

КАРДИНАЛНА ПРОМЯНА: КАК РОБОТИТЕ, ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ И АВТОМАТИЗАЦИЯТА ЩЕ ПРОМЕНЯТ ТУРИСТИЧЕСКАТА ИНДУСТРИЯ¹

СТАНИСЛАВ ИВАНОВ

Навлизането на технологиите във всеки аспект на нашия живот предизвика неминуеми промени в него. Докато при предишните революции в туристическата индустрия хората са играели централна роля като потребители или като служители в туристическите компании, настоящата ситуация ще предизвика промени едновременно в търсенето и предлагането на туризма. Тази кардинална промяна означава, че повече не бива да очакваме, че един служител в туризма ще е непременно човешко същество, но това се отнася и за потребителя-турист. Така ще се наложи да възприемем по-широко разбиране за роботите и автоматизираните технологии – да ги разглеждаме и като доставчици на услуги, но и като потребители.

Към настоящия момент роботите изглеждат доста тромави и недодялани в комуникацията и придвижването си из хотелите, ресторантите и летищата. Но с напредването на технологиите можем да очакваме, че роботите ще станат много по-способни в предоставянето на услуги и изпълняването на разнообразни задачи извън обичайните 3D (dirty, dull, dangerous – мръсни, скучни, опасни). Така, че въпросът е: как роботите, изкуствения интелект и автоматизацията ще променят туристическите компании в бъдеще?

Как технологиите ще се отразят на туристическата индустрия?

Навлизането на новите технологии ще засегне всеки един аспект на туристическите компании – от вътрешната организация и управление та чак до това, как потребителите ще възприемат компанията (т.е. имиджа ѝ), качеството на услугите, които тя предоставя, и как си сътрудничи или конкурира с останалите компании на пазара.

Оперативна дейност

В една нова реалност, където услугите се предоставят от машини, ролите на участниците в целия процес ще трябва значително да се променят. По-голяма автоматизация означава по-голяма роля на потребителите в процеса на обслужване, защото сега те ще трябва да извършват някои от действията сами. Използването на технологии за самообслужване също така пренася и отговорността за започването и извършването на услугата от доставчика към клиента – така потребителите се трансформират в “Prosumers” (= “producers” + “consumers”), или съпроизводители и потребители.

Въвеждането на новите технологии ще изисква и преназначаване на самия процес на обслужване – нови процеси, дейности, процедури, контрол, създаване на нови инструкции, които да отразяват новия начин на предоставяне на услугата, а също така нов начин на планиране на оперативната дейност.

И накрая, но не и по важност, роботите и автоматизираните технологии ще подобрят устойчивата страна на оперативната дейност по отношение опазване на околната среда и природата. Използването на новите технологии ще намали количеството използвани ресурси, ще има по-малко отпадъци, ще се елиминират ненужни действия, ще се консумира по-малко енергия и труд.

Дизайн на материалната база

Често пренебрегвана, когато става дума за работи, инфраструктурата и вътрешния дизайн на

Иванов, Ст. (2020). Кардинална промяна: Как роботите, изкуственият интелект и автоматизацията ще променят туристическата индустрия. *Zangador Report* №019. http://zangador.eu/?page_id=382

Ivanov, S. (2020). Ultimate transformation: How robots, artificial intelligence and service automation will disrupt the tourism industry. *Zangador Report* №019. http://zangador.eu/?page_id=382

помещенията са изключително важни за ефикасно обслужване. В бъдеще вътрешната организация на хотелите, ресторантите и летищата ще трябва да бъде пригодена за голямото разнообразие от движещи се роботи (с колела, с крайници, летящи, пълзящи, подводни и т.н.), като например роботи-охрана, екскурзоводи, сервитьори, рум-сървис доставчици, чистачи, работи-аниматори, дронове за доставка и т.н. Без значение дали тези движещи се роботи ще принадлежат на клиентите или на туристическите компании, последните ще трябва да осигурят среда, подходяща за роботи, т.е. достъпна за движещи се машини. Когато средата е подходяща за роботи, дадена задача ще може да се изпълнява от по-малко интелигентни роботи, и обратно: ако средата не е благоприятна за роботи, ще се изискват по-сложни и интелигентни машини, които да се ориентират в нея. Ето защо дизайнът на вътрешната среда на туристическите компании ще бъде новото конкурентно предимство в бъдеще.

Управление на човешките ресурси

Най-разгорещената дискусия относно внедряването на роботи и автоматизирани технологии в туризма е свързана с бъдещето на служителите. И тук, обаче, има плюсове и минуси.

