

## فهرست مطالب

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| تقدیر و تشکر                          | ۹  |
| پیشگفتار سازمان جهانی گردشگری         | ۱۱ |
| پیشگفتار دانشگاه علوم کاربردی ساکسیون | ۱۳ |
| پیشگفتار مترجم                        | ۱۵ |
| خلاصه اجرایی                          | ۱۹ |
| مقدمه                                 | ۲۱ |

۱- انقلاب هوش مصنوعی: مفاهیم و وضعیت فعلی ..... ۲۵

۲- هوش مصنوعی در گردشگری: کاوشی عمیق‌تر در باب کاربردها و اثرات آن... ۳۵

۱-۲- کاربردها ..... ۳۶

۲-۲- اثرات ..... ۴۰

۳- به سوی تدوین اصول راهنما برای پذیرش هوش مصنوعی در گردشگری ..... ۴۳

۱-۳- هوش مصنوعی اخلاق‌محور در گردشگری: ارتقای تجربه‌ها در کنار صیانت از

ارزش‌ها ..... ۴۴

۱-۱-۳- حریم خصوصی و حقوق داده‌ها ..... ۴۶

۲-۱-۳- عدالت و عدم تبعیض ..... ۴۸

۳-۱-۳- شفافیت و تبیین‌پذیری (پاسخگو بودن) ..... ۴۹

۴-۱-۳- کنترل و نظارت انسانی ..... ۵۰

۵-۱-۳- ضرورت مدیریت اخلاقی هوش مصنوعی در گردشگری ..... ۵۴

۲-۳- دموکراسی و اصول دموکراتیک در ارتباط با هوش مصنوعی در گردشگری ..... ۵۵

- ۳-۲-۱- میدان رقابت هم سطح ..... ۵۶
- ۳-۲-۲- هوش مصنوعی و گروه‌های به حاشیه رانده شده سنتی ..... ۵۸
- ۳-۲-۳- هوش مصنوعی و دسترس پذیری فراگیر ..... ۶۰
- ۳-۲-۴- خاکمیت دیجیتال ..... ۶۰
- ۳-۳- چشم اندازی فناورانه ..... ۶۲
- ۳-۴- مهمان نوازی هوشمند: هوش مصنوعی و تجربه گردشگری ..... ۷۱
- ۳-۴-۱- به کارگیری هوش مصنوعی در مقاصد گردشگری هوشمند ..... ۷۴
- ۳-۵- هوش مصنوعی در پارک‌های موضوعی یا جاذبه‌های مشابه: نگهداری پیش‌بینانه و فراتر از آن برای ارتقای کارایی عملیاتی و رضایت بازدیدکنندگان ..... ۷۶
- ۳-۵-۱- ارتقای کارایی عملیاتی ..... ۷۷
- ۳-۵-۲- کاهش هزینه‌ها ..... ۷۸
- ۳-۵-۳- بهبود رضایت بازدیدکنندگان ..... ۷۸
- ۳-۶- جنبه‌های حقوقی ..... ۷۹
- ۳-۶-۱- اجرای مقررات هوش مصنوعی: الزام آور و غیرالزام آور ..... ۸۰
- ۳-۶-۲- هوش مصنوعی، حقوق کارگران و قانون کار ..... ۸۸
- ۳-۶-۳- هدایت و انطباق با مقررات هوش مصنوعی در گردشگری ..... ۸۹
- ۴- جمع بندی نهایی ..... ۹۳
- ۴-۱- ملاحظات کلیدی ..... ۹۴
- ۴-۲- جمع بندی‌ها و نکات کلیدی برای ذی‌نفعان صنعت گردشگری ..... ۹۶
- ۵- ابتکارات مبتنی بر هوش مصنوعی سازمان جهانی گردشگری (UN Tourism) تجربه‌ها و دستاوردها از آکادمی آنلاین و شبکه نوآوری سازمان جهانی گردشگری ..... ۱۰۱
- ۵-۱- آکادمی آنلاین سازمان جهانی گردشگری (UN Tourism Online Academy) ..... ۱۰۱
- ۵-۱-۱- فناوری هوش مصنوعی در آموزش گردشگری ..... ۱۰۲

