



مطالعه طراحی نوآور محصولات گردشگری هوشمند

علیرضا مهدوی*^۱، محمد حسین رضوی^۲

دانشجو دکتری، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه شمال، آمل، مازندران، ایران

۱- استاد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه مازندران، بابلسر، مازندران، ایران

* Email: Alireza.Mahdavi.Khanghah@gmail.com

نوع ارائه مقاله: پوستر

چکیده

زمینه و هدف: به پژوهش حاضر، با مفهوم شهر هوشمند آغاز گردیده؛ و به طراحی گردشگری هوشمند ختم می‌شود. از این رو، تمرکز تحقیق بر بخش کوچکی از صنعت کلی هوشمند، و تلاش در راستای پشتیبانی و تکمیل نظریه شهر هوشمند است که از مطالعات آموزنده نویسنده است. در این مقاله، به نحوی منطقی، هر گام رو به جلو، توسط مؤلف برداشته شده؛ و مفاهیم برنامه‌ریزی شهری از منظر تفکر خردنگر تا کلان‌نگر ترکیب گردیده‌اند. در پایان، فرآیند طراحی سازماندهی یافته که متناسب با طراحی در صنعت هوشمند است.

روش کار: این تحقیق از نوع کیفی و کاربردی است که داد‌های مورد نیاز آن به شیوه کتابخانه‌ای و اسنادی گردآوری شده است. جمع‌آوری داده‌ها از کشورهای دارای گردشگری هوشمند صورت گرفته است.

یافته‌ها: در این پژوهش به واسطه محدودیت زمانی و انرژی، مطالعات بسنده پیرامون جنبه‌های دولت و بنگاه‌های اقتصادی در سیستم گردشگری هوشمند صورت نگرفته در حالیکه این دو بخش، در بردارنده اثرات چشمگیر بر اجراها هستند. ایده این امر، حائز ارزش است؛ لیکن، بدون اقدامات شایسته، فاقد ارزش خواهند بود. پس از این پروژه، مؤلف بر این باور است که مرحله توسعه صنعت گردشگری هوشمند در ایران را می‌باید به سطوحی متفاوت تقسیم نمود. در شهری مانند تهران، اصفهان، شیراز آگاهی نسبت به صنعت هوشمند، وجود ندارد؛ و طراحی پیشرفته- در عوض اثبات راحتی- می‌تواند سردرگم‌کننده باشد. از این رو، مایلیم سیستم هوشمندتر را در صنعت گردشگری- در ازای محصولات هوشمند که فناوری کامل هستند- تثبیت نماییم. این "سیستم هوشمند" می‌باید ساده، سریع، آسان جهت ارتقاء، و مورد پسند باشد.

نتیجه‌گیری: ایران همچنان به اصول کاری بالا به پایین، عادت داشته؛ و شرکت‌ها به نحوی گسترده، محدود گردیده‌اند. از سوی دیگر، بازخوردهای گردشگران، به ندرت قادر به اثرگذاری بر سازه گردشگری هوشمند می‌باشند. شرایط و الگوی صنعت هوشمند، کماکان در سطوح خرد است. با افزایش آگاهی و پیشرفت فناوری صنعت هوشمند، این شرایط نیز بهبود خواهند یافت؛ و الگویی عملیاتی خواهد شد که تدریجاً، سبب تغییر الگوی پایین به بالا در راستای تحریک نوآوری صنعت خواهد گردید. در این فرآیند، وظیفه طراحان، یافتن توازن میان بهینه‌سازی تجربه سفر و حداکثر نمودن منافع ترکیبی بنیادی ست. طراحان همواره می‌باید شفاف‌سازی در خصوص موضع خویش را به خاطر داشته باشند. کشور برای سالیان متمادی، به پیوند صنعت با ارزانی، خو گرفته است. لیکن، در مسئله گردشگری هوشمند، کمال و نوآوری تعیین‌کننده بقاء و پایداری می‌باشند.

کلید واژه‌ها: گردشگری هوشمند، طراحی محصول، نوآوری، روش طراحی