	اصل (۱۲)	<ul style="list-style-type: none"> نکات برجسته: تأکید بر خلاقیت و نوآوری (اصل ۱۲) به‌عنوان یکی از اصول بنیادین توسعه فرهنگی با توجه به گردشگری. نقاط قوت: دیدگاه کلان‌نگر به فرهنگ و گردشگری به‌عنوان ابزار دیپلماسی نرم. نقاط ضعف: نبود پیوست اجرایی مشخص برای تحقق نوآوری در گردشگری. پیامدهای اجرا: در صورت پیوند با برنامه‌ریزی بخشی و منطقه‌ای، می‌تواند به تقویت برند فرهنگی ایران در گردشگری منجر شود.
۴	قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار [۱۶]	مجلس شورای اسلامی	۱۳۹۰	ماده (۱۰)	<ul style="list-style-type: none"> نکات برجسته: تسهیل صدور روادید برای فعالان اقتصادی (ماده ۱۰). نقاط قوت: گشودن درهای سرمایه‌گذاری و تعاملات بین‌المللی در صنعت گردشگری و فناوری. نقاط ضعف: عدم پوشش همه‌جانبه نیازهای زیرساختی گردشگری دیجیتال. پیامدهای اجرا: افزایش جذب سرمایه‌گذار و گردشگران تجاری، توسعه گردشگری هوشمند.

۱. ماده (۱۰۱)- در اجرای بندهای «۱۰» و «۲۲» سیاست‌های کلی برنامه پنج‌ساله هفتم و برای تقویت رویکرد اقتصادمحور در سیاست خارجی و روابط منطقه‌ای و جهانی و تقویت پیوندهای اقتصادی با اولویت همسایگان، وزارت امور خارجه مکلف است با استفاده از تمام امکانات و ظرفیت‌های سیاست خارجی، روابط دوجانبه، سیاست (دیپلماسی) همسایگی و سیاست (دیپلماسی) چندجانبه و بین‌المللی برای پیشبرد سیاست (دیپلماسی) اقتصادی، اقدام‌های زیر را حسب مورد با رعایت اصول هفتاد و هفتم (۷۷)، هشتادم (۸۰) و یکصد و بیست و پنجم (۱۲۵) قانون اساسی انجام دهد: خ- کمک به ارتقای جایگاه جمهوری اسلامی ایران در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی با تأکید بر استفاده از ظرفیت سازمان‌های شانگهای، بریکس، اگو و اتحادیه اقتصادی اوراسیا از طریق تقویت ابعاد مختلف گذر (ترانزیت) (انرژی، کالا، مسافر و گردشگری).

۲. ماده (۱۹)- دستگاه‌های اجرایی برای ارتقای مستمر در کیفیت و کمیته ارائه خدمات خود مجاز خواهند بود، برای انجام خدمات مشاوره‌ای در زمینه‌های توسعه مدیریت نظیر استقرار نظام های نوین مدیریتی، بازرگری و پالایش وظایف و مأموریت‌ها و ساختارهای تشکیلاتی، توسعه و مدیریت سرمایه‌های انسانی و فناوری‌های نوین اداری با مراکز آموزشی، پژوهشی، دولتی و مؤسسات خصوصی تأیید صلاحیت شده توسط سازمان، با رعایت مقررات ذی‌ربط عقد قرارداد نمایند.

۳. اصل (۱۲): خلاقیت و نوآوری؛ برای شکوفایی و تعالی فرهنگی، باید راه‌های نو و مؤثر ابداع و به کار گرفته شود.

۴. ماده (۱۰)- وزارت امور خارجه موظف است با انجام اقدام‌هایی از قبیل لغو روادید تجاری با کشورهای طرف تجاری، تنظیم توافقات صدور روادید تجاری بلندمدت و پرتدد و نظایر آن، ترتیبی اتخاذ کند تا اخذ روادید تجاری برای صادرکنندگان کالاها و خدمات فنی مهندسی از ایران و نیز تردد و اقامت داوطلبان سرمایه‌گذاری خارجی و مرتبطین آنها در کشور، به سهل‌ترین و سریع‌ترین شکل ممکن محقق شود.

ردیف	نام سند	مرجع تصویب	تاریخ تصویب	شماره ماده / صفحه	نکات برجسته / نقاط ضعف و قوت / پیامدهای اجرا
۵	قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات [۱۷]	مجلس شورای اسلامی	۱۳۸۹	مواد (۱، ۳ و ۵)	<ul style="list-style-type: none"> نکات برجسته: حمایت مالی، مالیاتی و ساختاری از شرکت‌های نوآور در گردشگری (مواد ۱، ۳ و ۵). نقاط قوت: فراهم‌سازی مشوق‌های قوی برای ورود شرکت‌های فناوری به بازار گردشگری. نقاط ضعف: پیچیدگی در فرایند تأیید صلاحیت شرکت‌ها به‌عنوان دانش بنیان. پیامدهای اجرا: تحول زیرساختی در صنعت گردشگری از طریق سکوی‌های هوشمند، واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، هوش مصنوعی و مدیریت داده.
۶	سند راهبردی توسعه گردشگری [۱۸]	هیئت وزیران	۱۳۹۹	ردیف ۸ و ۹	<ul style="list-style-type: none"> نکات برجسته: طراحی نقشه راه ملی با تمرکز بر مشارکت بخش خصوصی و تنوع محصول گردشگری. نقاط قوت: جهت‌گیری دقیق به سمت تنوع گردشگری در چارچوب اقتصاد غیرنفتی. نقاط ضعف: نبود پیوندهای اجرایی با نهادهای فناوری و دانش بنیان. پیامدهای اجرا: می‌تواند موجب ارتقای جایگاه ایران در شاخص‌های جهانی گردشگری در صورت همراهی با نوآوری‌های فناورانه شود.
۷	اساسنامه شرکت توسعه ایرانگردی و جهانگردی [۱۹]	هیئت وزیران	۱۳۸۷	ماده (۲)	<ul style="list-style-type: none"> نکات برجسته: مأموریت سازمان برای به‌کارگیری روش‌های نوآورانه در معرفی جاذبه‌ها و ارتقای خدمات (ماده ۲). نقاط قوت: توجه به سرمایه انسانی و نقش آموزش گردشگری نوین. نقاط ضعف: ساختار سنتی و فقدان ابزارهای عملیاتی برای شتاب‌بخشی به نوآوری. پیامدهای اجرا: توانمندسازی بخش عمومی برای همراهی با تحول دیجیتال و ارتقای کیفیت تجربه گردشگر.

مأخذ: همان.

