



یازده روند اصلی فناوری در صنعت مسافرت و گردشگری

واحد گردشگری موسسه مصاف
اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران
بابک یاوری فر



اندیشکده پیشرفت گردشگری ایران

طرح موضوع

فناوری نقش مهمی در صنعت گردشگری و مسافرت ایفا می کند، فناوری هایی که در انجام کارهای روزمره به مشاغل این حوزه کمک می کنند و در عین حال تجربه گردشگر را نیز بهبود می بخشند. مهم است که هتل ها، خطوط هوایی، رستوران ها و سایر فعالان حوزه بتوانند با آخرین روندهای فناوری در صنعت گردشگری همراهی کنند. این امر به ویژه در دوران COVID با تغییر انتظارات گردشگر بسیار حیاتی است.

در این ارائه می خواهیم درباره برخی از این روندهای جدید فناوری اطلاعات بیشتری کسب کنیم.

روندهای اصلی فناوری در صنعت جهانگردی

ما یازده روند فناوری جدید و بروز در جهانگردی و مسافرت را همراه با گرایش های فناورانه ای که به عنوان پاسخی برای تغییر در رفتار مصرف کننده خدمات و محصولات گردشگری به دلیل شیوع ویروس COVID مطرح شده اند، جمع آوری کرده ایم.

۱. جستجوی صوتی و کنترل صوتی

- افزایش کاربرد تلفن های هوشمند، گجت های هوشمند و دستیار های دارای هوش مصنوعی، همگی از نظر روند فناوری در صنعت سفر به افزایش اهمیت جستجوی صوتی ختم شده اند. به طور خاص، تعداد فزاینده ای از گردشگران و مسافران از جستجوی صوتی برای یافتن و رزرو بلیط هواپیما، اتاق های هتل و تجارب سفر استفاده می کنند.
- بر این اساس طراحی وب سایت و سامانه های ارائه کننده خدمات گردشگری با محور قرار دادن قابلیت جستجوی صوتی تعیین کننده است.
- علاوه بر این، کنترل صوتی نیز در تجربه های سفر نقش فزاینده ای دارد. در داخل اتاق های هتل، می توان از دستگاه های کنترل صوتی برای کنترل روشنایی و گرمایش در اتاق ها، یا کسب اطلاعات مربوط به تور بدون نیاز به صحبت با متصدی استفاده کرد. این روند حتماً ادامه پیدا خواهد کرد و در سایر بخش های صنعت گردشگری نیز گسترش خواهد یافت.

۲. ربات ها

- فناوری رباتیک یکی از جالب ترین اشکال فناوری نوظهور در سفر و گردشگری است و به طور مداوم در حال پیشرفت است. به عنوان مثال، در هتل ها از ربات ها در نقش هایی مانند دربان استفاده شده است که هنگام ورود مهمانان به استقبال او میروند و در ارائه اطلاعات کمک می کنند. برخی از هتل ها استفاده از ربات ها را در تمیز کردن و جابجایی چمدان نیز گسترش داده اند.
- در رستوران ها، ربات ها به طور بالقوه می توانند در تهیه و سرو غذا نقش داشته باشند. در فرودگاه ها، می توان از آنها برای شناسایی خطرهای پنهان و افزایش ایمنی استفاده کرد، برخی از تولیدکنندگان چمدان از ربات برای ایجاد محصولی استفاده کرده اند که هوشمندانه شما را دنبال می کند. علاوه بر این، آژانس های مسافرتی از ربات ها برای نمایش مقاصد استفاده می کنند و زمان انتظار را برای مشتریانشان مفید می کنند.
- همانند بسیاری از گرایش های دیگر فناوری در صنعت گردشگری، استفاده از ربات ها در پاسخ به COVID افزایش یافت، به خصوص که ظرفیت ربات ها برای کاهش تماس انسان با انسان مشهود است.

۳. پرداخت های بدون تماس

■ شکل مهم دیگر فناوری سفر و گردشگری، توانایی پذیرش پرداخت های بدون تماس است. این فناوری به شرکت های مسافرتی امکان می دهد تا پرداخت ها را بسیار سریعتر انجام دهند، از جمله در شرایطی که گردشگران به پول نقد یا کارت اعتباری خود دسترسی ندارند. همچنین این فناوری می تواند تجربه گردشگر را افزایش دهد، زیرا باعث صرفه جویی در وقت می شود.

■ فراهم بودن بستر پرداخت های بدون تماس در ابتدا به عنوان تسهیل کننده کار مطرح شد، اما در پی شیوع ویروس کرونا به عنوان یک قسمت اصلی در بازاریابی گردشگری برای بسیاری از کشورها ظاهر شده است. با توجه به اینکه گردشگران از شیوع ویروس نگران هستند، بسیاری تمایلی به پرداخت پول نقد ندارند. استفاده از پرداخت های بدون تماس به صورت حداکثری می تواند از کارکنان مجموعه های گردشگری هم محافظت کند.