- ۵-۱-۲- مدرس هوش مصنوعی: تحول تجربه یادگیری در آکادمی آنلاین سازمان جهانی گردشگری..... ۱۰۴
- ۵-۱-۳- شخصی سازی در یک نگاه: بازخورد هوش مصنوعی در آکادمی آنلاین سازمان جهانی گردشگری..... ۱۰۶
- ۵-۱-۴- تسریع پذیرش هوش مصنوعی در آموزش گردشگری..... ۱۰۷
- ۵-۱-۵- نتیجه گیری..... ۱۰۹
- ۵-۲- استارت‌آپ‌ها در شبکه نوآوری سازمان جهانی گردشگری ( UN Tourism Innovation Network)..... ۱۱۰
- ۵-۲-۱- استارت‌آپ‌ها به‌عنوان محرک‌های نوآوری در هوش مصنوعی..... ۱۱۱
- ۵-۲-۲- تسریع پذیرش هوش مصنوعی در گردشگری..... ۱۱۲
- ۵-۲-۳- چشم‌انداز منطقه‌ای استارت‌آپ‌های هوش مصنوعی در شبکه نوآوری سازمان جهانی گردشگری..... ۱۱۳
- ۵-۲-۴- نتیجه‌گیری..... ۱۱۶
- ۶- مطالعات موردی هوش مصنوعی در گردشگری از سوی اعضای وابسته سازمان جهانی گردشگری (UN Tourism)..... ۱۱۹
- مطالعه موردی ۱: Booking.com- عدالت در یادگیری ماشین: پیشگیری از تقلب..... ۱۲۲
- مطالعه موردی ۲: Colliers MENA - چت‌بات راهنمای هوشمند در جده، عربستان سعودی..... ۱۲۶
- مطالعه موردی ۳: گروه اکسپدیا (Expedia Group)- بازآفرینی برنامه‌ریزی سفر با تکیه بر قدرت هوش مصنوعی: معرفی دستیار هوشمند «رُمی» (Romie)..... ۱۳۰
- مطالعه موردی ۴: اداره کل گردشگری و هتلداری مادرید- کاربرد هوش مصنوعی برای ارتقای تجربه گردشگران و بهبود کیفیت مقصد در شهر مادرید- نمونه‌ای از همکاری بخش دولتی و خصوصی..... ۱۳۴
- مطالعه موردی ۵: Grupo Piñero- پیش‌بینی تقاضای هتل با استفاده از هوش مصنوعی..... ۱۳۹

- مطالعه موردی ۶: شرکت JTB - معرفی نخستین چت بات چندزبانه مبتنی بر هوش مصنوعی  
مولد در ژاپن برای ارائه اطلاعات گردشگری ..... ۱۴۴
- مطالعه موردی ۷: Madrid Destino - سامانه VisitMadridGPT ..... ۱۵۰
- مطالعه موردی ۸: Meliá Hotels International - شخصی سازی مخاطبان بازاریابی  
آنلاین: متناسب سازی تجربه ها برای هر مشتری و ترجیحات فردی او ..... ۱۵۴
- مطالعه موردی ۹: نئوم (NEOM) - ایجاد همدلی شناختی در مقیاس گسترده با استفاده از  
مدل بنیادین رفتار انسانی Arena ..... ۱۵۸
- مطالعه موردی ۱۰: Tripadvisor - تحول در مرورهای سفر: خلاصه سازی های نظرات  
مبتنی بر هوش مصنوعی ..... ۱۶۳
- مطالعه موردی ۱۱: هیئت گردشگری وین (Vienna Tourist Board) - دیدن هنر در پس  
هنر هوش مصنوعی ..... ۱۷۱
- مطالعه موردی ۱۲: Visit Benidorm - بازاریابی مبتنی بر هوش مصنوعی برای تولید محتوا  
و بازاریابی گردشگری ..... ۱۷۵
- ضمیمه و پیوست ها ..... ۱۸۱
- سازمان جهانی گردشگری (UN Tourism) - پیشگام در به کارگیری هوش مصنوعی در  
گردشگری جهانی ..... ۱۸۱
- رهبری هوش مصنوعی در درون نظام سازمان ملل متحد ..... ۱۸۱
- نوآوری در هوش مصنوعی و گردشگری ..... ۱۸۵
- منابع و کتابشناسی ..... ۱۸۹