بررسی قوانین و اسناد کلان کشور نشان می‌دهد که موضوع نوآوری و فناوری در صنعت گردشگری و هتلداری از پشتوانه تقنینی و سیاستی قابل توجهی برخوردار است. از «قانون برنامه هفتم پیشرفت» که به توسعه زیرساخت‌های نوین ارتباطی و ارتقای جایگاه گردشگری دانش بنیان پرداخته، تا «قانون مدیریت خدمات کشوری» که بر استفاده از فناوری‌های نوین در فعالیت‌های اجرایی تأکید دارد، چارچوب‌های قانونی متعددی زمینه‌ساز تحول فناورانه در این حوزه هستند. همچنین، «نقشه مهندسی فرهنگی کشور» با محوریت خلاقیت و نوآوری، «قانون حمایت از شرکت‌های دانش بنیان» با فراهم‌سازی مشوق‌های مالی و ساختاری و «قانون بهبود محیط کسب و کار» با تسهیل جذب سرمایه‌گذاری خارجی، همگی مکمل یکدیگر در حمایت از نوآوری گردشگری به شمار می‌آیند. افزون بر این، «سند راهبردی توسعه گردشگری» و «اساسنامه شرکت توسعه ایرانگردی و جهانگردی» به‌طور خاص بر ارتقای کیفیت خدمات، تقویت مشارکت بخش خصوصی و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین تأکید دارند. با جمع‌بندی این اسناد، می‌توان نتیجه گرفت که ورود نوآورانه به صنعت گردشگری و به‌ویژه بخش اقامت و هتلداری در ایران، نه تنها مورد توجه قانونگذار و سیاستگذار قرار گرفته بلکه بستر تقنینی و نهادی نسبتاً مناسبی برای رشد و تحول فناورانه این صنعت نیز فراهم آمده است. این ظرفیت فرصت مناسبی برای طراحی سیاست‌های اجرایی و حمایتی با هدف ارتقای رقابت‌پذیری گردشگری ایران در سطح منطقه‌ای و جهانی به شمار می‌رود.

۱. ماده (۵) - برای کمک به تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات و شکوفاسازی و کاربردی نمودن دانش فنی از طریق ارائه کمک و تسهیلات قرض‌الحسنه و تسهیلات بدون اخذ هرگونه تضمین و مشارکت با اختیار بخشش تمام یا بخشی از سهم مشارکت به شرکت‌ها و مؤسسات دانش بنیان، صندوقی تحت عنوان صندوق نوآوری و شکوفایی وابسته به شورای عالی علوم، تحقیقات و فناوری و زیر نظر رئیس شورا تأسیس می‌شود. منابع مالی صندوق شامل کمک‌های دولت، اعتبارات مندرج در بودجه سالانه، هرگونه کمک و سرمایه‌گذاری اشخاص حقیقی و حقوقی و شرکت‌های دولتی وابسته و تابع، نهادهای عمومی غیردولتی و شهرداری‌ها و شرکت‌های وابسته و تابع است.

۲. الف - وزارت صنعت، معدن و تجارت با همکاری و هماهنگی وزارتخانه، برنامه‌های ترویج و معرفی قابلیت‌های گردشگری را از طریق راینان بازرگانی اجرا کند.

ب - وزارت صنعت، معدن و تجارت نسبت به تهیه دستورالعمل تخصیص جوایز صادراتی و شرکت در نمایشگاه‌ها با همکاری وزارتخانه و براساس اولویت بازارها و محصولات گردشگری اقدام کند.

پ - وزارت صنعت، معدن و تجارت، نسبت به ساماندهی و ارتقای بازارهای موجود و راهاندازی بازارچه‌های خوداشتغالی در شهرها، به‌ویژه محوطه‌ها و مسیرهای گردشگری، به‌صورت دائمی و موقت اقدام کند.

۳. ماده (۲) - شرکت وابسته به سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری است و دارای شخصیت حقوقی و استقلال مالی بوده و طبق قوانین و مقررات مربوط به شرکت‌های دولتی اداره خواهد شد.



۳. تجارب جهانی کاربردی نوآوری در هتلداری



در سال‌های اخیر، صنعت گردشگری و به‌ویژه هتلداری با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین و رویکردهای خلاقانه، به‌سوی ارائه تجربه‌ای متمایز و شخصی‌سازی شده برای گردشگران حرکت کرده است. این روند، از یک سو در پاسخ به انتظارات فزاینده مشتریان و از سوی دیگر در جهت افزایش بهره‌وری و رقابت‌پذیری در بازار جهانی بوده است. نوآوری‌ها نه تنها در محیط فیزیکی اقامتگاه‌ها همچون طراحی سازگار با محیط، هوشمندسازی زیرساخت‌ها و زیبایی‌شناسی دیجیتال تجلی یافته‌اند، بلکه در فرایندهای ارائه خدمات نیز با تحولاتی نظیر پذیرش خودکار، ربات‌های خدماتی و هوش مصنوعی همراه بوده‌اند. در همین راستا، فرایندهای تحویل خدمات از طریق فناوری‌هایی چون اینترنت اشیا، واقعیت افزوده و سکوهاى شخصی‌سازی شده، دگرگون شده و نهایتاً در فعالیت‌های بازاریابی، استفاده از اصول بازی‌وارسازی و واقعیت مجازی به ابزاری برای تعامل‌سازی و تجربه‌محوری بدل شده است.

مطالعه تجربه‌های نوآورانه بین‌المللی در حوزه هتلداری براساس چارچوبی صورت گرفته است که بر تنوع جغرافیایی، فناوری‌محوری و تأکید بر حفاظت از محیط‌زیست و شخصی‌سازی تأکید دارد. انتخاب این نمونه‌ها نه با هدف برشمردن برترین‌ها، بلکه برای نمایش طیف گسترده‌ای از رویکردهای نوآورانه در زمینه‌های گوناگون اقامتی انجام شده است؛ از اقامتگاه‌های سازگار با محیط‌زیست گرفته تا هتل‌هایی که تجربه‌ای فراواقعی، تعاملی و فناورانه برای مهمانان رقم می‌زنند. همچنین، در این انتخاب‌ها توجه ویژه‌ای به پیوند میان نوآوری و افزایش کیفیت تجربه گردشگر، بهره‌گیری از منابع محلی و به‌کارگیری فناوری‌های نوظهور در عملیات روزمره هتل شده است. این موارد، الگویی الهام‌بخش برای حرکت به‌سوی نوسازی زیرساخت‌ها و خدمات هتلداری در سایر کشورها، از جمله ایران، فراهم می‌آورند.

