

ما تماشاگران انقلابی بزرگ هستیم؟

صنعت گردشگری امروزه با دنیای دیجیتال، آمیختگی وسیع و عمیق دارد به طوری که شیوه‌های مسافرت مردم امروزی در دنیای دیجیتال تغییر کرده است. سال ۲۰۱۸ تحولات دیجیتالی که در حوزه گردشگری در سال‌های اخیر آغاز شده بود، انقلاب جدیدی را در صنعت گردشگری سبب شد. کشورهای در حال توسعه چاره‌ای جز «پذیرش» انقلاب صنعتی چهارم ندارند و کشورهای فقیر هم «تماشاگران» همیشگی چنین انقلاب‌هایی هستند.

در یادداشتی به تحلیل «گردشگری و تحولات انقلاب صنعتی چهارم» و همچنین تاثیر این انقلاب بر آینده مشاغل و صنعت گردشگری پرداخته شده است که در آن توضیح داده شده است:

تکنولوژی‌ها روز به روز در حال توسعه و ظهور هستند و دایما بر زندگی ما انسان‌ها تاثیر می‌گذارند. این خود، آغازگر انقلابی بزرگ در جهان است. انقلابی که انسان‌ها شورشیان آن نیستند بلکه این بار دانش و تکنولوژی و اطلاعات و محتوا است که قرار است، آن را رقم بزند. در کشورهای توسعه یافته به آن می‌گویند انقلاب صنعتی چهارم. کشورهای در حال توسعه نیز چاره‌ای جز پذیرش آن ندارند و کشورهای فقیر هم تماشاگران همیشگی چنین انقلاب‌هایی هستند.

انقلاب صنعتی همواره زاینده ماشین‌هایی است که توسط خود بشر طراحی شده و می‌شوند اما ویژگی این بخش از تاریخ چیست که از آن به چهارمین انقلاب صنعتی یاد می‌شود؟

ماشین‌ها در بیشتر مواقع برای ما مفید بوده‌اند و کارهای شگفت‌انگیزی انجام داده‌اند تا راحت‌تر زندگی کنیم. تعریف ساده مکانیکی ماشین چنین است؛ وسیله‌ای است که تحرک داشته باشد. حالا ما در گذر زمان قابلیت‌های بسیاری به آن اضافه کردیم و در هر یک از انقلاب‌های صنعتی، این ماشین‌ها بودند که تحول یافتند نه ما.

از آغاز انقلاب صنعتی اول تا کنون ماشین‌ها از یک توانایی کلیدی بی‌بهره بودند و آن قابلیت هوشمندی بود. در انقلاب صنعتی اول ماشین بخار پدیدار شد، در انقلاب صنعتی دوم تولید انبوه شکل گرفت، در سومین انقلاب ربات‌ها در خدمت بشر قرار گرفتند و انقلاب صنعتی چهارم یک تحول عظیم در دنیا آغاز کرده است و آن هم افزودن قابلیت هوشمندی به ماشین‌هایی است که پیش از این از هوش آدمی برای کار، بهره می‌بردند.

گردشگری به عنوان صنعت پیچیده‌ای که تمام صنایع را مستقیم و غیرمستقیم در بر می‌گیرد با ظهور هر انقلابی در صنعت، دستاوردهای خودش را داشته و تحولاتی منطبق با آن پیدا کرده است. آن‌ها که زودتر به استقبال تحولات می‌رفتند و خود را با آن‌ها سازگار می‌کردند بیش از دیگران دستخوش تغییر می‌شدند و امکانات بهتری برای رشد پیدا می‌کردند. هتل‌ها و صنعت میزبانی، فرودگاه‌ها و خطوط هوایی، موزه‌ها و خدمات نوین، میراث فرهنگی و محافظت از آن، پایداری و توسعه، همگی در تحولات صنعتی سه نسل گذشته، دستخوش تغییر شدند و آن‌ها که این تحول را رقابت دیدند و در این رقابت بر دیگران پیشی گرفتند توانستند زمینه تحولات بیشتری را برای ورود به انقلاب صنعتی چهارم برای خود فراهم کنند.

