

معجزه متاورس در دنیای گردشگری و هتلداری

نخستین کتابچه تخصصی رسانه قطب نما

Qotbnama

تهیه شده توسط تیم رسانه قطب نما | آذر ۱۴۰۱

۲	معرفی قطب‌نما
۳	مقدمه
۴	متاورس چیست؟
۵	مزیت‌های متاورس
۵	محدودیت‌های اصلی دنیای متاورس
۶	زیرساخت‌های مهم دنیای متاورس
۱۱	اصول ورود کسب‌وکارها به متاورس
۱۲	مشاغل دنیای متاورس
۱۳	متاورس در صنعت گردشگری و هتلداری
۱۴	مزایای متاورس در صنعت گردشگری و هتلداری
۱۶	کاربردهای متاورس در گردشگری و هتلداری
۲۳	چالش‌های ورود به دنیای متاورس در گردشگری
۲۵	نمونه‌های به‌کارگیری متاورس در دنیای سفر
۲۹	آینده متاورس و گردشگری
۳۰	منابع



«قطب‌نما»، راهبر گردشگری آینده

سازمان جهانی گردشگری در سال ۲۰۲۲ میلادی، شعار سال را «تفکری دوباره برای گردشگری» یا به تعبیری نواندیشی برای گردشگری (Rethinking Tourism) اعلام کرد. ما در «رسانه قطب‌نما» سعی داریم با توجه به این شعار، در ماه‌های پیش رو بیشتر به موضوعات مهم در حوزه تحول دیجیتال و چگونگی ایجاد و انجام تفکری نو برای صنعت گردشگری و هتلداری، بپردازیم.

اما رسانه «قطب‌نما» چه رسانه‌ای است و چه ماموریت‌هایی دارد؟

«قطب‌نما»، نخستین رسانه نوین حوزه گردشگری و هتلداری ایران است که به صورت تخصصی به طراحی و تولید انواع محتوا در حوزه مدیریت، بازاریابی و استارت‌آپ‌های حوزه سفر می‌پردازد. این رسانه از یک‌سو به انتشار تازه‌ترین مقالات خبری و محتواهای چندرسانه‌ای تحلیلی و آموزشی می‌پردازد و از سوی دیگر، با هدف تحول دیجیتال کسب‌وکارهای این حوزه، خدمات بازاریابی دیجیتال، خدمات رسانه‌ای و روابط عمومی را ارائه می‌دهد. ماموریت اصلی «قطب‌نما» ارائه روایتی نوین و تازه برای آگاهی و پیشرفت اهالی صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی ایران است.

مدیران و کارشناسان تیم «قطب‌نما»، پس از سال‌ها تجربه کاری در سطح ملی و بین‌المللی و بعد از انتشار صدها محتوا و کمپین جریان‌ساز بازاریابی در صنعت گردشگری و هتلداری ایران، دور هم جمع شده‌اند تا بتوانند با ارائه خدمات تخصصی بازاریابی به ویژه بازاریابی محتوایی، این فرصت را برای فعالان و کسب‌وکارهای این صنعت مهیا سازند تا مسیری مطمئن‌تر را برای توسعه و تحول دیجیتال خود، رقم بزنند.



Qotbnama

Navigate to the Future of Travel

همکاران ما در تهیه و تدوین «کتابچه الکترونیکی مشاورس در گردشگری و هتلداری»

مدیر پروژه: اشکان بروج

دبیر تحریریه: پرستو فخاریان

تحریریه: سارا شمسی، رقیه عینلو و فروزان قاسم‌پور

گرافیست و صفحه‌بند: فرزانه آبانگر

راه‌های ارتباطی با ما:



www.Qotbnama.com



info@Qotbnama.com



+98 900 1200 504



[Qotbnamamedia](https://www.instagram.com/Qotbnamamedia)



[Qotbnamamedia](https://www.linkedin.com/company/Qotbnamamedia)



[Qotbnamamedia](https://twitter.com/Qotbnamamedia)



[Qotbnamamedia](https://www.telegram.com/Qotbnamamedia)

لطف آن، مرزهای تجربیات مهمان‌نوازی در گردشگری و هتلداری جابه‌جا شده است. ما در این کتابچه با گریزی به موضوع متاورس و جنبه‌های مختلف آن، جایگاه این محیط سه‌بعدی مجازی را در صنعت گردشگری و هتلداری بررسی خواهیم کرد. همچنین با مرور ابتکارات و تجربیات ارائه‌شده توسط شرکت‌های بزرگ و کوچک گردشگری و هتلداری، آینده گردشگری در دنیای متاورس را به تصویر خواهیم کشید.

دنیایی سه‌بعدی در زمان واقعی را تصور کنید که می‌توانید با آواتارهای خود در جلسات مجازی شرکت کنید و به راحتی از نقطه‌ای به نقطه دیگر سفر کنید؛ بله، اینجا محیط متاورس است. محیطی که به شما تجربه‌ای یکپارچه، همه‌جانبه و البته واقعی، ارائه می‌دهد. امروزه ردپای متاورس را نه تنها در بازی‌های کامپیوتری، بلکه در عرصه‌های مختلف مانند صنعت گردشگری و هتلداری هم می‌توان دید؛ یک تکنولوژی که به



متاورس از دو واژه «Meta» به معنای فراتر و «Universe» به معنای جهان تشکیل شده و تاریخچه آن، به رمان علمی-تخیلی «Snow Crash» یا «سقوط برفی» نوشته «نیل استفنسون» در سال ۱۹۹۲ برمی‌گردد. در کتاب استفنسون، متاورس یک دنیای دیجیتالی فراگیر و موازی با دنیای واقعی است که به عنوان تکامل نهایی اینترنت شناخته می‌شود.

تعریف علمی متاورس هم از توصیف‌ها و توضیحات استفنسون دور نیست. «متاورس»، یک شبکه انبوه مقیاس‌پذیر از جهان‌های مجازی و سه‌بعدی در زمان واقعی است که اتفاقات درون آن بر دنیای واقعی ما هم تأثیر می‌گذارد. این شبکه مجموعه‌ای از دنیاهای مجازی مانند واقعیت افزوده، واقعیت مجازی، آواتارهای هولوگرافیک سه‌بعدی، ویدیو و سایر ابزارهای ارتباطی را در خود جای داده است. البته که مفاهیم متاورس در حال حاضر، در جهان بازی‌های آنلاین مانند Fortnite، Minecraft و Roblox وجود دارد، اما باز هم بسیاری از شرکت‌های بزرگ،



رویای گسترش آن را در سر می‌پرورانند؛ به طوری که مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیسبوک، متاورس را یکی از هیجان‌انگیزترین پروژه‌های زندگی خود نامیده و نام این شرکت را به «متا» (Meta) تغییر داده است. او معتقد است که متاورس روزی جایگزین اینترنت جهانی خواهد شد و تغییر نام این شرکت، نشان‌دهنده دورخیز آن برای تبدیل شدن به یکی از بازوهای اصلی فناوری متاورس و ادغام جهان‌های دیجیتالی در این فضای یکپارچه است.

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های متاورس، احساس حضور واقعی و امکان تعامل واقعی افراد با یکدیگر است. در این دنیای مجازی، تعداد نامحدودی از افراد می‌توانند به طور همزمان در یک مکان حضور پیدا کنند و مانند زندگی روزمره خود، به خرید و فروش لوازم مورد نیاز، بازی، خرید زمین، ساخت‌وساز و شرکت در رویدادها و ملاقات‌های مجازی بپردازند و در کسری از ثانیه، از مکانی به مکان دیگر سفر کنند.

عینک‌های واقعیت مجازی و ست‌های «VR» اساسی‌ترین ابزارها برای ورود به دنیای متاورس است که جایگزین گوشی، لپ‌تاپ و سایر ابزارهای دیجیتالی در دنیای متاورس شده و امکان زندگی و سفر و تعامل با افراد را فراهم می‌کند.

بررسی‌های رسانه بلومبرگ نیز نشان می‌دهد بازار سهام حوزه واقعیت مجازی، به عنوان بخشی از فناوری متاورس، تا سال ۲۰۲۴ میلادی به ۸۰۰ میلیارد دلار آمریکا خواهد رسید و با گسترش این روند و توسعه فناوری متاورس در جهان انتظار می‌رود که بخش‌های بیشتری تحت‌تأثیر متاورس قرار بگیرند. در همین حال، گزارش موسسه مالی «JPMorgan Chase» نیز نشان می‌دهد فناوری متاورس تا چند سال آینده در بخش‌های مختلف نفوذ خواهد کرد و انتظار می‌رود درآمد سالانه آن به بیش از یک تریلیون دلار برسد.

مزیت‌های متاورس

امکان همکاری همه‌جانبه با دیگران

دنیایی بی‌پایان

کاهش هزینه‌های فیزیکی

هوشمندی

حس حضور در کنار سایر کاربران

امکان سفر به همه‌جا

سرعت بالای انتقال اطلاعات

همزمانی و قابلیت یکپارچگی



محدودیت‌های اصلی دنیای متاورس

از بین رفتن تجارب حضوری

از بین رفتن لذت‌های فیزیکی



زیرساخت‌های دنیای متاورس

(اصطلاحات و فناوری‌ها)

پیش از آنکه درباره متاورس و کاربردهای آن بدانیم، بد نیست با چند اصطلاح مهم آشنا شویم که در دنیای متاورس بسیار از آن‌ها می‌شنویم.