۴. واقعیت مجازی (VR)

- نقش و کاربرد تکنولوژی واقعیت مجازی در صنعت گردشگری قابل توجه است. این تکنولوژی گردشگران را قادر می سازد تا بتوانند مکان های متنوع دنیا را در محیط راحت خانه خود تجربه کنند و می تواند تعیین کند که آیا این گردشگران پس از گشت و گزار مجازی، تور واقعی را برای آن مقصد رزرو می کنند یا خیر.
- با استفاده از تورهای VR، مشتریان می توانند ابعاد مختلف مقصد گردشگری مد نظر خود را از جمله هتل ها و رستوران ها، جاذبه های تاریخی، پارک های ملی و یا حتی فعالیت های خاص، به صورت مجازی تجربه کنند. تعامل و غوطه وری گردشگر در این ابزار فناورانه، به شما کمک می کند تا نسبت به رقبایی که هنوز از این تکنولوژی استفاده نمی کنند، مزیت کسب کنید.
- اکثر تورهای VR یا ۳۶۰ درجه در حال حاضر با مرورگرهای وب اصلی سازگار هستند و می توانند به کسانی که همینک به دلیل Covid تمایلی به سفر ندارند کمک کنند تا مقصد آتی خود را به وضوح ببینند و انتخاب کنند.

۵. Chatbot هوشمند

- چت بات های هوشمند می توانند یکی از معقول ترین سرمایه گذاری های فناوری سفر و گردشگری باشند، زیرا این چت بات ها بدون محدودیت های در دسترس بودن پرسنل، قادر هستند پاسخ سریع پرسش ها را به صورت شبانه روزی به مشتریان و گردشگران ارائه دهند. بهره گیری از این فناوری برای تأمین انتظارات از خدمات مشتری ضروری است.
- به طور معمول، این چت بات ها برای پاسخ دادن به سوالات متداول، که دارای پاسخ استاندارد هستند، بهترین گزینه هستند. با این حال، پیشرفت در فناوری هوش مصنوعی به معنای آن است که ربات های چت مدرن به طور مداوم بهبود می یابند، زیرا از تعاملات روزافزون بیشتری بهره می برند.
- آنها همچنین می توانند به ویژه در پاسخ به سوالات مربوط به سیاست ها و دستورالعمل های COVID و اقدامات ایمنی یا بهداشتی، مفید عمل کنند.

۶. اقدامات امنیت سایبری

- امنیت سایبری یکی از دغدغه های اصلی افرادی است که نقش مدیریت سفر را بر عهده دارند، زیرا شرکت های این صنعت به طور فزاینده ای در معرض حملات سایبری و همچنین در نشت داده ها قرار دارند. آژانس های مسافرتی یک هدف اصلی حملات سایبری هستند، زیرا افراد زیادی را به کار می گیرند و به اطلاعات زیادی از مشتری دسترسی دارند.
- برخی از بزرگترین تهدیدات در این زمینه شامل حملات فیشینگ و حملات باج افزار است، اگرچه اعتماد مدرن به داده ها، شرکتها را نیز در معرض خطای انسانی ناشی از کارمندان خود قرار می دهد. این امر مستلزم سرمایه گذاری در آموزش امنیت سایبری و راه حل های مختلف سخت افزاری و نرم افزاری برای ایمن نگه داشتن کسب و کار گردشگری است.
- همچنین رعایت آخرین مقررات و قوانین حفاظت از داده ها نیز مهم است.

۷. اینترنت اشیا (IoT)

- یکی از مهیج ترین روندهای نوظهور فناوری در سفر و گردشگری، اینترنت اشیا است که شامل ارتباط اینترنتی بین دستگاه های زندگی روزمره است و به آنها امکان ارسال و دریافت داده را می دهد. در حال حاضر، ما شاهد نمونه هایی از نقش اینترنت اشیا در صنعت گردشگری هستیم و این فراگیری، در حال افزایش است.
- به عنوان مثال، فناوری IoT می تواند در اتاق های هتل مورد استفاده قرار گیرد تا دستگاهی در اختیار مشتریان قرار گیرد که به همه چیز از جمله تلویزیون، چراغ ها، بخاری و تهویه متبوع متصل شود و امکان کنترل همه را از یک مکان فراهم کند. در همین حال، در فرودگاه ها می توان چمدان را با حسگرهایی مجهز کرد که هنگام عبور از کنار مسافران در زمان تحویل بار، آنها را آگاه کند.