انقلاب ربات‌ها

سالی که گذشت دنیا در تمام ابعاد با تحولی به نام تحول دیجیتال همراه بود و گردشگری نیز از این موضوع مستثنی نبود. کشورهای توسعه یافته بسیاری از فرایندها را در حوزه دیجیتال آغاز کردند. اگر تمام رویدادهای سال ۲۰۱۸ را بررسی کنیم براحتی متوجه می‌شویم که دنیا پس از این چه سمت و سویی خواهد داشت. در تمام شعارها و شعورهای به کار رفته در این سال برای تمام روزهایی که زیر نظر سازمان ملل متحد تعریف شده است دو چیز به چشم می‌خورد: تکنولوژی و نوآوری. امسال یعنی سال ۲۰۱۸ دنیا متحد شد تا از تکنولوژی و نوآوری برای پیشبرد اهدافش بهره بگیرد.

بواقع دنیا از انقلاب صنعتی سوم که انقلاب ربات‌ها بود به سمتی حرکت کرد که ربات‌ها خود کنترل خودشان را بر عهده گرفتند تا به تحلیل حجم عظیم داده‌ها بپردازند. ورود به این بخش رشد سریعی دارد و اگرچه دنیا به تازگی وارد این عرصه شده است اما تکنولوژی‌های پیشرفته به خوبی نشان می‌دهد که آنها که بیش از دیگران برای هماهنگ شدن با تحول عظیم هوشمندی تلاش می‌کنند سهم بیشتری از بازار گردشگری را از آن خود خواهند کرد. به عبارتی انسان در عصر حاضر تنها می‌تواند به تولید داده بپردازد و مابقی را به عهده ابزارهای تکنولوژی پیشرفته بگذارد تا به جای او پاسخگوی مشتری باشند، گردشگران را هدایت کنند، در هتل‌ها به آن‌ها خدمات ارایه دهند، آنها را از جایی به جای دیگر منتقل کنند، غذای آنها را بپزند، به جای آنها خرید کنند و...

به عبارتی بسیاری از کارهای مکانیکی در آینده‌ای نزدیک برعهده ماشین‌هایی گذاشته می‌شود که نه تنها آنها را انجام می‌دهند بلکه از عهده پردازش آنها نیز برخواهند آمد. پردازشی که شبیه نوعی تفکر است و آنقدر از هوشمندی برخوردار است که بتواند مسیر روشنی پیش پای یک گردشگر، یک راهنما و یا یک کاربر سیستم قرار دهد.

ربات انسان‌نمای فرودگاه مونیخ

شرکت هواپیمایی لوفت‌هانزا و فرودگاه مونیخ در همکاری دو جانبه برای نخستین بار آزمایش ربات انسان‌نما را در ترمینال ۲ این فرودگاه آغاز کرده‌اند. این ربات قرار است در ترمینال پرسه بزند و به انواع پرسش‌های مسافران پاسخ بدهد. مسافرانی که بلیت هواپیمایشان را به مقصد مونیخ رزرو کرده باشند از این پس می‌توانند این ربات بامزه را در فرودگاه ببینند و از او راهنمایی بخواهند.

گردشگری در سال ۲۰۱۸

صنعت گردشگری امروزه با دنیای دیجیتال، آمیختگی وسیع و عمیق دارد به طوری که شیوه‌های مسافرت مردم امروزی در دنیای دیجیتال تغییر کرده است. سال ۲۰۱۸ تحولات دیجیتالی که در حوزه گردشگری در سال‌های اخیر آغاز شده بود سبب انقلاب جدیدی در صنعت گردشگری شد و ۵ تکنولوژی مهم درحوزه دیجیتال در این سال به ایجاد نوآوری در صنعت گردشگری پرداختند: تکنولوژی اینترنت اشیا، هوش مصنوعی، واقعیت مجازی، داده‌های غول آسا و دستبندهای هوشمند.