ارز دیجیتال (Digital Currency) همانطور که از اسمش پیداست، نوعی از ارز است که تنها به صورت دیجیتالی یا الکترونیکی در دسترس مردم قرار دارد. ارزهای دیجیتال به پول دیجیتال، پول الکترونیکی، ارز الکترونیکی یا پول مجازی (Cybercash) هم معروف هستند و در بستر بلاکچین، نوعی پایگاه داده دیجیتالی غیرمتمرکز، تشکیل می‌شود. اما چند نکته درباره ارز دیجیتال:

❶ ارزهای دیجیتال تنها به صورت الکترونیکی وجود دارند؛ به همین دلیل تنها از طریق کامپیوتر یا تلفن همراه قابل دسترس هستند.

❷ ارزهای دیجیتال معمولاً نیازی به واسطه ندارند و اغلب ارزان‌ترین روش برای معامله هستند.

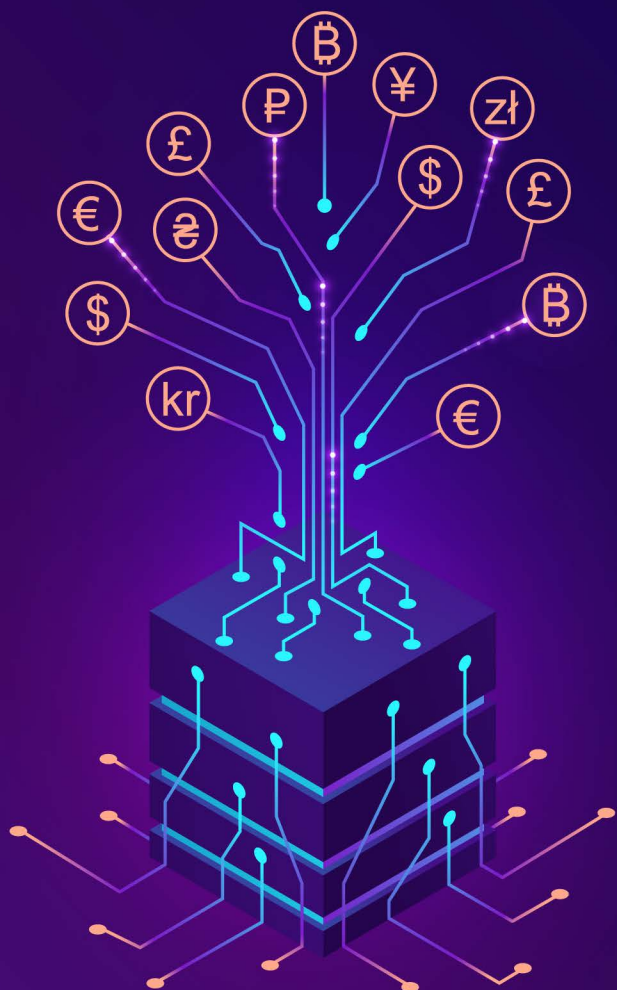
❸ ارزهای دیجیتال با رمز ارزها تفاوت‌هایی دارند و همه ارزهای دیجیتال جزو دسته‌بندی رمز ارزها قرار نمی‌گیرند. ارزهای دیجیتال با امکان انتقال یکپارچه، هزینه‌های تراکنش را کاهش می‌دهند.

❹ برخی از ارزهای دیجیتال مانند رمز ارزها (Crypto Currencies) غیرمتمرکز هستند و ویژگی بارز آن‌ها این است که توسط هیچ نهاد دولتی صادر نمی‌شوند.

❺ ارزهای دیجیتال اگرچه وجود فیزیکی ندارند؛ اما هر کدام از آن‌ها دارای ویژگی‌های منحصربه‌فردی هستند. از این ارزها می‌توان برای خرید کالا یا پرداخت هزینه خدمات استفاده کرد.

❻ ارزهای دیجیتال بدون مرز و محدودیت هستند و امکان تراکنش فوری را برای کاربران فراهم می‌کند. تنها کافی است به اینترنت وصل باشید تا بتوانید از هر کجا که هستید، تراکنش‌های مالی خود را انجام دهید.

❼ ارزهای دیجیتال، امروزه در سیستم مالی برخی از کشورهای توسعه‌یافته کاربرد بسیاری دارند. در این کشورها شما می‌توانید با مراجعه به دستگاه‌های خودپرداز، موجودی ارز دیجیتال خود را به صورت پول نقد (برای مثال دلار آمریکا) دریافت کنید. با این حال، ارز دیجیتال هرگز از شبکه کامپیوتری خارج نمی‌شود و منحصراً از طریق ابزارهای دیجیتال مبادله می‌شود.



برای مثال، عشایر دیجیتال یا Digital Nomads همیشه به دنبال راهی برای کنترل بیشتر حساب‌های مالی خود هستند؛ بدین ترتیب، پرداخت از طریق رمز ارزها به آن‌ها کمک می‌کند تا بدون نگرانی درباره تبدیل پول خود به پول رایج کشور مقصد و میزان ضرر ناشی از آن، به راحتی هزینه بلیت هواپیما، اتاق هتل و حتی غذای رستوران خود را پرداخت کنند. در همین راستا، تحقیقات پلتفرم سفر «Travala» در سال ۲۰۲۱ نیز نشان می‌دهد که حدود ۲۲ درصد از مسافران آمریکایی قصد دارند از رمزارزها برای پرداخت هزینه‌های سفر بعدی خود استفاده کنند. یکی دیگر از دلایل استفاده افراد از رمزارزها، سرعت تراکنش از طریق این پول‌های دیجیتالی و فناوری بلاکچین است. علاوه بر این، با ذخیره تمام تراکنش‌های رمزارزها توسط فناوری بلاکچین، امکان ردیابی آن‌ها در هر زمان برای فرد امکان‌پذیر است.

رمز ارزها، نوعی ارز دیجیتال هستند که از رمزنگاری برای ایمن‌سازی و تایید تراکنش‌های آن‌ها در شبکه دیجیتال استفاده می‌کنند. رمز ارزها روی شبکه غیرمتمرکز و مبتنی بر فناوری بلاکچین توزیع می‌شوند. رمز ارزها امکان پرداخت امن بدون استفاده از واسطه‌های شخص ثالث را برای مان فراهم می‌کند. بیت‌کوین، محبوب‌ترین و پرمعامله‌ترین رمز ارز است. اتریوم نیز یکی دیگر از رمز ارزهای رایج جهان است که اغلب برای قراردادهای هوشمند استفاده می‌شود. جالب است بدانید طبق گزارش وبسایت «CoinMarketCap» که مرجع ارائه قیمت رمز ارزها است، بیش از ۲۱ هزار رمز ارز در جهان وجود دارد. اما ارزهای دیجیتال مانند «بیت‌کوین» و «اتریوم» تنها برای سرمایه‌گذاری نیستند؛ این پول‌های دیجیتال، با کاهش موانع نقل و انتقال و حذف بازارهای واسطه، گزینه‌ای ایده‌آل برای پرداخت هزینه‌های سفر مسافران نیز محسوب می‌شوند.



اما بلاکچین چه اهمیتی برای کسب‌وکارها دارد؟

کسب‌وکارها بر اساس داده‌ها و اطلاعات به‌روز، استراتژی‌های بازاریابی خود را تنظیم می‌کنند. هر چه این اطلاعات سریع‌تر به مدیران برسد و دقیق‌تر باشد، کسب‌وکارها هم در پیشبرد اهدافشان موفق‌تر خواهند بود.

بلاکچین فناوری ایده‌آلی برای دسترسی فوری به این اطلاعات است. این دفتر کل غیرقابل تغییر، داده‌ها را به‌طور شفاف ذخیره می‌کند و پتانسیل آن را دارد تا دسترسی افراد به شبکه را محدود کند.

صاحبان مشاغل می‌توانند به‌کمک شبکه بلاکچین:

- سفارش‌ها، پرداخت‌ها، حساب‌ها و بسیاری موارد دیگر را ردیابی کنند؛
- جزئیات یک معامله را مشاهده کنند؛
- کارایی برنامه‌های خود را بسنجند؛
- فرصت‌های جدیدی را به دست بیاورند.

بلاکچین (Blockchain) یا زنجیره بلوکی، یک سیستم ثبت اطلاعات است که هرگونه تغییر ناخواسته، هک یا تقلب در سیستم را عملاً غیرممکن می‌کند. این فناوری، در اصل مانند یک پایگاه داده یا دفترکل توزیع شده است که بین گره‌های یک شبکه کامپیوتری به اشتراک گذاشته می‌شود.

هر بلوک این زنجیره، حاوی تعدادی تراکنش است و هر بار که یک تراکنش جدید اتفاق می‌افتد، سوابق و داده‌های این تراکنش به این بلوک‌ها اضافه و در این دفترکل ثبت می‌شود. در این فناوری، از یک رشته متنی به‌نام «هش» برای رمزنگاری هر یک از بلوک‌ها استفاده می‌شود.

داده‌ها در سیستم بلاکچین غیرمتمرکز است و می‌تواند در همه گره‌ها و کامپیوترها توزیع شود. در واقع تمرکززدایی در فناوری بلاکچین موجب شده تا هیچ نهادی کنترل کاملی بر پردازش اطلاعات نداشته باشد.

جالب است بدانید که بلاکچین برای اولین بار به‌عنوان یک پروژه تحقیقاتی در سال ۱۹۹۱ میلادی مطرح شد و پس از آن در سال ۲۰۰۹ میلادی، با کاربرد گسترده بیت‌کوین، یکی از رمزارزهای محبوب، بر سر زبان‌ها افتاد. در سال‌های بعد، استفاده از بلاکچین با ایجاد ارزهای دیجیتال متنوع، توکن‌های غیرقابل معاوضه (NFT) و قراردادهای هوشمند، گسترش یافت.