مبنای انتخاب تجارب ارائه شده در این گزارش، بر چند اصل کلیدی استوار بوده است. نخست، تمرکز بر نوع تجربه نوآورانه به‌عنوان معیار اصلی‌گزینش، به‌گونه‌ای که در هر نمونه، یک محور مشخص از نوآوری (نظیر واقعیت افزوده، اقامتگاه‌های سبز، گیمیفیکیشن یا اینترنت اشیا) مورد تحلیل قرار گیرد. از این رو، حتی در مواردی که چند تجربه موفق از یک کشور وجود داشته، ملاک انتخاب، تنوع در نوع فناوری یا رویکرد نوآورانه بوده است، نه لزوماً پراکندگی جغرافیایی. دوم آنکه، انتخاب هر تجربه براساس موفقیت نسبی در پیاده‌سازی آن نوآوری در بستر هتلداری و نیز وجود داده‌ها یا شواهد کافی در خصوص چالش‌های اجرایی آن فناوری صورت گرفته است. این انتخاب هدفمند، امکان تحلیل چندلایه و واقع‌گرایانه‌تری از ابعاد اجرایی، محیطی و سیاستی تجارب جهانی فراهم کرده است. ذکر این ملاحظات در متن، با هدف ارتقای شفافیت روش‌شناختی و تقویت انسجام تحلیلی گزارش صورت گرفته است.

از طرفی اگرچه ممکن است برخی از این تجارب جهانی در نگاه نخست برای ایران دور از دسترس یا رؤیایی به‌نظر برسند، اما واقعیت آن است که بهره‌گیری از نوآوری‌ها در صنعت هتلداری لزوماً مستلزم تقلید کامل از نمونه‌های خارجی نیست، بلکه می‌توان از آنها به‌عنوان الگوهای الهام‌بخش برای طراحی سیاست‌ها و اقدام‌های متناسب با بستر بومی استفاده کرد. کشورهایی که امروزه در نوآوری گردشگری پیشتاز هستند، این مسیر را با گام‌هایی کوچک اما هدفمند و متکی بر توانمندسازی داخلی آغاز کرده‌اند. در ایران نیز با توجه به ظرفیت‌های انسانی، فناوری، فرهنگی و قانونی موجود، می‌توان نسخه‌های بومی شده و مرحله‌بندی شده‌ای از این تجارب را به اجرا درآورد؛ به‌ویژه اگر سیاستگذاری‌ها بر توسعه زیرساخت‌های فناورانه، توانمندسازی منابع انسانی و مشارکت بخش خصوصی متمرکز باشند. در ادامه و در جدول ۳ به ترتیب زمانی، به بررسی این تجارب و استخراج درس‌آموخته‌هایشان می‌پردازیم.

جدول ۳. جمع‌بندی تجارب جهانی کاربری نوآوری در هتلداری

چالش‌ها	درس‌آموخته‌ها و پیامدها	نام هتل / مجموعه	کشور / کشورها	سال اجرا	عنوان تجربه
نگرانی امنیت داده، کاهش تعامل انسانی، هزینه بالا.	<ul style="list-style-type: none"> محیط فیزیکی: استفاده از ربات‌ها و تجهیزات هوشمند. ارائه خدمات: خدمات مبتنی بر شناسایی چهره. تحويل خدمات: پاسخگویی خودکار و ربات گفتگو آنلاین. بازاریابی: تحلیل داده و پیشنهادهای شخصی. 	هتل فلای‌زو (گروه علی‌بابا) ^۱	چین	از ۲۰۱۸	کاربست هوش مصنوعی در اقامتگاه‌ها [۲۰]
هزینه بالا، نبود زیرساخت انرژی پاک، نیاز به آموزش مستمر.	<ul style="list-style-type: none"> محیط فیزیکی: طراحی مبتنی بر طبیعت و مصالح بومی. ارائه خدمات: حذف پلاستیک، خدمات بدون کاغذ. تحويل خدمات: مصرف انرژی بهینه. بازاریابی: برندینگ زیست‌محیطی. 	هتل اسوارت / هتل پروکسیمیتی ^۲	نروژ، ایالات متحده	۲۰۱۸	اقامتگاه‌های سبز و خودکفا [۲۱]
هزینه بالا، دسترسی محدود، بازار هدف خاص.	<ul style="list-style-type: none"> محیط فیزیکی: طراحی منحصربه‌فرد (زیرآب، فضا). ارائه خدمات: خدمات اختصاصی و سفارشی. تحويل خدمات: فناوری پیشرفته و انعطاف بالا. بازاریابی: روایت‌سازی و محتوای خلاقانه. 	مجموعه مانتا / ایستگاه اورورا ^۴	تانزانیا، ایالات متحده	۲۰۱۳	اقامتگاه‌های تجربه‌محور ^۳ و شخصی‌سازی شده [۲۲]
نیاز به طراحی دقیق، هزینه زیرساخت، مقاومت مشتریان سنتی.	<ul style="list-style-type: none"> محیط فیزیکی: فضاهای بازی و دیجیتال. ارائه خدمات: مأموریت‌های امتیازمحور. تحويل خدمات: مشارکت کارکنان در تجربه بازی. بازاریابی: کارزارهای بازی‌محور در شبکه‌های اجتماعی. 	هتل‌های ماریوت ^۵	ایالات متحده	۲۰۱۳	بازی‌وارسازی در فرایند اقامت [۲۳]
امنیت سایبری، هزینه بالا، نیاز به مهارت فنی.	<ul style="list-style-type: none"> محیط فیزیکی: اتاق‌های هوشمند با تجهیزات متصل. ارائه خدمات: کنترل شرایط اتاق از طریق رایانه همراه و صدا. تحويل خدمات: تحلیل داده‌ها، پشتیبانی فناوری. بازاریابی: تجربه فاخر و آینده‌نگر برای نسل دیجیتال. 	هتل اکلستون اسکوئر / هتل وین ^۶	بریتانیا، ایالات متحده	۲۰۱۱	اینترنت اشیا (IoT) و کنترل از راه دور [۲۴]
پایداری اقتصادی فصلی، زیرساخت ضعیف، تعادل محیطی.	<ul style="list-style-type: none"> محیط فیزیکی: معماری کم‌مداخله در طبیعت. ارائه خدمات: آرامش، سادگی، غذاهای طبیعت‌محور. تحويل خدمات: کارکنان بومی، تجربه تعاملی با طبیعت. بازاریابی: داستان‌سرایی دیجیتال. 	هتل درختی ^۸	سوئد	۲۰۱۰	اقامتگاه‌های بوم‌محور ^۷ و طبیعت‌گرا [۲۵]
هزینه تولید محتوا، نیاز به تجهیزات، آمادگی ناکافی برخی بازارها.	<ul style="list-style-type: none"> محیط فیزیکی: ارتقای درک بصری از اقامتگاه‌ها. ارائه خدمات: ارائه اطلاعات دیجیتال تعاملی. تحويل خدمات: تسهیل در سفارش خدمات از طریق ابزارهای دیجیتال. بازاریابی: تبلیغات واقع‌نما و تعامل‌محور. 	هتل ماریوت / بست وسترن ^۹	ایالات متحده	از ۲۰۱۰	واقعیت مجازی (VR) و افزوده (AR) [۲۶]

مأخذ: همان.