۸. فناوری تشخیص

- فناوری تشخیص در این لیست از روندهای اصلی فناوری حوزه گردشگری محسوب می شود، چرا که پتانسیل آن برای از بین بردن اصطکاک در هنگام سفارش و خرید و ایجاد یکپارچه سازی تعاملات، جالب توجه است. این فناوری خود شامل شناسایی اثر انگشت، تشخیص چهره، اسکن شبکیه و سایر شناسه های بیومتریک است.
- از این فناوری در حال حاضر در برخی هتل ها برای دسترسی به اتاق ها از طریق اثر انگشت یا امکان شارژ هزینه ها و تسویه حساب بدون تماس با میهمان استفاده شده است. با این حال، در آینده امید می رود که این فناوری بتواند به مشتریان امکان پرداخت هزینه وعده های غذایی را در رستوران هتل به سادگی با عبور از در خروجی بدهد.

۹. واقعیت افزوده (AR)

- واقعیت افزوده مشابه واقعیت مجازی است، اما به جای جایگزینی محیط واقعی با محیطی کاملاً مجازی، باعث تقویت محیط پیرامونی می شود. یکی از مهمترین نکات مثبت این روند خاص فناوری، ارزان بودن نسبی آن در برابر VR است؛ برای شروع دریافت خدمات، کاربران فقط به یک تلفن هوشمند یا تبلت نیاز دارند که به اینترنت دسترسی داشته باشد.
- از طریق پوشش های گرافیکی، فعالان صنعت گردشگری می توانند تجربه مشتری را به شیوه مطلوبی افزایش دهند، اطلاعات ارزشمند و یا حتی سرگرمی های ناب را در اختیار گردشگران قرار دهند. به عنوان مثال، جزئیات مربوط به مقصد محلی می تواند در حالی که گردشگر تلفن هوشمند خود را به سمت آن مقصد گرفته است، نمایش داده شود و اطلاعاتی را در زمان مناسب به ایشان ارائه دهد.

۱۰. هوش مصنوعی (AI)

ورای ربات ها، هوش مصنوعی به روش های دیگری نیز مورد استفاده قرار می گیرد. شاید بارزترین کاربرد این فناوری در صنعت مسافرت و جهانگردی در جهت تحقق اهداف خدمات رسانی و پشتیبانی گردشگر باشد، مثلاً با بهره گیری از ابزارهایی مانند بات چت ها برای ایجاد توانایی ارائه پاسخ سریع به مشکلات یا سوالات. همچنین AI می تواند به طور مداوم از تعاملات با مشتریان یاد بگیرد.

علاوه بر این، هتل ها و سایر فعالان صنعت گردشگری می توانند از هوش مصنوعی برای مرتب سازی دقیق و مداوم داده ها استفاده کنند. این سیستم می تواند در مورد عملکرد تجاری یا روندهای مرتبط با رضایت مشتری نتیجه گیری و گاهی اقدام کند و حتی به صورت هوشمند موجودی ها را مدیریت کند.

۱۱. کلان داده ها

در مدیریت مدرن گردشگری، دسترسی به داده های بزرگ یک ضرورت محض است و تقریباً تمام شرکت هایی که موفق هستند از تکنیک های جمع آوری داده ها استفاده می کنند. یکی از بزرگترین کاربردهای این داده ها، بهبود شخصی سازی و متناسب سازی است، بطوریکه شرکت های مسافرتی از اطلاعاتی که جمع می کنند برای تنظیم پیشنهاد های خود به صورت خاص برای مخاطب هدفشان استفاده می کنند.

یکی دیگر از کاربردهای ارزشمند داده ها، تجزیه و تحلیل عملکرد فعلی کسب و کار است. به طور خاص، صاحبان هتل می توانند از داده های بزرگ برای اهداف مدیریت درآمد، با استفاده از تاریخچه نرخ اشغال و سایر روندهای گذشته برای پیش بینی بهتر سطح تقاضا استفاده کنند. وقتی تقاضا قابل پیش بینی باشد، استراتژی های قیمت گذاری و تبلیغاتی نیز می توانند بهینه شوند.

جمع بندی

گردشگری
مؤسسه تخصصی

برای شرکت هایی که در صنعت گردشگری فعالیت می کنند،
همسویی با آخرین روندهای فناوری سفر ضروری است.

درک و اتخاذ روندهای ذکر شده در بالا به شما امکان می دهد
تجربه بهتری برای مشتریان خود فراهم کنید و همچنین می تواند
به شما در بهینه سازی مدیریت درآمد و عملکرد کلی کسب و کار
کمک کند.



انديشكده پيشرفت گردشگری ایران