اما منظور از غیرقابل معاوضه (Non-Fungible) چیست؟

برای درک بهتر این موضوع، به مثال زیر توجه کنید: دو چک پول ۵۰ هزار تومانی را در نظر بگیرید؛ این دو دارای ارزش یکسان هستند و به راحتی می‌توانید آن‌ها را با هر ۵۰ هزار تومانی دیگری تعویض یا مبادله کنید. در بازارهای جهانی نیز رمزارزها یا توکن‌های قابل معاوضه مانند بیت‌کوین و اتریوم، دارای ارزش یکسان با نمونه مشابه خود هستند و امکان مبادله و معامله آن‌ها با یکدیگر وجود دارد.

اما یک NFT دارای یک کد شناسایی منحصر به فرد است؛ یعنی هیچ دو NFT وجود ندارد که شبیه یکدیگر باشد.

توکن‌های غیر قابل معاوضه (NFT) مانند کالاهای لوکس، سنگ‌های قیمتی یا آثار هنری، نمونه مشابه ندارند؛ به همین دلیل، امکان معاوضه و مبادله NFT‌ها با یکدیگر وجود ندارد. فرد خریدار پس از خرید یک توکن غیر قابل معاوضه، به عنوان مالک واقعی آن شناخته می‌شود و توکن تنها به نام او ثبت می‌شود.

توکن‌های غیر قابل معاوضه (Non-Fungible Token) که به اختصار به آن‌ها NFT می‌گویند، دارایی‌های رمزنگاری شده هستند که بر بستر بلاک‌چین ساخته می‌شوند. هر یک از این NFT‌ها دارای کد شناسایی منحصر به فرد هستند که آن‌ها را از یکدیگر متمایز می‌کند.

در این سیستم شما می‌توانید یک اثر هنری، ملک یا هر چیز ارزشمند دیگری را به دارایی دیجیتال، به نام NFT تبدیل کنید و به راحتی، در پلتفرم‌های عرضه NFT مانند «Opensea» به فروش برسانید؛ امری که استفاده از NFT در گردشگری را نیز ممکن می‌کند.

از آنجایی که NFT‌ها در بستر بلاک‌چین ساخته و توزیع می‌شوند، در گردشگری، هنر، ورزش و... به کسب و کارها کمک می‌کنند تا:

- واسطه‌های موجود را از بین ببرند؛
- ارتباط مستقیم با خریداران برقرار کنند؛
- معاملات را ساده‌تر کنند؛
- و بازارهای جدیدی را ایجاد کنند.



اصول ورود کسب‌وکارها به متاورس

کسب‌وکارها و شرکت‌هایی که قصد دارند متاورس را هدف قرار دهند، باید بهره‌گیری از این دنیای دیجیتالی گسترده و همه‌جانبه را بر اساس نیازهای خود متمرکز کنند.
۳ اصل کلیدی برای ورود شرکت‌ها به این دنیای جدید چیست؟



شناسایی و تعیین اهداف کسب‌وکار

یکی از نکات کلیدی برای ورود به دنیای متاورس آن است که این فناوری باید به هر روی، به نفع کارکنان، مشتریان و یا هر دو باشد. شرکت‌هایی که قصد دارند کسب‌وکار خود را وارد این دنیای جدید کنند، باید طیف وسیعی از فعالیت‌هایی را که می‌خواهند انجام دهند، شناسایی و اهداف خود را مشخص کنند.

استفاده از یک موتور به منظور تسریع عملکرد پلتفرم

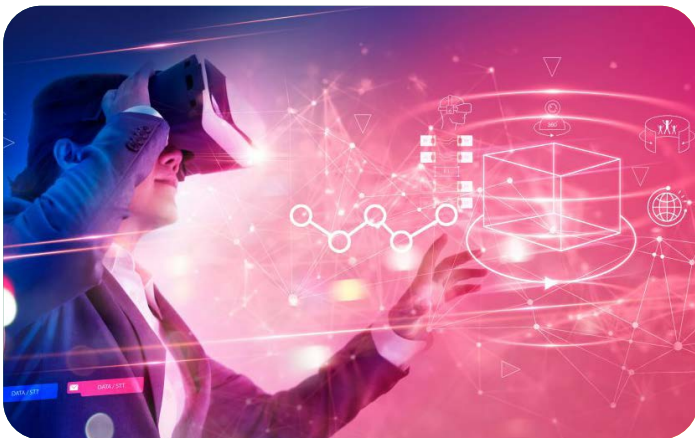
تجربه متخصصان خارجی، در ایجاد اپلیکیشن‌های همه‌جانبه نشان می‌دهد که موتورهای بازی مانند Unity و Unreal برای کوتاه‌شدن مدت‌زمان توسعه پلتفرم‌ها بسیار کاربردی است.

به همین دلیل، بسیاری از توسعه‌دهندگان در دنیا از این موتورها برای توسعه پلتفرم استفاده می‌کنند.



ایجاد تصاویر سه‌بعدی

مدل‌های سه‌بعدی، بخشی جدایی‌ناپذیر از برنامه‌های همه‌جانبه هستند. بنابراین، ایجاد پلتفرم‌های سه‌بعدی معمولاً نیاز به تولید محتوا در این فرمت و ایجاد راه‌های خلاقانه برای سه‌بعدی کردن اطلاعاتی دارند که قبلاً تنها در قالب متن وجود داشتند. این تصاویر سه‌بعدی، باعث درک بهتر کاربران از فضای متاورس خواهد شد.



- پژوهشگر، برنامه‌ریز و مشاور متاورس
- توسعه‌دهنده اکوسیستم
- مدیر ایمنی و امنیت سایبری
- سازنده سخت‌افزار
- توسعه‌دهندگان املاک مجازی
- مشاوران فعال در زمینه اجاره خودرو
- طراحان آواتار
- کارآگاهان وب
- تولیدکنندگان محتوا
- تورلیدر مجازی
- پردازشگر اطلاعات
- وکیل دیجیتال
- طراحی بازی
- انجام بازی برای دیگران
- دلال و برگزارکننده حراجی آثار هنری
- و بسیاری از مشاغل نوظهور



متاورس در صنعت گردشگری و هتلداری

واقعیت افزوده و واقعیت مجازی سال‌هاست که در دنیای دیجیتال و گردشگری وجود دارند؛ اما متاورس می‌تواند این تجربیات را به سطح جدیدتر و پیشرفته‌تری برساند. متاورس در گردشگری با ارائه خدمات جدیدی مانند «Try Before Buy» یعنی «امتحان کردن قبل از خریدن»، تاثیر بسیاری بر نحوه انتخاب مسافران و تجربیات آن‌ها دارد.

همچنین، به کمک متاورس در هتل‌ها می‌توان واقعیت ترکیبی (Mixed Reality)، ترکیبی از واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR)، را تجربه کرد. این تکنولوژی که یکی از ویژگی‌های اصلی کاربرد متاورس است، با ایجاد ارتباط میان دنیای فیزیکی و دیجیتالی، سطح تعاملات میان انسان، محیط و کامپیوتر را ارتقا می‌بخشد و احساس حضور واقعی در مکان را برای مان تداعی می‌کند.

با این‌همه، برخی از منتقدان و فعالان گردشگری نسبت به این تغییر بدبین هستند و معتقدند دنیای مجازی هرگز نمی‌تواند جایگزین تجربه‌های واقعی سفر شود. از طرف دیگر، بسیاری از مردم هم، فواید متاورس در گردشگری را تنها امکان سفر مجازی به مقاصد مختلف می‌دانند و از وابستگی بیش‌ازحد انسان‌ها به دنیای مجازی ابزار ناراحتی می‌کنند.

اما در واقع، هدف استفاده از متاورس در صنعت گردشگری چیزی دیگری است. کارشناسان صنعت گردشگری معتقدند متاورس یک ابزار مکمل برای فعالان صنعت گردشگری است و قرار نیست جایگزین تجربه‌های واقعی سفر شود. برای مثال، هتل‌های زنجیره‌ای، برندهای گردشگری، آژانس‌های مسافرتی و سایر مشاغل گردشگری می‌توانند از تکنولوژی متاورس برای نمایش مجازی محصولات و خدمات خود استفاده کنند. مسافران هم می‌توانند بدون هزینه اضافه، از خانه خود به شهرهای مختلف بروند و هتل‌ها و جاذبه‌ها را به کمک تصاویر سه‌بعدی واقعی و صداها مقایسه کنند.



انتخاب راحت‌تر مقصد و رزرو سفر

متاورس مانند یک ویتترین مغازه برای دیدن مقاصد گردشگری، پرواز، محل اقامت و جاذبه‌هاست و به مسافران اجازه می‌دهد پیش از خرید سفر، آن را در دنیای مجازی تجربه کنند. این تکنولوژی، به شما اجازه می‌دهد همانطور که در اتاق نشیمن هستید، در هر شهری که می‌خواهید پرسه بزنید، هتل‌ها و جاذبه‌های احتمالی مقاصد را به صورت سه‌بعدی ببینید و با هم مقایسه کنید.

پرداخت آسان

پرداخت‌های بدون تماس، یکی از روندهایی است که در دوران اوج همه‌گیری کرونا به کمک مسافران و فعالان صنعت گردشگری آمد. متاورس نیز با امکان پرداخت بدون تماس به کمک ارزهای دیجیتال یا رمزارزهایی مانند بیت‌کوین و همچنین توکن‌های غیرقابل معاوضه (NFT)، به مسافران و گردشگران اجازه می‌دهد بدون نیاز به تبدیل ارز، به راحتی خدمات موردنیاز خود را خریداری کنند. مسافران، از طریق متاورس می‌توانند هنگام پرداخت:

- سوال‌های خود را بپرسند؛
- خدمات مورد نظر خود را با یکدیگر ترکیب کنند؛
- پرداخت‌های خود را به روشی آسان‌تر انجام دهند؛
- و حتی درباره قیمت محصولات با ارائه‌دهندگان مذاکره کنند.