1. FlyZoo Hotel (Alibaba Group)
2. Svart / Proximity
3. Experience-Based
4. The Manta Resort / Aurora Station
5. Marriott Hotels
6. Eccleston Square / Wynn Hotel
7. Ecofriendly
8. Treehotel
9. Marriott / Best Western



با نگاهی به تجارب نوآورانه بین‌المللی در صنعت گردشگری و هتلداری، می‌توان به روشنی دریافت که رویکردهای نوین فناورانه، زیست‌محور و تجربه‌محور در حال بازتعریف ساختارهای سنتی اقامتگاهی هستند. این رویکردها نه تنها بر بهبود کیفیت خدمات و افزایش رضایت مشتریان تمرکز دارند، بلکه در سطوح عمیق‌تر به دگرگونی در فرایندهای عملیاتی، ساختارهای فیزیکی، الگوهای بازاریابی و نحوه تعامل انسان و محیط منجر شده‌اند. استفاده از واقعیت مجازی و هوش مصنوعی تا طراحی اقامتگاه‌های سبز یا استفاده از اینترنت اشیا، همه نشانگر آن است که صنعت گردشگری جهانی در حال گذار از مدل‌های ایستا و مصرف‌گرا به الگوهای پویا، تداوم‌پذیر، شخصی‌سازی شده و داده‌محور است. این تحولات، اگرچه فرصت‌های چشمگیری در افزایش رقابت‌پذیری و ارتقای تجربه مشتری فراهم کرده‌اند، اما در عین حال با چالش‌هایی مانند هزینه‌های بالا، پیچیدگی پیاده‌سازی، ملاحظات اخلاقی و زیست‌محیطی نیز همراه بوده‌اند؛ چالش‌هایی که نیازمند پاسخ‌های بین‌رشته‌ای و برنامه‌ریزی هوشمندانه هستند.

۴. امکان‌سنجی و اولویت‌بندی



برای ارزیابی قابلیت پیاده‌سازی نوآوری‌های شناسایی شده در صنعت هتلداری و یا به عبارتی بخش اقامتی و مهمان‌نوازی گردشگری، انجام یک امکان‌سنجی نظام‌مند بسیار ضروری است. این امکان‌سنجی باید بر مبنای شاخص‌هایی مانند ظرفیت نهادی، زیرساخت‌های فناورانه، هزینه‌های اجرا، پذیرش فرهنگی و اقتصادی از سوی ذی‌نفعان و میزان هم‌راستایی با اسناد بالادستی کشور صورت گیرد. در واقع، نوآوری‌هایی مانند به کارگیری هوش مصنوعی، توسعه اقامتگاه‌های بوم‌محور یا بهره‌گیری از واقعیت مجازی، هر یک نیازمند الزامات متفاوتی در زمینه آموزش نیروی انسانی، حمایت قانونی، آمادگی بازار و سطح بلوغ فناوری هستند. بدون تحلیل این عوامل، احتمال شکست یا توقف پروژه‌ها در مرحله اجرا افزایش می‌یابد. از این رو، امکان‌سنجی به عنوان پیش‌شرط طراحی سیاست‌های مؤثر، به‌ویژه در حوزه‌هایی مانند گردشگری که هم‌زمان با عوامل فرهنگی، اقتصادی و فناوری در تعامل است، اهمیت دوچندان می‌یابد. در ادامه ابتدا به مطالعه شاخص‌های امکان‌سنجی در شیوه‌های نوآوری در هتلداری بر اساس برخی آمار و اطلاعات کشور ایران می‌پردازیم.

ارزیابی نوآوری «کاربست هوش مصنوعی در اقامتگاه‌ها» نشان می‌دهد که ظرفیت نهادی در ایران برای پیاده‌سازی فناوری‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در بخش گردشگری بسیار محدود است. بر اساس گزارش وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی در سال ۱۴۰۲ [۲۷]، هیچ پروژه‌ای در مقیاس ملی یا منطقه‌ای برای هوشمندسازی مدیریت هتل‌ها یا اقامتگاه‌ها مبتنی بر هوش مصنوعی تعریف نشده است. از سوی دیگر، زیرساخت‌های فناورانه موجود، نظیر سرعت اینترنت و مراکز پردازش ابری، بر پایه داده‌های سازمان فناوری اطلاعات ایران، عمدتاً در کلان‌شهرها متمرکز است و دسترسی گسترده در سراسر کشور فراهم نیست. هزینه پیاده‌سازی هوش مصنوعی در هتلداری نیز به دلیل وابستگی شدید به واردات فناوری و کمبود نیروی انسانی متخصص، بسیار بالا برآورد می‌شود [۲۸]. از لحاظ پذیرش فرهنگی، مطالعاتی در این باره مشاهده نشد و در این بخش می‌توان از نظر خبرگان استفاده کرد. در سطح اسناد بالادستی، برنامه هفتم پیشرفت و سند راهبردی توسعه گردشگری به ضرورت تحول دیجیتال اشاره کرده‌اند، اما تصریح مشخصی بر کاربرد هوش مصنوعی در اقامتگاه‌ها وجود ندارد.

در ارتباط با «اقامتگاه‌های سبز و خودکفا»، داده‌های موجود بیانگر ظرفیت نهادی مناسب‌تری است. سند توسعه ملی گردشگری و برنامه هفتم پیشرفت کشور بر رونق گردشگری سبز تأکید دارند. ظرفیت فناورانه در این حوزه اگرچه محدود است - بر اساس گزارش سازمان انرژی‌های تجدیدپذیر ایران [۲۹]، سهم انرژی‌های پاک در سبد انرژی کشور هنوز زیر ۲ درصد است - اما اقامتگاه‌های بوم‌محور در شمال، جنوب و نواحی کویری کشور، نشان‌دهنده ظرفیت بالا برای ایجاد اقامتگاه‌های سبز است. هزینه اجرای این مدل‌های اقامتگاهی بالاتر از اقامتگاه‌های سنتی تخمین زده می‌شود [۳۰]، اما استقبال فرهنگی قابل توجهی از این نوع اقامتگاه‌ها در سال‌های اخیر مشاهده شده است؛ به طوری که طبق آمار وزارت میراث فرهنگی، در سال ۱۴۰۲ بیش از ۲۵۰۰ اقامتگاه بوم‌گردی مجوز فعالیت دریافت کرده‌اند [۳۱].