اینترنت اشیا یعنی مثلاً همه دستگاه‌های فیزیکی یک هتل از طریق اینترنت با هم در ارتباط باشند و بتوانند از طریق گوشی هوشمند کنترل و هدایت شوند. در این فناوری تمام دستگاه‌ها توانایی این را دارند که کارهایشان را به صورت خودکار انجام دهند و پاسخ‌های خودکار نشان دهند. بر اساس پیش‌بینی موسسه گارتنر حدود ۳۰ میلیارد وسیله تا سال ۲۰۲۰ یعنی یک سال آینده به اینترنت متصل خواهد شد.

هوش مصنوعی نیز تحولی دیگر در صنعت گردشگری است، اینکه چگونه می‌توان کامپیوترها را وادار کرد تا مثل انسان‌ها فکر و رفتار کنند. هوش مصنوعی به تنهایی انقلابی بزرگ در صنعت گردشگری است. سومین تحول، واقعیت‌های مجازی هستند که می‌توانند در مواقع نیاز، جای واقعیت‌های حقیقی را در گردشگری بگیرند. برای تجارب پیش از سفر، برای برنامه‌ریزی سفر، برای کمک به حل مشکلات و چالش‌های سفر، برای استفاده از سیستم راهنما در حین سفر، برای بررسی‌ها و ارزیابی‌های پس از سفر و برای تحلیل سفر و خلق برنامه‌ای جدید برای سفر.

اما آنچه که ما برای تحلیل در اختیار اینترنت، هوش مصنوعی و کامپیوترها قرار می‌دهیم داده‌های خامی هستند که با برنامه‌ریزی‌های اینترنتی می‌توانند، به محتوایی کاربردی تبدیل شوند و با تکنولوژی‌هایی که از آنها نام بردیم، شکل اجرایی به خود بگیرند و کاربردی شوند. به این داده‌های خام، بیگ دیتا می‌گویند.

تحول دیگری هم که از آن نام برده شد، دستبندهای هوشمند است. اتفاقی مهم در صنعت گردشگری که می‌تواند یک گردشگر را از بدو سفر کنترل، هدایت، مراقبت و محافظت کند. ورود و عبور او از مقاصد و سایت‌های گردشگری و ورود و خروج او به هتل را می‌توان نمونه‌ای از کاربردهای دستبندهای هوشمند دانست.

این‌ها فقط بخشی از تحولات دیجیتال حوزه گردشگری در سالی که گذشت، بود. شبکه شهرهای هوشمند، پایتخت‌های گردشگری هوشمند در اروپا، شبکه جاده‌های هوشمند و مقاصد گردشگری دیجیتال هم در سال ۲۰۱۸ که پیش از این فعالیتشان آغاز شده بود، امسال در صدر مباحث مهم حوزه گردشگری در جهان بودند. شعار سال ۲۰۱۸ گردشگری هم چنین بود: گردشگری و تحولات دیجیتالی که همین شعار اعلان رسمی ورود گردشگری برای پذیرش موج انقلاب صنعتی چهارم است.

مرگ مشاغل در انقلاب چهارم!؟

تحولات دیجیتالی تأثیری عمیق بر بازار کار خواهند گذاشت که بواقع آن نیز انقلابی در فرایند مشاغل است.

فلیپ جی کینگز - دبیر کل فدراسیون اتحادیه کارگری - تأثیر انقلاب دیجیتالی بر بازار کار را نگران کننده توصیف کرده است. او می‌گوید که اگر نگاه واقع بینانه به این موضوع داشته باشیم، الان حدود ۲۰۰ میلیون بیکار داریم و نیمی از شاغلان نیز با روزی چند دلار به حیات خود ادامه می‌دهند که همگی این‌ها در دنیای دیجیتال آینده، کاری نخواهند داشت. از طرفی با دیجیتالی شدن در ۱۰ سال آینده شاهد از دست رفتن ۶۰۰ هزار فرصت شغلی خواهیم بود.