واقع، متاورس یکی از بهترین ابزارها برای صرفه‌جویی در زمان، انرژی و هزینه افراد پرمشغله است. البته، مسافران کاری نه فقط برای جلسات، بلکه برای انجام فعالیت‌های دیگر در سفرهای خود، مانند تهیه غذا یا دریافت راهنمایی از دیگران نیز از این تکنولوژی بهره می‌گیرند.

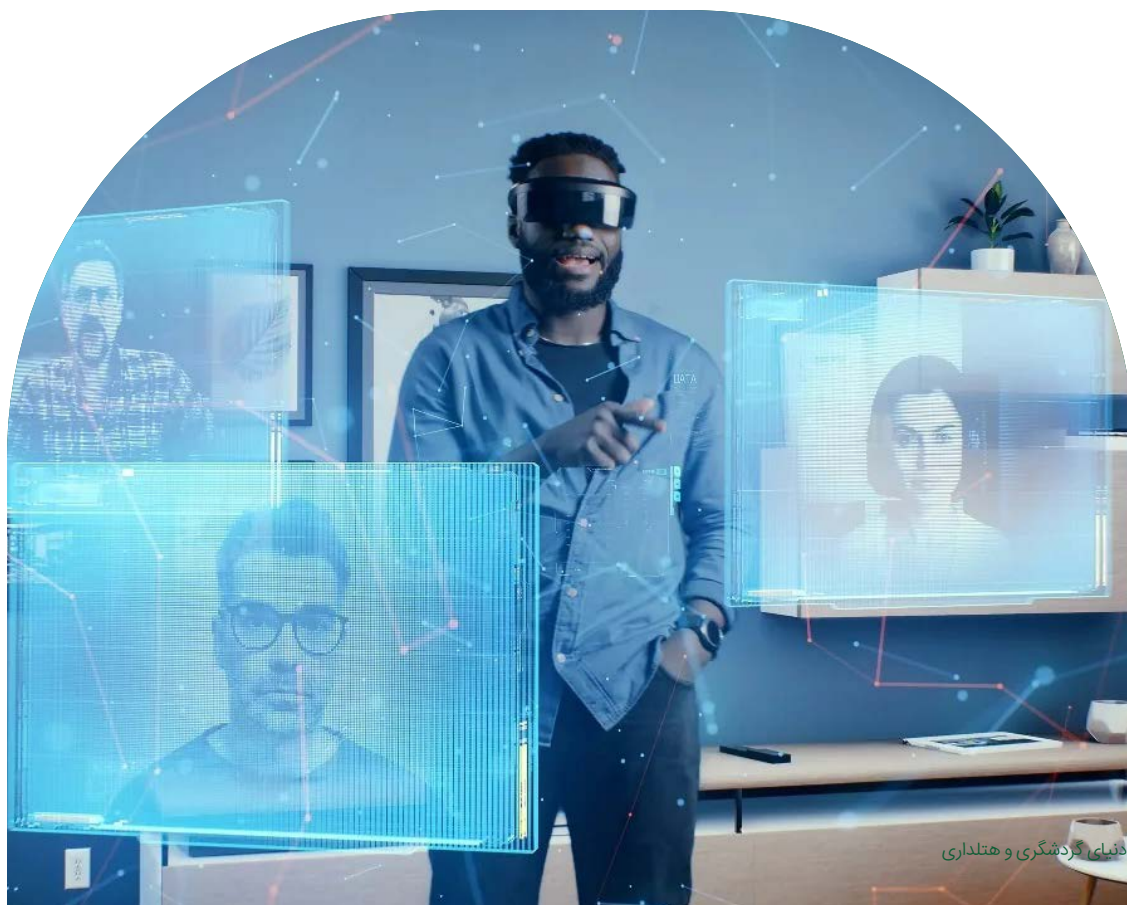
برگزاری مجازی رویدادها

متاورس یک تکنولوژی کاربردی برای صنعت رویدادها است. با شیوع ویروس کرونا، به‌طور چشم‌گیری شاهد افزایش رویدادهای مجازی یا رویدادهای ترکیبی مجازی و حضوری بودیم. فضای مجازی، این امکان را برای شرکت‌کنندگان فراهم می‌کند که از هر مکانی، بتوانند در رویدادهای مورد نظر خود شرکت کنند. بنابراین، متاورس می‌تواند دقیقاً همان چیزی باشد که برنامه‌ریزان رویدادها و گردشگری رویداد به دنبال آن هستند.

متاورس راهی برای برقراری ارتباط میان افرادی است که از یکدیگر دورند. در حال حاضر، گردشگران علاقه زیادی به تماس‌های تصویری و برقراری ارتباط چهره‌به‌چهره دارند. اگر متاورس بتواند این ارتباطها را عمیق‌تر و گسترده‌تر کند، به موفقیت بزرگی دست خواهد یافت. به‌عنوان مثال، با فناوری هولوگرام، می‌توانید در حالی که به یک سفر تفریحی در وین رفته‌اید، ناهار خود را با دوستان خود در آمستردام صرف کنید.

بهبود تجربه سفرهای کاری

به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین کاربردهای متاورس در گردشگری، به سفرهای کاری مربوط باشد. متاورس پتانسیل بالایی در سفرهای کاری یا هر نوع سفر طولانی‌مدت و طاقت‌فرسای دیگر دارد. به‌عنوان مثال، دنیای دیجیتال سه‌بعدی می‌تواند به شرکت در جلسات و بازدید مسافران کاری کمک بسیاری کند. در



کاربردهای متاورس در گردشگری و هتلداری

استفاده از فناوری متاورس در صنعت گردشگری و مهمان‌نوازی فرصت‌های جدیدی برای پیاده‌سازی استراتژی‌های فروش و بازاریابی، تکنیک‌های مدیریت درآمد، بهینه‌سازی عملیات‌های روزانه و ارتقای تجربه مهمانان فراهم می‌کند. ظرفیت بالای متاورس به یاری فعالان این حوزه می‌آید تا پیشنهادات خود را برای افزایش درآمد ارائه دهند و با گسترش دامنه مخاطبان خود و ارتباط با بازار هدف جدید، گردشگران را جذب کنند. حالا بیایید نگاهی داشته باشیم به برخی از متداول‌ترین کاربردهای تکنولوژی متاورس در صنعت گردشگری و هتلداری.



برگزاری تورهای مجازی: «اول امتحان کن، بعد بخر»

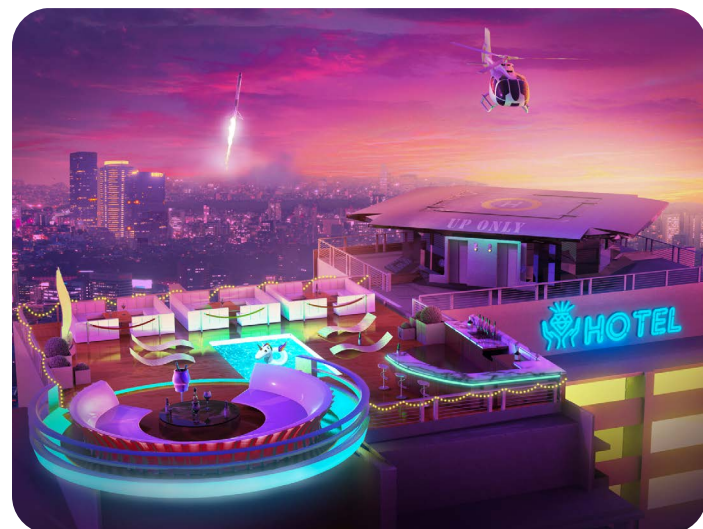
بسیاری از مسافران دوست دارند قبل از سفر به یک مقصد یا رزرو اتاق‌های هتل، آن را به‌طور واقعی ببینند. بازآفرینی واضح یک محیط واقعی و امکان «تجربه کردن قبل از خرید» (Try Before Buy) یکی از مهم‌ترین پتانسیل‌های متاورس است که به برندهای گردشگری و هتلداری اجازه می‌دهد تا اعتماد مشتریان خود را جذب کنند.

در همین راستا، برگزاری تورهای واقعی‌ت مجازی یکی از روش‌های نوین بازاریابی هتل است که به بهبود فرآیند رزرو مشتریان کمک می‌کند؛ اما فناوری متاورس یک قدم جلوتر می‌رود.

شبیه‌سازی هتل در محیط متاورس به مشتریان کمک می‌کند با آواتارها و هدست‌های مخصوص، تجربه واقعی اقامت و استفاده از امکانات هتل را در محیطی مجازی داشته باشند. آن‌ها می‌توانند:

- در اتاق‌های هتل قدم بزنند؛
- امکانات آن‌ها را با یکدیگر مقایسه کنند؛
- به باشگاه‌های بدنسازی و تجهیزات آن سر بزنند؛
- و یا سوالات خود را از کارمندان هتل در متاورس، بپرسند.