در خصوص «اقامتگاه‌های تجربه‌محور و شخصی‌سازی شده»، ظرفیت نهادی موجود متوسط ارزیابی می‌شود؛ زیرا در بخش رسمی کشور با آنکه تفاوت معناداری نسبت به این موضوع در گذشته دیده نمی‌شود، اما بخش خصوصی به‌طور خودجوش برخی مدل‌های تجربه‌ای (مانند

اقامتگاه‌های سنتی در کاشان و یزد) را گسترش داده است. زیرساخت فناوریانه مورد نیاز برای شخصی‌سازی خدمات (نظیر سیستم‌های مدیریت تجربه مشتری) در بیشتر اقامتگاه‌های ایران فراهم نیست و براساس پژوهش دانشگاه علم و فرهنگ (۱۴۰۲) [۳۲]، کمتر از ۱۰ درصد هتل‌های چهار و پنج ستاره ایران سیستم‌های شخصی‌سازی هوشمند دارند. هزینه پیاده‌سازی این نوع خدمات نسبتاً متوسط ارزیابی می‌شود و از نظر پذیرش فرهنگی، علاقه فزاینده‌ای در بین گردشگران داخلی و خارجی برای اقامت در فضاهای منحصر به فرد مشاهده می‌شود. این مدل اقامتی همسو با سیاست‌های تنوع‌بخشی محصول گردشگری در اسناد بالادستی است.

«بازی آفرینی در فرایند اقامت» با وجود اهمیت جهانی آن، در ایران ظرفیت نهادی بسیار ضعیفی دارد. طبق داده‌های وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (۱۴۰۲) [۳۳]، سهم بازی‌های دیجیتال در بازار فناوری کشور عمدتاً در حوزه سرگرمی خانگی است و نمونه‌های موفق در گردشگری وجود ندارد. زیرساخت‌های هوشمند (مثل برنامه‌های کاربردی تعاملی هتل‌ها) تقریباً غایب است. هزینه توسعه بازی آفرینی نیز بالا برآورد می‌شود چرا که مستلزم طراحی سکوها، اختصاصی، آموزش کارکنان و توسعه داستان‌های تعاملی است. براساس پژوهش مؤسسه تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران (۱۴۰۱) [۳۴]، پذیرش اجتماعی نسبت به خدمات بازی‌محور در اقامتگاه‌ها پایین است، مخصوصاً در میان مسافران سنتی و خانواده‌های مسن‌تر. در اسناد بالادستی نیز اشاره مستقیمی به بازی آفرینی در گردشگری وجود ندارد.

در زمینه «اینترنت اشیا (IoT) و کنترل از راه دور»، ظرفیت فناوریانه بسیار محدود گزارش شده است. به استناد گزارش سالانه سازمان فناوری اطلاعات (۱۴۰۳) [۳۵]، تنها ۵ درصد از هتل‌های چهار و پنج ستاره در کل کشور مجهز به سیستم‌های مدیریت هوشمند اتاق‌ها هستند. توسعه این فناوری در گروه اینترنت پرسرعت پایدار، مراکز داده قوی و استانداردهای امنیت اطلاعاتی است که هنوز در اقامتگاه‌های کشور فراگیر نشده‌اند. هزینه‌های پیاده‌سازی نیز به دلیل وابستگی به تجهیزات وارداتی بالا برآورد می‌شود. از نظر فرهنگی، با آنکه داده رسمی وجود ندارد، اما برآورد می‌شود که حدود نیمی از کاربران خدمات هوشمند در هتل‌ها را مطلوب ارزیابی می‌کنند. اسناد بالادستی همچون سند راهبردی توسعه گردشگری به لزوم هوشمندسازی خدمات اشاره کرده‌اند، اما طرح عملیاتی ویژه برای اینترنت اشیا در بخش اقامتی دیده نمی‌شود.

بررسی «اقامتگاه‌های بوم‌محور و طبیعت‌گرا» نشان می‌دهد که ایران از ظرفیت‌های نهادی و فرهنگی قوی برخوردار است. براساس گزارش وزارت میراث فرهنگی (۱۴۰۲) [۳۶]، حمایت از ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌گردی یکی از اولویت‌های رسمی کشور است. زیرساخت فناوری در این حوزه اهمیت چندانی ندارد و عمده نیازمندی‌ها بر محور معماری بومی، استفاده از مصالح محلی و آموزش نیروی انسانی قرار دارد. هزینه ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌محور، به‌ویژه در مناطق روستایی و طبیعی، پایین‌تر از سایر مدل‌های اقامتی است و استقبال فرهنگی از این مدل نیز بالاست؛ به طوری که تعداد اقامتگاه‌های بوم‌گردی ثبت شده در چهار سال اخیر رشد حدود ۴۰ درصدی داشته است.

در نهایت درباره «واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR)»، داده‌های موجود نشان می‌دهد که ظرفیت نهادی در این زمینه بسیار محدود است. براساس گزارش مرکز تحقیقات فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICTRC) (۱۴۰۲) [۳۷]، پروژه‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در ایران عمدتاً محدود به بخش‌های آموزشی یا تبلیغاتی بوده‌اند و در گردشگری و هتلداری کاربردی عملیاتی پیدا نکرده‌اند. زیرساخت‌های سخت‌افزاری و نرم‌افزاری برای ارائه تجربه‌های واقعیت مجازی گسترده، به‌ویژه در اقامتگاه‌ها، هنوز توسعه نیافته است. هزینه تولید محتوای باکیفیت برای واقعیت مجازی و واقعیت افزوده نیز بسیار بالا برآورد می‌شود. از دیدگاه فرهنگی، استقبال اولیه از واقعیت مجازی در میان جوانان وجود دارد. اسناد بالادستی، فناوری‌های نوین به‌طور کلی حمایت شده‌اند، ولی اشاره مستقیمی به توسعه واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در بخش اقامتگاهی وجود ندارد. از این رو، با استفاده از نظر خبرگان و متخصصان در زمینه هتلداری و نوآوری در گردشگری (تعداد ۱۸ نفر) می‌توان جدولی جهت اولویت‌بندی این نوآوری‌ها در صنعت هتلداری ایران تعریف کرد. در جدول ۴ با استفاده از مدل امتیازدهی ترکیبی چندمعیاره^۱ به هر نوآوری در هر شاخص حداکثر امتیاز ۵ از هر منبع (در مجموع ۱۰) اختصاص داده شده است؛ بنابراین، حداکثر امتیاز قابل دریافت برای هر نوآوری برابر با ۵۰ خواهد بود. امتیازدهی مبتنی بر تحلیل خبرگان به سنجش شناخت میدانی، تجربه اجرایی و بینش سیاستگذاران در خصوص آمادگی نهادی و قابلیت اجرای پرداز، در حالی که بخش داده‌محور به تحلیل شواهد مستند، آمار رسمی، وضعیت قانونی و واقعیات زیرساختی کشور اتکا دارد.