عده‌ای معتقدند که باید صبر کرد تا ببینیم تأثیر حقیقی دیجیتالی شدن بر دنیای مشاغل چگونه است اما بواقع تا بخواهیم به این تأثیرات فکر کنیم ممکن است کار خود را براحتی از دست بدهیم. بنابر این پیش از آنکه بنشینیم و نظاره‌گر باشیم که ماشین‌آلات هوشمند بیایند و کارمان را از ما بگیرند باید بتوانیم خودمان را با تحولات جدید وفق دهیم. این موضوع در گردشگری هم از اهمیت بسیار برخوردار است. بسیاری از خدمات در آینده‌ای نزدیک بر مبنای تحولات دیجیتال انجام خواهد شد و گریزی از آن نیست. اما هر تحول دیجیتالی نیازمند به کارگیری مجموعه‌ای از متخصصان و برنامه‌ریزان و کارکنانی است که می‌توانند آن را خلق، اجرا و هدایت یا کنترل کنند. نمونه ساده آن دستگاه‌های کارتخوان است که حتی مشاغل سیار هم به آن مجهز هستند. اتفاقی که به سرعت همه گیر شد، درحالی که تصورش در گذشته‌ای نزدیک برای بسیاری از مردم نوعی شعبده‌بازی به حساب می‌آمد.

هوش مصنوعی در هتل هیلتون

هتل‌های زنجیره‌ای هیلتون با همکاری شرکت IBM در پروژه‌ای آزمایشی درباره ربات‌های رابط، رباتی به نام «کنی» اختراع کرده‌اند. کنی به مشتریان این امکان را می‌دهد تا رابط مبتنی بر هوش مصنوعی را تجربه‌کنند. مثلاً مشتریان پیش این ربات می‌آیند، سوال می‌پرسند، محل رستوران و پارک را پیدا می‌کنند و جوابسوال‌های خود را فوری دریافت می‌کنند. مطالعات نشان می‌دهد که تردید بشر برای از بین رفتن فرصت‌های شغلی اگرچه درست است اما همان اندازه که تحولات دیجیتالی رشد می‌کنند و نسل‌های جدیدی از آن‌ها به بازار می‌آیند باید نوع آموزش به کاربران نیز متفاوت شود و تغییر یابد. آموزش‌های متفاوت می‌توانند افرادی را تربیت کنند که توانایی کار در شرایط جدید را داشته باشند.

کارشناسان عقیده دارند که اگر ۶۰۰ هزار فرصت شغلی در حال فراموشی و از دست رفتن است اما یک میلیون فرصت شغلی جدید در ۱۰ سال آینده در دنیای دیجیتال پدیدار خواهد شد که شاغلان به آن، باید از همین الان برایش آموزش ببینند. فرصت‌هایی که بزودی هم در سیستم‌های دولتی و هم در سیستم‌های خصوصی ظهور خواهند کرد و مجموعه تدارکات و برنامه‌ریزی و بازاریابی را تحت تاثیر خود قرار خواهند داد.

بخش گردشگری در این میان خط مقدم تحولات دیجیتال است؛ چراکه بیش از بقیه بخش‌ها نیازمند تنوع و ترکیب در نوآوری‌ها است و از طرفی مشتریان باهوش و مطلعی دارد که برای جلب رضایت آن‌ها باید خود را با استانداردهای روز منطبق کرد. از طرفی گردشگری مستقیماً با توسعه پایدار در ارتباط است و توسعه پایدار نیز چاره‌ای جز این ندارد تا بتواند برای کنترل آسیب‌های وارده بر طبیعت، دخالت مکانیکی را به حداقل برساند و از هوشمندی در تحولات دیجیتالی بهره بگیرد.»

منبع: هومن یوسفی - کارشناس ارشد مدیریت استراتژیک - و حمیرا محب‌علی - کارشناس ارشد گردشگری - خبرگزاری ایسنا