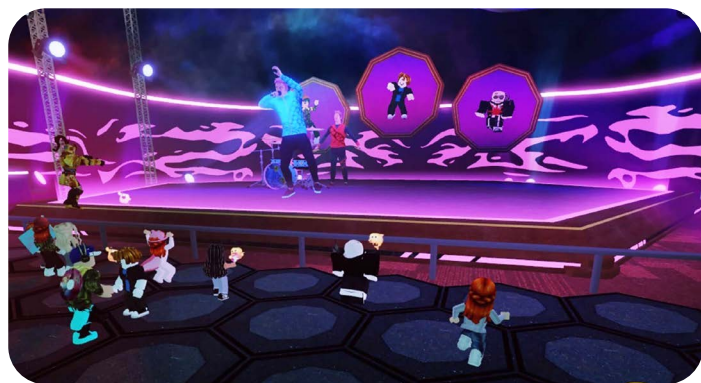
علاوه بر برگزاری تورهای مجازی، فعالان صنعت گردشگری و هتلداری می‌توانند به کمک فناوری متاورس، برنامه‌های سفر مجازی به نقاط مختلف



ارائه دهند. تحقیقات «Contiki»، شرکت ارائه‌دهنده تورهای مسافرتی اروپا، از هزار و ۲۰۰ مسافر در محدوده سنی ۱۸ تا ۳۵ سال، نشان می‌دهد ۸ نفر از هر ۱۰ نفر مسافر نسل Z (متولدین ۱۹۹۷ تا ۲۰۱۲) و نسل هزاره (متولدین ۱۹۸۰ تا ۲۰۰۰) مایلند یک تجربه منحصربه‌فرد در سفرهایشان به دست آورند. برنامه‌های سفر مجازی یکی از همان تجربه‌های منحصربه‌فرد است که با نمایش مجازی جاذبه‌های محلی مقاصد، آثار و بناهای تاریخی، تجربه‌های جدیدی برای مهمانان رقم می‌زند.

تفریحات لذت‌بخش‌تر

متاورس کمک می‌کند تا تفریحات بسیار لذت‌بخش‌تر و متناسب با اطلاعات به‌روز، به مسافران ارائه شود. به کمک متاورس، مسافران به دنیای مجازی و تعاملی، منتقل و با احساسات واقعی خود روبه‌رو می‌شوند.



جذب سرمایه‌گذاران رمز ارز

استفاده از متاورس در گردشگری به فعالان این صنعت کمک می‌کند تا سرمایه‌گذاران رمز ارزها را به خود جذب کنند. برندهای گردشگری لوکس با استفاده از فناوری بلاک‌چین می‌توانند تراکنش‌های رمزنگاری را تسهیل کنند، برنامه‌های وفاداری قوی‌تری را توسعه دهند و دارایی‌های فیزیکی را در قالب NFT عرضه کنند.

استفاده از متاورس در گردشگری به فعالان این صنعت کمک می‌کند تا سرمایه‌گذاران رمز ارزها را به خود جذب کنند. برندهای گردشگری لوکس با استفاده از فناوری بلاک‌چین می‌توانند تراکنش‌های رمزنگاری را تسهیل کنند، برنامه‌های وفاداری قوی‌تری را توسعه دهند و دارایی‌های فیزیکی را در قالب NFT عرضه کنند.

سالن‌های فرودگاه در متاورس

یکی از بزرگ‌ترین مزایای برنامه‌های وفاداری برای مسافرانی که به‌طور مکرر پرواز می‌کنند، دسترسی به سالن‌ها و لانژهای مخصوص فرودگاه است. ایجاد سالن‌های دیجیتالی در فضای متاورس، ویژگی‌های جدیدی را به برنامه‌های وفاداری اضافه می‌کند و به مسافران اجازه می‌دهد با ورود به این سالن‌ها و انجام کارهای خاص، امتیازاتی را تحت‌عنوان «Experience Points» در متاورس جمع‌آوری کنند. همچنین یکی از مزایای ساخت فضاهای دیجیتال، ارائه تجربیات سفارشی به کاربران است؛ چراکه ایرلاین‌ها با جمع‌آوری اطلاعات مشتریان، می‌توانند نیازها و علایق آن‌ها را شناسایی کنند و تجربیات سفارشی‌تری به آن‌ها ارائه دهند.



بلیت‌های NFT هواپیما

خرید بلیت هواپیما از طریق توکن‌های غیرقابل معاوضه یا NFT، یکی از فرصت‌هایی است که شرکت‌های هواپیمایی می‌توانند از آن استفاده و سرمایه‌بسیاری را به خود جذب کنند. امروزه بسیاری از مسافران مایل هستند پروازهای خود را ثبت و جزئیات آن‌ها را در برنامه‌هایی مانند «My Flight Log» ردیابی کنند.

«My Flight Log» برنامه‌ای است که برای مسافران طراحی شده و به آن‌ها اجازه می‌دهد تا اطلاعات نوع هواپیما، ویژگی‌های منحصربه‌فرد آن و جزئیات فرودگاه ورود و خروج خود را در آن ثبت و یک گزارش کامل از پروازهای خود ایجاد کنند.

تبدیل اطلاعات پرواز مسافران به NFT، همانند یک بلیت NFT عمل می‌کند و شامل اطلاعات مهمی همچون اطلاعات هواپیما، زمان ورود و خروج، شماره صندلی، مبدا و مقصد و... می‌شود. این NFTها همانند یک دارایی دیجیتال در حساب کاربری مسافران در برنامه وفاداری ذخیره می‌شوند و منحصرًا به نام آن مسافر است.

در ادامه، شرکت‌های هواپیمایی با افزایش مسافت و ارتقای موقعیت مسافران، می‌توانند NFTهای خاصی را با مزایای ویژه دیجیتالی و فیزیکی به کاربران ارائه دهند و انگیزه آن‌ها را برای پرواز با شرکت هواپیمایی ارتقا بخشند.

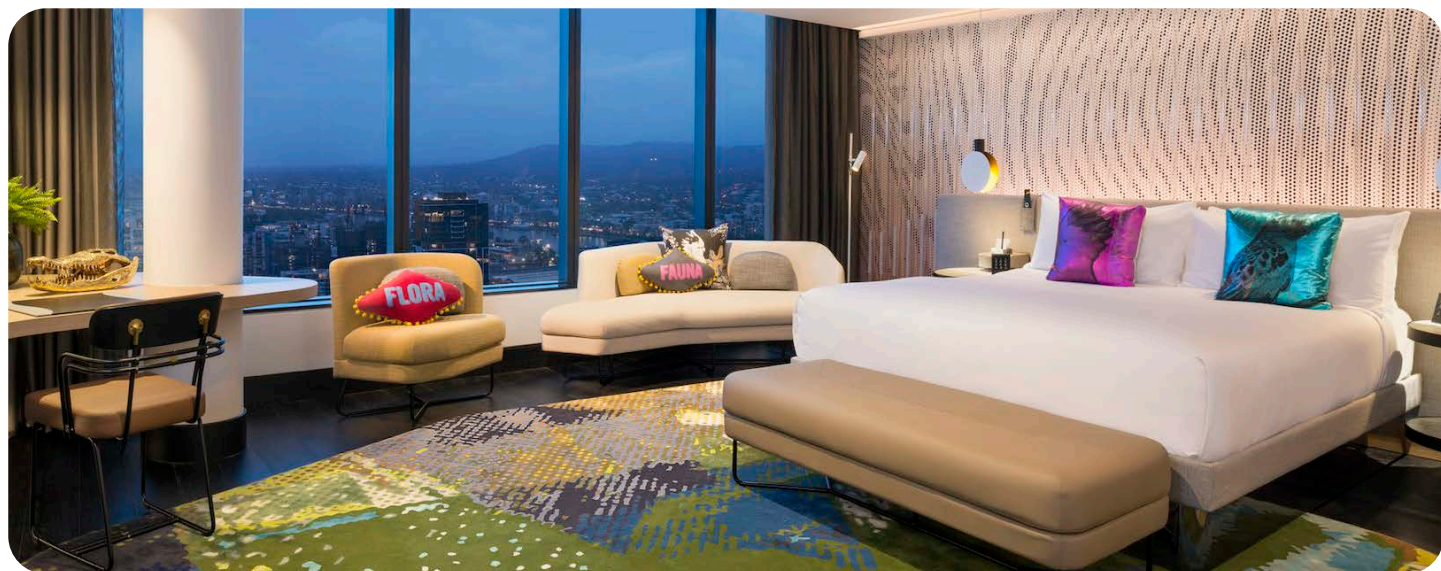
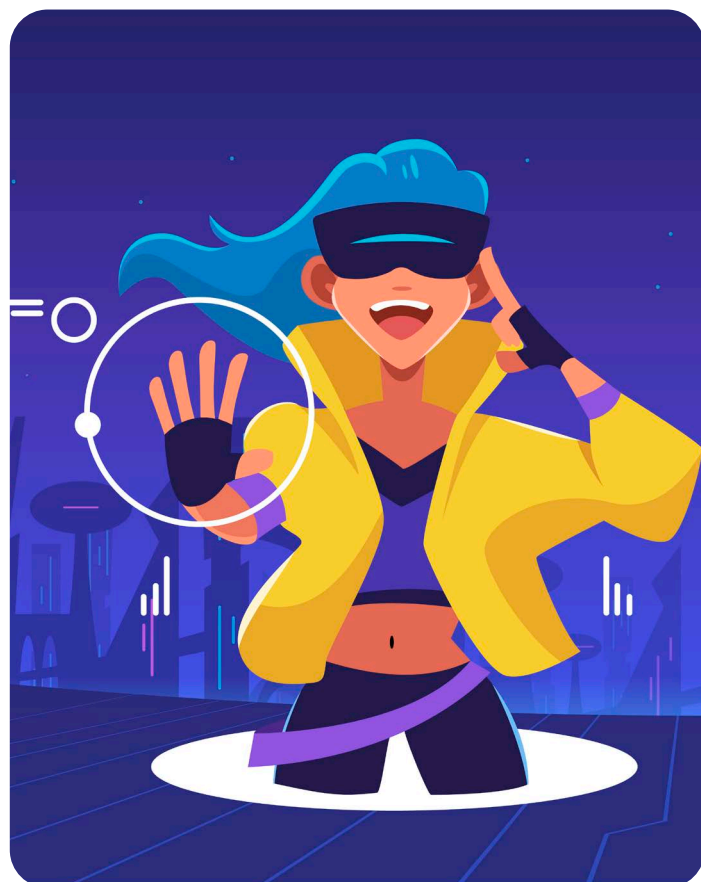
علاوه بر این، شرکت‌های هواپیمایی می‌توانند با بسیاری از برندهای تجاری مانند گروه‌های هنری همکاری کنند و بلیت‌های NFT ویژه‌ای را برای مقاصد یا رویدادهای خاص به فروش برسانند.