جدول ۴. ارزیابی ترکیبی نوآوری‌های اقامتگاهی با روش امتیازدهی چندمعیاره

رتبه	مجموع امتیاز	تطبیق با اسناد بالادستی		پذیرش فرهنگی		هزینه اجرا		زیرساخت فناوری		ظرفیت نهادی		نوآوری
		داده‌ها	خبرگان	داده‌ها	خبرگان	داده‌ها	خبرگان	داده‌ها	خبرگان	داده‌ها	خبرگان	
۱	۴۶	۵	۵	۵	۵	۴	۴	۴	۴	۵	۵	اقامتگاه‌های بوم‌محور
۲	۳۸	۵	۵	۴	۴	۳	۳	۳	۳	۴	۴	اقامتگاه‌های سبز و خودکفا
۳	۳۴	۴	۴	۴	۴	۳	۳	۳	۳	۳	۳	اقامتگاه تجربه‌محور
۵	۲۳	۳	۳	۲	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	کاربست هوش مصنوعی
۴	۲۴	۳	۳	۳	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	واقعیت مجازی
۶	۲۲	۳	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۲	اینترنت اشیا
۷	۱۶	۲	۲	۲	۲	۲	۲	۱	۱	۱	۱	بازی‌وارسازی

مأخذ: همان.

پس از جمع امتیازات دوگانه برای هر شاخص، امتیاز کل هر نوآوری به دست آمده و مبنای رتبه‌بندی نهایی قرار گرفته است. بدین ترتیب، نوآوری‌هایی با آمادگی نهادی بالا، تطبیق قوی با اسناد سیاستی و هزینه اجرای پایین‌تر (مانند اقامتگاه‌های بوم‌محور و سبز)، در رتبه‌های بالاتر قرار گرفته‌اند، در حالی که نوآوری‌های فناورانه پیچیده (مانند اینترنت اشیا، واقعیت مجازی و بازی‌وارسازی) که به زیرساخت‌های پیشرفته‌تر و بستر قانونی دقیق‌تری نیاز دارند، در رتبه‌های پایین‌تر جای گرفته‌اند. در قسمت بعدی پیشنهادهایی در این مطرح خواهد شد.

۵. جمع‌بندی و پیشنهادها

در دهه‌های اخیر، صنعت هتلداری با عبور از مدل‌های سنتی به سوی رویکردهای فناورانه، زیست‌محور و تجربه‌محور گام برداشته است. این تغییرات نه صرفاً از منظر خدمات رفاهی، بلکه به عنوان پاسخی به تحولات فناوری، ترجیحات نسل جدید گردشگران، و نیاز به تاب‌آوری محیطی شکل گرفته‌اند. همچنین دلیل دیگر این امر فضای رقابتی تجاری در بخش خصوصی هتلداری و همچنین جایگاه فرهنگی این مراکز اقامتی است. در این نوشتار تجارب جهانی بررسی شده، از واقعیت مجازی در ایالات متحده گرفته تا اقامتگاه‌های انرژی مثبت در نروژ، همگی نشان‌دهنده آن هستند که نوآوری می‌تواند در چهار لایه اساسی محیط فیزیکی، فرایند ارائه خدمات، تحویل خدمات و بازاریابی ساختار اقامتگاه‌ها را متحول کند. در این مسیر، تعامل میان انسان، فناوری و طبیعت نقشی کلیدی در خلق ارزش جدید برای گردشگران ایفا می‌کند. کشور ایران با دارا بودن زمینه‌های فرهنگی و تاریخی مناسب برای توسعه صنعت گردشگری از پشتوانه تقنینی نسبتاً مناسبی - از جمله قانون برنامه هفتم پیشرفت، قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان و سند راهبردی توسعه گردشگری - در این موضوع برخوردار است. باید گفت هر چند نیاز نیست تا توسعه صنعت گردشگری بین‌المللی ایران به گردشگری ورودی گره بخورد، اما پیشرفت در زمینه‌های زیرساختی نظیر موضوع اقامتگاه‌ها و هتلداری می‌تواند هم پاسخگوی گردشگری داخلی بوده و هم بستری را برای جذب گردشگر خارجی و ورود ارز فراهم سازد. آنچه اکنون مورد نیاز است، ترجمه این ظرفیت‌ها به سیاست‌ها و اقدام‌های اجرایی هدفمند در سطوح بخشی و بین‌بخشی است. ترکیب این ظرفیت‌ها با الگوبرداری هوشمند از تجارب جهانی، می‌تواند راه را برای ارتقای سطح رقابت‌پذیری اقامتگاه‌های ایرانی در بازارهای بین‌المللی هموار کند. در ادامه و در جدول ۵ با در نظر گرفتن اولویت‌هایی که در قسمت قبل به دست آمد این سیاست‌های اجرایی مورد شناسایی قرار می‌گیرند.