От една страна роботите ще спестят много време на служителите от извършване на досадни повтарящи се задачи, което те ще могат да използват за много по-творчески и доходоносни дейности. Например, служителите от рум-сървис отдела могат да използват робот за доставка на поръчките, а освободеното време да оползотворят за други неща в ресторанта. По този начин технологиите ще улесняват, вместо да заместват служителите. Роботите могат да решат проблемите, свързани с наемането и освобождаването на работници, особено сезонни и имигранти. Роботи или киоски могат да се вземат на лизинг, да се изключват през по-слабите периоди, и да се включват, само когато има нужда от тях, без да се налага да се занимавате с бюрокрация и трудово законодателство. От друга страна, обаче, роботите и автоматизацията могат да причинят намаление

броя на работните места, особено на онези, които е лесно да бъдат автоматизирани (например на рецепция, предоставяне на информация, почистване на общи части, поръчка по меню, доставка на храна и т.н.). Ето защо много служители възприемат роботите и високите технологии като заплаха за собствените им работни места, поради което се съпротивляват срещу лансирането им.

Финансов мениджмънт

От финансова гледна точка използването на роботи и автоматизирани технологии позволява значително спестяване на разходи за труд, защото роботите работят 24/7 и могат да обслужват едновременно много клиенти. От друга страна технологиите се асоциират с други финансови разходи за придобиване, поддръжка, ъпдейти, разходи за специалисти, които да поддържат роботите/киоските/чатботовете, както и разходи за обучение на служителите как да работят със съответните технологии.

Управление на веригата на стойността

Лансирането на високи технологии в туризма ще позволи интегриране на информационните системи на мрежата от доставчици и партньори. Този процес вече започна в началото на новото хилядолетие, когато бяха внедрени back-to-back xml връзките. Последните позволяват да се визуализира наличността и състоянието на стаите от един уебсайт в друг. Роботизацията и автоматизацията в туризма ще улеснят и още една интеграция – например резервация, направена от клиент чрез чат-бота на една компания (туроператор или OTA) автоматично ще може да се регистрира в резервационната система на компанията-доставчик (например хотелска верига).

Управление на маркетинга

Роботизацията и автоматизацията ще трансформират възприятията за туризма и туристическия продукт. В бъдеще ще наблюдаваме разделение на туристическите компании на две основни групи: 'high-tech'

Иванов, Ст. (2020). Кардинална промяна: Как роботите, изкуственият интелект и автоматизацията ще променят туристическата индустрия. *Zangador Report* №019. http://zangador.eu/?page_id=382

Ivanov, S. (2020). Ultimate transformation: How robots, artificial intelligence and service automation will disrupt the tourism industry. *Zangador Report* №019. http://zangador.eu/?page_id=382

(високотехнологични компании) vs 'high-touch' (компаниите, които предлагат високо качествено персонализирано обслужване) с хиляди нюанси по средата. Високотехнологичните компании ще разчитат основно на технологии, докато другите компании ще предпочитат да предоставят услугите си чрез хора.

Високите технологии позволяват въвеждането на автоматично ценообразуване на туристическите продукти, основано на набор от правила и данни в реално време за потребителското поведение на клиентите. Като краен пример изкуственият интелект ще позволява и персонализирано ценообразуване, т.е. специална цена за всеки отделен клиент, базирана на неговите/нейните предпочитания, желание да покупка и т.н., което ще води до максимално увеличаване на приходите.

Високите технологии ще засегнат и дистрибуцията на туристически продукти. Например вече е дори възможно да се поръча пица или да се търси

информация за дадена дестинация чрез услугите на гласов асистент, като Amazon Echo. Туристическите компании ще могат да развиват собствени софтуерни приложения (наречени „умения“ за Amazon Echo), които клиентите да инсталират на своите дигитални асистенти и да ги използват в последствие за резервации и разплащания, подобно на днешните мобилни приложения за телефони.

Разбира се, не всеки процес, дейност или задача, които биха могли да бъдат автоматизирани, действително ще бъдат. Компаниите трябва да вземат предвид разходите и ползите при използване на високите технологии, и да внедрят само онези, които са удачни, подходящи за техния бизнес. В крайна сметка бъдещите изследвания и реални случаи ще могат да дадат отговор на въпроса до каква степен роботизацията и автоматизацията могат да допринесат за устойчивостта и отговорността на компаниите от туризма и хотелиерството.

Литература:

¹ Настоящият Zangador report е базиран на Ivanov, S. (2019). Ultimate transformation: How will automation technologies disrupt the travel, tourism and hospitality industries? Zeitschrift für Tourismuswissenschaft 11(1), 25-43 и Ivanov, S. (2019). Ultimate transformation: How will automation technologies disrupt the travel, tourism and hospitality industries? URL: <https://nexttourismgeneration.eu/ultimate-transformation-how-will-robots-artificial-intelligence-and-service-automation-disrupt-the-tourism-and-hospitality-industries>