متاورس در گردشگری به شرکت‌ها کمک می‌کند تا بازارهای اینترنتی خود را ایجاد کنند یا به بازارهای اینترنتی گسترده‌تری وارد شوند. بازارهای اینترنتی شخصی، به فعالان این صنعت کمک خواهد کرد تا خدمات B2B و B2C خود را به مشتریان بالقوه ارائه و با ورود به بازارهای گسترده‌تر، خرید و فروش محصولات یا خدمات خود را توسعه دهند؛ حتی آن‌ها می‌توانند محصولات و خدمات خود را به صورت NFT به‌عنوان پاداش برنامه‌های وفاداری به مشتریان وفادار اهدا کنند.

برای مثال، نمایش اتاق‌های ارتقا یافته در یک مرکز اقامتی، پیشنهاد محصولات و خدمات جدید در یک مقصد گردشگری، ارائه پکیج‌های تجربه منحصر به فرد و اختیاری و همچنین، ارائه گذرنامه‌های مجازی ویژه برای شرکت در رویدادهای VIP و دسترسی به فعالیت‌های پشت‌صحنه، از نمونه کاربردهای متاورس در این صنعت است که می‌تواند به درآمدزایی بیانجامد.

علاوه بر این، توسعه محصولات جدید در محیط‌های باز و انعطاف‌پذیر مانند متاورس، امکان توسعه محصولات و بررسی رفتار مشتریان با محصولات را برای فعالان گردشگری و هتلداری فراهم می‌کند.

بازاریابی از طریق متاورس در گردشگری باب میل همه مسافران نیست و انتظار می‌رود مسافران نسل «Z» (متولدین دهه ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰)، مشتریان اصلی این نوع بازاریابی در گردشگری باشند؛ همانطور که در مثال بالا نیز اشاره شد.



متاورس ابزاری عالی برای افزایش ارتباطات میان تیم‌های بازاریابی، کارکنان حضوری و دورکار به شمار می‌آید. ویژگی‌های تعاملی متاورس به مدیران و کارکنان در صنعت سفر اجازه می‌دهد تا در بالاترین سطح مجازی با یکدیگر تعامل کنند. این تکنولوژی، به افزایش کارایی کارکنان و متعادل‌سازی هزینه‌های نیروی کار در صنعت هتلداری و گردشگری کمک خواهد کرد.

برگزاری جلسات و رویدادهای مجازی

بسیاری از افراد برای جشن گرفتن مناسبت‌های خاص مانند تولد یا ماه‌عسل به مقاصد و هتل‌های جدید سفر می‌کنند؛ اما فاصله مکانی با دوستان و خانواده باعث می‌شود نتوانند تجربیات خود را با آن‌ها به اشتراک بگذارند. متاورس این فاصله مکانی را از بین می‌برد و مهمانان، بدون نیاز به حضور فیزیکی در مجالس می‌توانند به کمک آواتارها در جشن‌ها شرکت کنند. علاوه بر این، رویدادها بخش بزرگی از تجارت صنعت گردشگری و هتلداری را تشکیل می‌دهد؛ در نتیجه، برندها با انتقال آن‌ها به محیط جدید و هیجان‌انگیز متاورس، می‌توانند سطح تعاملات میان افراد شرکت‌کننده در رویدادها را ارتقا بخشند.



ارتقای مدیریت ارتباط با مشتری CRM

کسب‌وکارها به کمک فضای سه بعدی متاورس می‌توانند قبل، حین و بعد از خرید، ارتباط مستقیم با مشتریان برقرار کنند. در واقع، ورود متاورس به خدمات ارتباط با مشتری، فرصت‌های زیادی را برای بهینه‌سازی تجربه مشتریان در اختیار برندها قرار می‌دهد. هرچه کسب‌وکارهای گردشگری از جمله هتل‌ها، مدیریت ارتباط با مشتری (CRM) قوی‌تری داشته باشند، بازاریابی موفق‌تری خواهند داشت و با برقراری ارتباط عمیق‌تر با مهمانان و مشتریان هدف به سودآوری بیشتری خواهند رسید.

اما CRM در متاورس چه کاربردی برای هتل‌ها دارد؟ قبل از توسعه فناوری متاورس، هتل‌ها با بررسی معیارهای فیزیکی مانند اجاره اتاق‌ها، رزرو در رستوران‌ها یا خرید محصولات، اطلاعات ارزشمندی در مورد نحوه رفتار مشتریان قبل، حین و بعد از سفر به دست می‌آورند.

اکنون فرض کنید همه این اتفاق‌ها در یک محیط مجازی رخ دهد؛ علاوه بر کالاهای فیزیکی، رفتار مشتریان در مقابل کالاهای دیجیتالی نیز مورد بررسی قرار می‌گیرد. این کار، به هتل‌ها کمک می‌کند تا با شناخت همه‌جانبه مهمانان، رابطه عمیق‌تری با آن‌ها برقرار کنند و کنترل بهتری در CRM خود داشته باشند.

برندهای گردشگری و هتلداری می‌توانند با توکن‌سازی محصولات و املاک خود و تبدیل آن‌ها به NFT، یک دارایی دیجیتالی به مهمانان و مشتریان بالقوه خود ارائه کنند. این دارایی‌های دیجیتال از طریق رمزارزها قابل خریداری بوده و باعث ارتقا تجربه دیجیتالی مهمانان می‌شود.



NFTهای برند ماریوت

شرکت هتلداری ماریوت نیز یکی از اولین برندهای هتلداری است که NFTهای مخصوص خود را تحت عنوان کمپینی به نام «Power of Travel» در سال ۲۰۲۱ راه‌اندازی کرد. NFTهای ماریوت آثار هنری دیجیتالی هستند که توسط هنرمندان دیجیتال مانند «JVY» و «Erick Nicolay» ساخته شده است و نشان‌دهنده تجربیات منحصر به فرد این هنرمندان از سفر و تاثیری است که سفر بر روح انسان می‌گذارد. هدف ماریوت از راه‌اندازی این کمپین، ایجاد رابطه معنادار و باارزش با مهمانان و درگیر کردن آن‌ها با این برند هتلداری است. ماریوت با توکن‌سازی این هنرهای دیجیتالی به مشتریان بالقوه خود اجازه می‌دهد تا به کمک ارزهای دیجیتال در گردشگری، NFTهای مورد علاقه خود را خریداری کنند.

NFTهای آژانس مسافرتی Travala

«Travala» آژانس مسافرتی آنلاین مبتنی بر بلاک‌چین، یک برنامه پاداش سفر مبتنی بر توکن غیرقابل معاوضه (NFT) ایجاد کرده است. Travala که در سال ۲۰۱۷ میلادی تأسیس شده است، بیش از ۳ میلیون محصول مسافرتی اعم از اقامت، پرواز و فعالیت‌های تفریحی را در سراسر جهان ارائه می‌دهد. این آژانس مسافرتی آنلاین مبتنی بر فناوری بلاک‌چین با حمایت «Biance»، علاوه بر روش‌های پرداخت سنتی، بیش از ۵۰ ارز دیجیتال را می‌پذیرد و اکنون حدود ۷۰ درصد رزروهای آن با ارزهای دیجیتال است.

این شرکت، از مجموعه «Travel Tigers» رونمایی کرده که شامل هزار NFT است که به‌طور تصادفی در بستر اتریوم تولید شده‌اند. کاربران می‌توانند با ثبت‌نام برای خرید این NFTها، به برنامه عضویت «Smart Diamond» در Travala.com دسترسی پیدا کنند. این برنامه وفاداری، به اعضا امکان دسترسی به طیف وسیعی از پیشنهادات و جوایز با نام «پاداش‌های سفیر» را می‌دهد. در این برنامه هر ۳ ماه یک‌بار، مجموعه‌ای از اعتبارات سفر به ارزش ۱۰ درصد از درآمد خالص Travala در دسترس اعضا قرار می‌گیرد.

جوایز تصادفی، از اقامت در هتل‌های لوکس گرفته تا بلیت هواپیما و ریزورت‌های خصوصی، از دیگر امتیازات این برنامه است. علاوه بر پاداش و تخفیف‌های سفر، اعضای «Smart Diamond» به مزایا و تخفیف‌های دیگری دسترسی خواهند داشت. بر اساس گفته‌های مدیران Travala، توکن‌های «Travel Tigers» تنها ۱۰۰۰ عدد هستند و دارندگان را به بخشی از یک باشگاه وفاداری بسیار انحصاری تبدیل خواهند کرد.

توسعه متاورس در صنعت هتلداری باعث شده برخی از شرکت‌های آینده‌نگر به ساخت هتل و ملک در محیط متاورس روی آورند. در عین حال، برخی شرکت‌ها پروژه‌هایی با هدف دیجیتالی‌کردن املاک، توکن‌سازی و ارائه راه‌حل‌های متاورس و NFT راه‌اندازی کرده‌اند.