جدول ۵. پیشنهادها و توصیه‌های سیاستی در جهت کاربست فناوری‌های نوین در هتلداری

ردیف	پیشنهاد راهبردی	پشتیبان قانونی	پشتیبان تجربی	نوع اقدام (از لحاظ زمانی)	دستگاه و نهاد مربوطه	توضیحات و چالش‌های اجرایی
۱	ایجاد بسته‌های تشویقی برای توسعه اقامتگاه‌های بوم‌محور، تجربه‌محور و سبز	سند راهبردی توسعه گردشگری، قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان	تجربه هتل درختی سوئد، هتل اسوارت نروژ	کوتاه‌مدت	وزارت میراث فرهنگی، صندوق نوآوری و شکوفایی، سازمان محیط زیست	ضرورت تعیین معیارهای دقیق بوم‌گرایی، دشواری ارزیابی عملکرد سبز، کمبود دانش فنی در مناطق دور
۲	تدوین دستورالعمل ملی برای استانداردسازی هتل‌های هوشمند و فناورمحور	قانون برنامه هفتم پیشرفت (ماده ۶۷)، بند «خ» ماده (۱۰۱)	تجربه هتل فلای زو چین، اینترنت اشیا در هتل وین	میان‌مدت	وزارت میراث فرهنگی، وزارت ارتباطات، سازمان ملی استاندارد	نیاز به هم‌افزایی میان وزارتخانه‌ها، سرمایه‌گذاری اولیه بالا، فقدان زیرساخت‌های بومی برای پیاده‌سازی گسترده
۳	ایجاد مرکز نوآوری در گردشگری با تمرکز بر فناوری‌های نوین اقامتی	قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان، اساسنامه شرکت توسعه ایرانگردی	تجربه هتل ماریوت در بازی‌وارسازی و واقعیت افزوده، هتل فلای زو در هوش مصنوعی	بلندمدت	معاونت علمی ریاست جمهوری، وزارت میراث فرهنگی، اتاق بازرگانی	نیاز به تخصیص بودجه پایدار، تعامل میان بخش خصوصی و دولت، خطر تمرکزگرایی در تهران
۴	تعریف گواهی‌نامه ملی «هتل نوآور» برای رتبه‌بندی اقامتگاه‌ها براساس معیارهای نوآوری	قانون مدیریت خدمات کشوری، سند توسعه گردشگری	الگوگیری از شاخص‌های هتل‌های ماریوت، وین و پروکسیمیتی	میان‌مدت	سازمان استاندارد، وزارت میراث فرهنگی، اتحادیه هتلداران	نیاز به تدوین چارچوب ارزیابی، احتمال مقاومت بخش خصوصی، دشواری در نظارت مستمر

مأخذ: همان.

در ادامه برای هر پیشنهاد راهبردی می‌توان مواردی با جزئیات بیشتر و سیاست‌های اجرایی تری به صورت زیر داشت:

۱ ایجاد بسته‌های تشویقی برای توسعه اقامتگاه‌های بوم‌محور، تجربه‌محور و سبز

- ایجاد سازوکارهای قانونی برای تصویب قانون یا الحاق بند جدید به قوانین موجود در راستای تدوین بسته‌های تشویقی.
- طراحی نظام مالیاتی ترجیحی برای هتل‌ها و اقامتگاه‌هایی که از انرژی‌های تجدیدپذیر یا مصالح بومی استفاده می‌کنند.
- اختصاص تسهیلات بانکی کم‌بهره از طریق صندوق نوآوری برای اقامتگاه‌های دارای طرح بوم‌گرایانه یا گواهی‌های زیست‌محیطی (مثل گواهی لید).^۱
- توسعه دستورالعمل «طراحی معماری اقامتگاه سبز» با مشارکت نظام مهندسی و سازمان محیط‌زیست.
- راه‌اندازی سامانه برخط جهت ثبت و شفاف‌سازی عملکرد زیست‌محیطی اقامتگاه‌ها برای ایجاد رقابت مثبت.
- ارائه نشان تشویقی «اقامتگاه سبز ایران» به واحدهای اقامتی پایبند به اصول پیشرفت اجتماع‌محور.

۲ تدوین دستورالعمل ملی برای استانداردسازی هتل‌های هوشمند و فناور محور

- تدوین «چارچوب استانداردهای حداقلی» برای تجهیزات دیجیتال در هتل‌ها (از جمله کاربست هوش مصنوعی، کلیدهای هوشمند و شبکه‌های بی‌سیم).^۲
- الزام به تأیید فنی تجهیزات هوشمند توسط سازمان ملی استاندارد و معرفی نشان‌های تجاری مجاز.

1. LEED
2. Wi-Fi



- تدوین فهرست الزامات ایمنی و حریم خصوصی داده‌ها برای کاربری سیستم‌های هوش مصنوعی در اتاق‌های اقامت.
- تعریف شاخص‌های عملکردی برای سنجش «میزان هوشمندی» در هتل‌ها جهت ارزیابی و رتبه‌بندی.
- برگزاری کارگاه‌های آموزشی تخصصی برای مدیران و کارکنان هتل‌ها در زمینه بهره‌برداری از سیستم‌های هوشمند.
- ورود کمیسیون فرهنگی مجلس به موضوع اجرای دستورالعمل‌های حمایتی از هتل‌های فناوری محور.
- مطالبه گزارش عملکرد سالیانه از وزارت میراث فرهنگی و سازمان توسعه گردشگری توسط مجلس درباره نحوه حمایت از اقامتگاه‌های نوآور.

۳ نوآوری در گردشگری با توجه به ایجاد مراکز فناوری‌های نوین اقامتی

- تدوین مبانی قانونی برای تهیه «سند ملی نوآوری در گردشگری» با توجه به بخش اقامتگاه‌ها.
- تصویب قانون یا اصلاح قانون فعلی برای ایجاد مرکز ملی نوآوری گردشگری با ردیف بودجه مشخص در ذیل وزارت میراث فرهنگی.
- تأسیس مرکز با ساختار سه‌جانبه (دولت، صنعت و دانشگاه) برای تحقیق و توسعه در حوزه اقامتگاه‌های نوآور.
- اعطای گرنت‌های پژوهشی به پایان‌نامه‌ها و استارت‌آپ‌های حوزه هوش مصنوعی، واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در گردشگری.
- طراحی رقابت سالیانه «چالش نوآوری در هتلداری» با مشارکت انجمن هتلداران و شتاب‌دهنده‌های گردشگری.
- توسعه بانک اطلاعاتی ایده‌ها و راهکارهای فناورانه بومی و قابل پیاده‌سازی برای استفاده سیاستگذاران.
- پیش‌بینی «مسیر تجاری‌سازی سریع» برای طرح‌های موفق این مرکز، از طریق اتصال به صندوق‌های حمایتی و صندوق‌های سرمایه‌گذاری خطرپذیر (VC).^۱

۴ تعریف گواهی‌نامه ملی «هتل نوآور» برای رتبه‌بندی اقامتگاه‌ها

- تدوین سازوکار قانونی آیین‌نامه رتبه‌بندی نوآوری در هتلداری مبتنی بر چهار لایه: محیط فیزیکی، ارائه خدمات، تحویل خدمات و بازاریابی دیجیتال.
- ایجاد نظام ممیزی و ارزیابی مستقل توسط نهاد ثالث برای صدور یا تمدید گواهی‌نامه‌ها.
- اعطای نشان ویژه روی سردر یا وب‌سایت هتل‌ها برای «نوآور بودن» جهت تبلیغات رسمی و جذب مشتری.
- اتصال رتبه‌نوآوری به مزایای دولتی مانند تخفیف مالیاتی، اولویت در مشارکت نمایشگاه‌های گردشگری و اعطای زمین.
- الزام به بازآموزی سالیانه برای کارکنان و مدیران اقامتگاه‌های دارای گواهی، برای حفظ سطح استاندارد نوآوری.