ورود استراحتگاه‌های لوکس به عرصه متاورس

شرکت «LynKey»، توسعه‌دهنده فناوری در حوزه املاک و گردشگری هوشمند، پروژه‌ای را با هدف دیجیتالی‌کردن املاک و توکن‌سازی از آن‌ها، به ارزش ۸ میلیارد دلار، راه‌اندازی کرده است. این پلتفرم استراحتگاه‌ها و املاک لوکس هوشمند مبتنی بر بلاک‌چین و توکن‌های غیرقابل معاوضه (NFT)، قصد دارد با ایجاد یک بازار و اکوسیستم مبتنی بر بلاک‌چین، اقامتگاه‌های گردشگری لوکس، هتل‌ها و املاک لوکس را ابتدا در ویتنام و سپس در چندین مقصد دیگر مانند سنگاپور و استرالیا، به صورت NFT و دیجیتالی عرضه کند. LynKey هدف خود را توکن‌سازی همه جنبه‌های توسعه املاک، خرید و اجاره زمین‌های مرتبط با گردشگری و ارائه آن‌ها در یک اکوسیستم بین‌المللی مبتنی بر بلاک‌چین عنوان کرده است.

LynKey در نظر دارد به کمک فناوری NFT و راه‌حل‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده متاورس، بهترین تجارب «فناوری در حوزه املاک*» و گردشگری هوشمند را، از استراحتگاه‌ها گرفته تا سفرهای دریایی، به همه مردم جهان ارائه کند.

کارشناسان معتقدند چنین پروژه‌ای، به عنوان تجربه‌ای همه‌جانبه و دیجیتالی می‌تواند صنعت مهمان‌نوازی و املاک را متحول کند.

*منظور از فناوری حوزه املاک یا «PropTech»، استفاده از تکنولوژی و نرم‌افزار برای رفع نیازهای امروزی املاک و مستغلات است.

هتل دیجیتالی M Social در متاورس

هتل دیجیتالی «M Social»، با نام «M Social Decenterland»، در ۵ می ۲۰۲۲ میلادی در محیط متاورس ایجاد شده و مکانی برای کشف تجربیات جدید است. M Social به عنوان یک هتل در متاورس، با ارائه یک مدل مهمان‌نوازی مدرن، مهمانان خود را با تجربیات همه‌جانبه درگیر می‌کند. مهمانان در این هتل دیجیتالی، وارد یک سفر اکتشافی می‌شوند و با راهنمایی آواتارهای هتل سعی می‌کنند خود را به بالای هتل برسانند. کسانی که موفق شوند این مسیر را طی کنند، هدایایی را در دنیای واقعی دریافت خواهند کرد.

هدف این برند هتلداری، ایجاد مکانی برای گردهمایی مهمانان ماجراجو و کشف دنیای واقعیت مجازی در پلتفرم سه‌بعدی و مجازی «Decentraland» است. رئیس اجرایی این برند هتلداری معتقد است که این برند می‌خواهد با گذر از مدل سنتی مهمان‌نوازی، مهمانان خود را با تجربیات جدید و همه‌جانبه درگیر کند.



چالش‌های ورود به دنیای متاورس در گردشگری

طبق پیش‌بینی‌های کارشناسان بازاریابی، NFTها و متاورس به روندهای اصلی در صنایع مختلف از جمله گردشگری تبدیل خواهند شد و مصرف‌کنندگان نسل «Z» (متولدین اواخر دهه ۱۹۹۰ تا ۲۰۱۰) و نسل «آلفا» (متولدین سال ۲۰۱۰ به بعد) از مشتریان بالقوه فناوری‌های دیجیتالی جدید خواهند بود؛ اما آیا شرکت‌های مسافرتی، آژانس‌ها و هتل‌ها آماده این تغییر و جهش بزرگ هستند؟

متاورس هنوز مفهومی جدید و پرچالش برای فعالان صنعت گردشگری به شمار می‌آید و ورود به این دنیای ناشناخته، نیازمند زیرساخت‌ها و آمادگی‌های لازم است.

کسب‌وکارها برای ورود به متاورس، باید قبل از هرچیز از خود بپرسند که انتقال املاک و تجربیات شرکت به فضای متاورس تا چه حد برای آن‌ها و مشتریان‌شان مفید خواهد بود؟ پس از بررسی ظرفیت‌های شرکت و نوع علاقه و نیازهای مشتریان، می‌توان برای ورود به دنیای متاورس سرمایه‌گذاری کرد.

حالا بیایید ۴ مورد از مهم‌ترین چالش‌های کسب‌وکارها، به‌ویژه کسب‌وکارهای گردشگری و هتلداری، را برای ورود به متاورس بررسی می‌کنیم.



در حال حاضر اکثر هدست‌های واقعیت مجازی بسیار گران هستند و به‌سختی می‌توان از آن‌ها بیش از چند ساعت استفاده کرد. با این‌همه، از آنجا که فناوری واقعیت افزوده (AR) در بیشتر تلفن‌های هوشمند قابل‌دسترس است، اخیراً بسیاری از عینک‌های هوشمند این فناوری به‌طور چشم‌گیری توسعه یافته‌اند و حتماً در آینده نیز پیشرفت‌های بسیاری خواهند کرد.

مثل بسیاری از تکنولوژی‌های جدید، امکان دسترسی به امکانات متاورس برای همه شرکت‌ها وجود ندارد و هزینه زیادی برای آن‌ها خواهند داشت. شرکت‌های کوچک، اغلب با کمبود بودجه مواجه‌اند و برای پیشرفت در این حوزه، از کسب‌وکارهای بزرگ‌تر عقب می‌مانند. بنابراین، یکی از چالش‌های مهم کسب‌وکارها، میزان دسترسی آن‌ها به این فناوری جدید است.

عدم محدودیت

اگرچه عدم محدودیت در متاورس، یکی از مزیت‌های اصلی این فناوری به‌شمار می‌آید، اما نبود هیچ‌گونه حد و مرز در دنیای متاورس، انتظارات و توقعات مصرف‌کنندگان را برای کسب تجربه‌های جدید افزایش داده است. به این ترتیب، به نظر می‌رسد که توسعه‌دهندگان نیز باید محصولات و تجربیات جدیدتری را متناسب با نیاز مشتریان طراحی کنند.

عدم یکپارچگی

در حال حاضر در دنیای متاورس، سیستم یکپارچه‌ای وجود ندارد که کار، بازی و... را با یکدیگر ادغام کند؛ بنابراین شرکت‌ها، یا باید پلتفرم‌های مخصوص خود را ایجاد کنند و یا در انتظار یک سیستم متاورس یکپارچه جهانی بمانند. علاوه بر آن، انطباق محتوا و نرم‌افزارها با فرمت برنامه‌های واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR) و ترکیب چندین برنامه نیز بسیار دشوار است.



نمونه‌های به‌کارگیری متاورس در دنیای سفر

• هواپیمایی امارات

هواپیمایی امارات، اعلام کرده بود که قصد دارد در سال ۲۰۲۲ میلادی، NFT کلکسیونی و کاربردی و تجربیات منحصر به فرد در فضای متاورس به مشتریان و کارکنان ارائه کند. این هواپیمایی حدود ۵ سال پیش، با ارائه فناوری واقعیت مجازی (VR) در وبسایت و برنامه خود، به مسافران اجازه داد تا یک نمای سه‌بعدی و همه‌جانبه از فضای داخل کابین و تجربیات آن را تجربه کنند. ورود به دنیای متاورس، گام بعدی این شرکت برای ارائه تجربه‌های تک (High-tech) است.

• شرکت صنایع هوایی بوئینگ

شرکت صنایع هوایی بوئینگ با طراحی هواپیما، به دنیای متاورس قدم گذاشته است. هدف این شرکت، استفاده از ویژگی‌های متاورس برای ایجاد تحول در فرآیندهای طراحی و تولید است. بوئینگ در برنامه‌های آینده خود قصد دارد تجهیزات جدیدی مانند هدست‌های ۳ هزار و ۵۰۰ دلاری میکروسافت، روبات‌ها و اکوسیستم دیجیتالی یکپارچه اطلاعاتی ایجاد کند.

• MYtaverse

«MYtaverse» یک پلتفرم مبتنی بر فضای ابری است که در زمینه ارائه فضاهای کاری چندنفره سه‌بعدی و واقعی فعالیت می‌کند. این شرکت، با معرفی یک پلتفرم سه‌بعدی، به فعالان حوزه کسب‌وکار اجازه می‌دهد با ایجاد آواتارهای شخصی دیجیتال، در جلسات، رویدادها، نمایشگاه‌ها و جلسات آموزشی حضور داشته باشند.

این شرکت قصد دارد با کمک فناوری متاورس، سفرهای کاری خاصی را برای افرادی که دائماً در سفر هستند، ایجاد کند. هدف این پلتفرم، کاهش استرس سفرهای هوایی و غربالگری امنیتی فرودگاه و سایر مشکلات سفر است.



• شرکت والت دیزنی

شرکت والت دیزنی (Walt Disney) اوایل سال ۲۰۲۲ میلادی از دریافت گواهی ثبت اختراع «شبه‌ساز دنیای مجازی» از اداره ثبت اختراع ایالات متحده خبر داد. این فناوری شامل یک دستگاه پروژکتور و همچنین یک سیستم ردیابی است که دیزنی را قادر می‌سازد جلوه‌های مجازی را در مکان واقعی، به کاربر یا بازدیدکننده نمایش دهد و فرد بتواند در این دنیای مجازی حرکت کند.