- [1] UNWTO. (2020, January 19). World Tourism Barometer N°18 January 2020. UN Tourism.
- [2] UNWTO. (2025, January 20). International tourism recovers pre-pandemic levels in 2024. UN Tourism.
- [3] Middleton, V. T. C., & Clarke, J. (2001). Marketing in travel and tourism (3rd ed.). Butterworth-Heinemann.
- [4] World Travel & Tourism Council. (2019). Travel & Tourism: Economic Impact 2019.
- [5] Davis-Krüger, M., & Nguyen, T. (2012). Innovation and service quality as drivers of competitiveness in the hotel industry. *Journal of Hospitality Management*, 31(4), 123–135.
- [6] وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (۱۴۰۳). گزارش عملکرد سال ۱۴۰۲. تهران: وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی.
- [7] مرکز آمار ایران (۱۴۰۳). آمار تعداد هتل‌های ایران (سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱).
- [8] گزارش «الزامات تحقق گام دوم انقلاب ۳. گردشگری (با محوریت گردشگری خانوادگی)»، دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۶۶۲۷، ۱۳۹۸.
- [9] گزارش «بررسی الزام دستگاه‌های اجرایی به واگذاری تأسیسات گردشگری: موضوع ماده (۲۳) قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶»، دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۲۷۰۱۸۰۹۷، ۱۴۰۰.
- [۱۰] گزارش «بررسی سند راهبردی توسعه گردشگری: گزارش نظارتی بر اجرای بند «الف» ماده (۱۰۰) قانون برنامه ششم توسعه»، دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۸۱۲۳، ۱۴۰۰.
- [۱۱] گزارش «بررسی راهکارهای بهبود وضعیت گردشگری در مواجهه با کرونا»، دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۸۱۸۵، ۱۴۰۱.
- [۱۲] گزارش «مفاد قانونی پیشنهادی برنامه هفتم توسعه در حوزه‌های میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی»، دفتر مطالعات فرهنگی و آموزش، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، شماره مسلسل ۱۸۶۸۳، ۱۴۰۱.
- [۱۳] قانون برنامه هفتم پیشرفت، مصوب ۱۴۰۳، مجلس شورای اسلامی.
- [۱۴] قانون مدیریت خدمات کشوری، مصوب ۱۳۸۶، مجلس شورای اسلامی.
- [۱۵] نقشه مهندسی فرهنگی کشور، مصوب ۱۳۹۱، شورای عالی انقلاب فرهنگی.
- [۱۶] قانون بهبود مستمر محیط کسب و کار، مصوب ۱۳۹۰، مجلس شورای اسلامی.
- [۱۷] قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری‌ها و اختراعات، مصوب ۱۳۸۹، مجلس شورای اسلامی.
- [۱۸] سند راهبردی توسعه گردشگری، مصوب ۱۳۹۹، هیئت وزیران.
- [۱۹] اساسنامه شرکت توسعه ایرانگردی و جهانگردی، مصوب ۱۳۸۷، هیئت وزیران.
- [20] Here's Your Room Key, Here's Your Gear VR: Marriott Goes Virtual, Condé Nast Traveler, September 10, 2015.
- [21] Artificial Intelligence: Alibaba's FlyZoo Hotel makes use of smart technology, CGTN, December 24, 2018.
- [22] Svart Hotel in Norway Offers 360-Degree Panoramic Views of the Northern Lights, Architectural Digest India
- [23] The Manta Resort's Underwater Room Off Pemba Island, Tanzania, Yatzer.
- [24] Treehotel, Harads, Sweden, Lightaz.
- [25] 5 Ways to Boost Employee Engagement with Gamification, Upshot.ai.
- [26] Eccleston Square Hotel - Updated 2022 Reviews (London), TripAdvisor.
- [۲۷] وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (۱۴۰۲). گزارش سالیانه عملکرد بخش گردشگری. تهران: وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی.
- [۲۸] مرکز آمار ایران (۱۴۰۳). گزارش هزینه‌های سرمایه‌گذاری در بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات. تهران: مرکز آمار ایران.
- [۲۹] سازمان انرژی‌های تجدیدپذیر و بهره‌وری انرژی ایران (ساتبا) (۱۴۰۲). گزارش سالیانه توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر در ایران. تهران: ساتبا.
- [۳۰] انجمن بوم‌گردی ایران (۱۴۰۲). تحلیل هزینه‌های ساخت و بهره‌برداری اقامتگاه‌های بوم‌گردی. تهران: انجمن بوم‌گردی ایران.
- [۳۱] وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (۱۴۰۲). آمار مجوزهای صادر شده برای اقامتگاه‌های بوم‌گردی. تهران: وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی.
- [۳۲] دانشگاه علم و فرهنگ (۱۴۰۲). پژوهش در مورد میزان استفاده از سیستم‌های شخصی‌سازی خدمات در هتل‌های ایران. تهران: دانشگاه علم و فرهنگ.
- [۳۳] وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (۱۴۰۲). گزارش سهم بازی‌های دیجیتال در بازار فناوری ایران. تهران: وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات.
- [۳۴] مؤسسه تحقیقات اجتماعی دانشگاه تهران (۱۴۰۱). پژوهش در مورد پذیرش اجتماعی خدمات بازی‌محور در اقامتگاه‌ها. تهران: دانشگاه تهران.
- [۳۵] سازمان فناوری اطلاعات ایران (۱۴۰۳). گزارش سالیانه وضعیت فناوری اطلاعات در هتل‌های ایران. تهران: سازمان فناوری اطلاعات ایران.
- [۳۶] وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی (۱۴۰۲). سیاست‌های حمایت از اقامتگاه‌های بوم‌گردی. تهران: وزارت میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی.
- [۳۷] مرکز تحقیقات فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICTRC) (۱۴۰۲). بررسی پروژه‌های واقعیت مجازی و افزوده در بخش گردشگری ایران. تهران: مرکز تحقیقات فناوری اطلاعات و ارتباطات.

گزیده سیاستی

نوآوری در زمینه اقامتگاه‌ها و مهمان‌نوازی کشور ایران با کاربرست مواردی همچون ایجاد اقامتگاه‌های بوم‌محور، تجربه‌محور و سبز در اولویت‌های اولیه و کاربرست هوش مصنوعی و اینترنت اشیا در اولویت‌های بعدی قابل اجراست.



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی

تهران، خیابان پاسداران، روبروی پارک نیاوران (ضلع جنوبی، پلاک ۸۰۲)

تلفن: ۷۵۱۸۳۰۰۰ صندوق پستی: ۱۵۸۷۵-۵۸۵۵ پست الکترونیک: mrc@majles.ir

وبسایت: rc.majles.ir