فناوری جدید والت دیزنی با استفاده از واقعیت افزوده، تعامل مخاطب با دنیای مجازی را افزایش می‌دهد تا تجربه‌ای فراگیرتر و جذاب‌تر داشته باشند. همچنین این فناوری، برخی از محدودیت‌های واقعیت افزوده مانند هزینه دستگاه‌ها، خطرات بهداشتی استفاده مشترک از دستگاه‌ها و ... را ندارد.

به گفته مسئولان شرکت دیزنی، با استفاده از این فناوری می‌توان دنیای فیزیکی و دیجیتال را به هم نزدیک‌تر و متصل کرد و امکان داستان‌سرایی بدون مرز را در متاورس دیزنی فراهم آورد.

در واقع، ویژگی‌های داستان‌سرایی به همراه فانتزی‌های بصری والت دیزنی، از مهم‌ترین ویژگی‌هایی است که به این شرکت صنعت سرگرمی اجازه می‌دهد تا با ترکیب دنیای واقعی و مجازی، تجربه‌ای تعاملی به افراد ارائه کند.



• CitizenM

شرکت هتلداری «CitizenM»، از اولین شرکت‌هایی است که با خرید سایت «LAND» در Sandbox، شروع به ساخت یک هتل در متاورس کرده است. این شرکت، بر ایجاد و ارتقای وفاداری مشتریان در دنیای دیجیتال تمرکز دارد. هزینه ساخت این ملک مجازی از فروش ۲ هزار مجموعه انحصاری NFT تامین می‌شود. خریداران این توکن‌ها می‌توانند از مزایای مختلفی مانند تخفیف‌ها یا نوشیدنی‌های رایگان در املاک واقعی CitizenM برخوردار شوند. این شرکت هتلداری قصد دارد از هتل مجازی خود در متاورس نیز کسب درآمد کند، اما چگونه؟

CitizenM می‌خواهد با هنرمندان دیجیتالی نوظهور همکاری کند و آثار هنری آن‌ها را به صورت NFT بر دیوارهای این هتل دیجیتالی به نمایش بگذارد؛ در نهایت، از سود حاصل این کار برای ساخت یک هتل فیزیکی در دنیای واقعی استفاده خواهد کرد. خریداران NFT می‌توانند در مورد مکان آینده هتل واقعی که قرار است ساخته شود، نظر بدهند. شرکت Citizen M در این پروژه، پای استراتژی‌های بازاریابی را به فضای متاورس باز کرده است.





• موزه آینده دبی

موزه آینده دبی که اوایل سال ۲۰۲۲ میلادی افتتاح شد، چندی پیش از همکاری خود با «بازار NFT بایننس» (Binance NFT)، خبر داد. بازار NFT بایننس یکی از پلتفرم‌های پیشرو جهانی در زمینه زیرساخت‌های بلاک‌چین و ارزهای دیجیتال پیشرو در جهان است که کاربران در آن می‌توانند NFT ایجاد و خرید و فروش کنند.

با آغاز این همکاری، مسئولین موزه آینده دبی در نظر دارند طیف وسیعی از محصولات دیجیتال را در بستر بلاک‌چین راه‌اندازی کنند. در اولین قدم از اجرای این طرح نیز، موزه آینده دبی اولین مجموعه NFT خود با نام «زیباترین NFTها در متاورس» را ارائه خواهد کرد. در همین راستا انتشار اولین NFT موزه آینده دبی با مضمون «زیباترین ساختمان روی زمین»، قرار است به زودی اعلام شود و هدف آن، تعیین استانداردهای جدید برای NFT در سراسر جهان است. به این ترتیب، موزه آینده دبی موقعیت خود در توسعه دارایی‌هایش در زمینه‌های NFT، ارزهای دیجیتال و بلاک‌چین، واقعیت ترکیبی، متاورس و سایر فناوری‌های نوین در آینده را تثبیت می‌کند.

• کعبه

عربستان چندی پیش، کعبه، یکی از مقدس‌ترین اماکن اسلامی را وارد فضای «متاورس» کرده است. با استفاده از این تکنولوژی علاقه‌مندان می‌توانند

به صورت مجازی «حجرالاسود»، سنگ سیاه نصب‌شده بر دیوار کعبه را از خانه خود مشاهده کنند. «طرح حجرالاسود مجازی» به مسلمانان این امکان را می‌دهد که این مکان مقدس را قبل از سفر به مکه به‌طور مجازی مشاهده کنند. ریاست کمیته امور مسجدالحرام و مسجد نبوی، پیشتر گفته بود که مساجد مکه و مدینه دارای میراث تاریخی و اسلامی زیادی هستند و باید دیجیتالی شوند تا در دسترس همگان قرار گیرد. بدین ترتیب، به نظر می‌رسد در آینده‌ای نه‌چندان دور، شاهد ورود اماکن مذهبی بیشتری به دنیای متاورس باشیم.



• حفاظت از حیوانات در متاورس

یک استودیوی مجازی، امکان زندگی با یک حیوان عجیب و غریب را در دنیای متاورس فراهم کرده است. در پروژه‌های در استودیوی مجازی «Verified Labs»، حیوان عجیب و غریبی با عنوان «تیگون» که حاصل آمیزش ببر نر و شیر ماده است، در دنیای متاورس ایجاد و ترسیم شده است.

در ابتدا، ۷۷۷ مورد از این مجموعه هنری دیجیتالی در ۴ فوریه ۲۰۲۲ میلادی و ۷ هزار مورد بعدی در ۱۱ فوریه ۲۰۲۲ میلادی منتشر شده است. افراد می‌توانند این طراحی‌ها را با پول نقد یا شبکه تئا، ارز رمزنگاری TFUEL در «Theta Drop» خریداری کنند.

افرادی که می‌خواهند برای تعامل با این موجودات افسانه‌ای به دنیای متاورس سفر کنند، می‌توانند تیگون‌های خود را داشته باشند؛ یعنی افراد می‌توانند در دنیای متاورس یک تیگون را همانند یک حیوان خانگی به سرپرستی بگیرند و او را به خانه ببرند.

زندگی با این موجودات می‌تواند یک تجربه منحصر به فرد برای علاقه‌مندان ایجاد کند. این تیگون‌ها در دنیای متاورس می‌توانند همانند یک سگ یا گربه خانگی در دنیای واقعی با افراد زندگی کنند. افراد می‌توانند در دنیای متاورس با این حیوانات به پیاده‌روی بروند، به آن‌ها غذا بدهند یا با آن‌ها بازی کنند.



معجزه متاورس در دنیای گردشگری و هتلداری



از سوی دیگر، این پروژه مشکلات مربوط به تجارت گربه‌سانان بزرگ و حیوانات عجیب و غریب را بررسی می‌کند. طراحان این پروژه امیدوارند که تیگون‌های مجازی، استفاده از این حیوانات در دنیای واقعی و همچنین بازار سیاه آن را از بین ببرند.

به کمک دنیای متاورس، امکان تجربه زندگی با این حیوانات، در یک محیط مجازی فراهم می‌شود و همین امر، تأثیرات مخرب دنیای واقعی بر گربه‌سانان بزرگ را از بین می‌برد. علاوه بر آن، به کمک این دنیای جدید، تیگون‌ها در دنیایی زندگی می‌کنند که به هیچ حیوان واقعی دیگری آسیب نرسد.

استودیوی Verified Labs دارای چندین قطعه زمین در دنیای متاورس است. این شرکت، یک استودیوی مجازی با فضاهایی برای ملاقات افراد و تماشای جاذبه‌های مختلف ایجاد کرده و امیدوار است که یکی از اولین شرکت‌هایی باشد که این گونه فعالیت‌ها را در دنیای متاورس انجام می‌دهد. کسانی که به صورت مجازی به این دنیا سفر می‌کنند، می‌توانند از تمام جاذبه‌های آن دیدن کنند که یکی از آن‌ها پناهگاه تیگون‌ها است.

آینده متاورس و گردشگری

با اینکه متاورس در گردشگری یک تجربه فراگیر و دنیایی کاملاً متفاوت به انسان‌ها ارائه می‌کند، اما باز هم میزان استقبال انسان‌ها از آن قابل پیش‌بینی نیست. شاید هیچ‌چیز نتواند جای لمس یک برگ از درخت، بوی خاک باران‌خورده و سایر تجربه‌های فیزیکی را بگیرد. آیا انسان‌هایی که به‌دنبال لمس بسیاری از تجربه‌ها هستند، می‌توانند با این دنیای جدید خو بگیرند؟ یا شاید بتوان این سوال را طور دیگری مطرح کرد؛ آیا متاورس می‌تواند در آینده، تمام تجربه‌ها را از جمله لمس‌کردن، بوییدن و... به کاربران ارائه دهد؟ اینکه متاورس پدیده جدیدی در سفرهای کاری و صنعت رویدادها خواهد شد، امری انکارناپذیر است، اما درباره سفرهای تفریحی هنوز هم ابهاماتی وجود دارد. بدون شک، میزان استقبال کاربران از متاورس در گردشگری، متناسب با موفقیت این پدیده در پاسخگویی به نیاز افراد، متفاوت خواهد بود. شاید در آینده، متاورس تا آنجایی پیشرفت کند که بتواند جایگزین انواع سفرها شود؛ از سفرهای تفریحی گرفته تا سفرهای کاری.

پایان!



www.forbes.com

www.phocuswire.com

www.cvent.com

www.hospitalitynet.org

www.quicktext.im

www.revfine.com

www.tourism-review.com

www.traveldailynews.com

www.english.alaraby.co.uk

www.investopedia.com

www.qotbnama.com