

ИДНИ ДИГИТАЛНИ ТРЕНДОВИ ВО ТУРИЗМОТ – ТЕХНОЛОГИЈА И АЛАТКИ

Обука

Штип
20-21 мај 2021



Трендови во дигитализацијата во туризмот:



1. Трендови во нови технологии

2. Трендови во однесувањето

Персонализација

1. Нови технологии:

1.1. Дигитално препознавање

- Скенирање на ретината или отпечаток на прстот наместо клуч за влез во соба/ пристап до спа центрите во хотелите
- Претстои препознавање со лицето на луѓето за автоматско плаќање или одјавување од хотелот, што драстично ќе ги намали редиците

[Alibaba's keyless and cashless hotel is straight out of the future | CNBC Reports – YouTube](#)





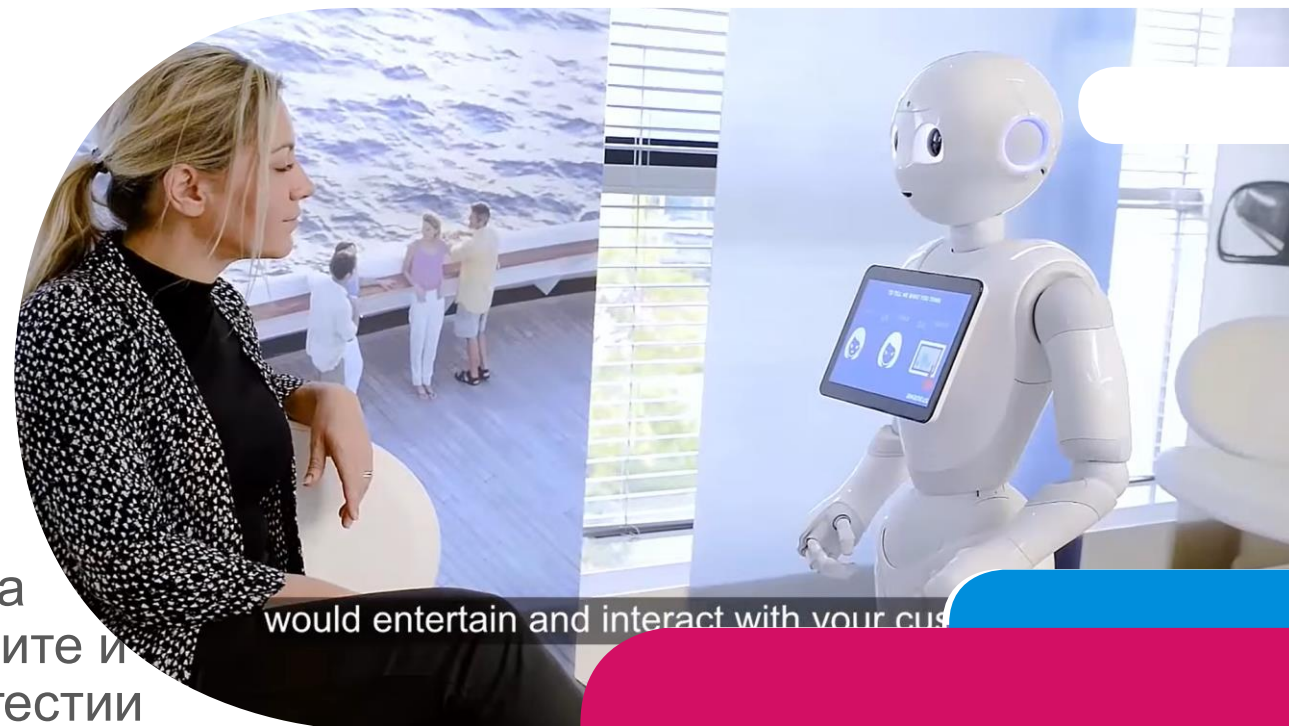
Предности

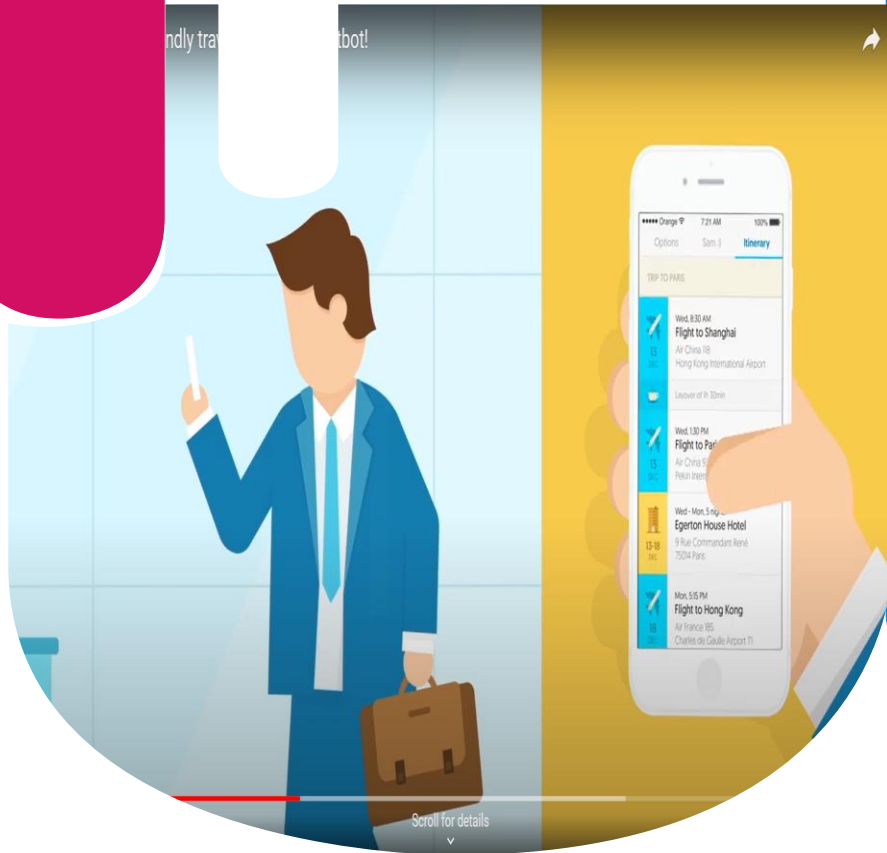
- **Без рецепција,** само странските гости ги пречекува вработен да го скенира пасошот и да ги фотографира за препознавање на лицето, а домашните гости користат автомати
- Со **скенирање на лицето** имаат пристап до лифтовите, до хотелските соби и др.
- **Нема потреба от клуч** или картичка, не се грижиме дека ќе ги изгубиме
- Се зголемува **ефективноста**

1.2. Роботи, кои исполнуваат определени задачи:

- Роботи за **чистење**
- Роботи за **носење на багаж**
- Роботи за **пречекување на гостите и споделување на информации**
- Роботи во улога на **дигитални асистенти** на туристичките агенции за да ги проучат желбите и однесувањето на гостите и да им даваат сугестии

Роботи сервираат во ресторани





1.3. Вештачка интелигенција

- Разговара **онлајн** на платформи и одговара на прашањата на гостите
- **Одговара на прашања, разрешува** проблеми во секое време на денот, учи и напредува во односот со гостите преку комуникација
- Брзо **анализира податоци** и нуди **решенија**, прави потсетници и **организира**

Пример: Сем – интелигентен чатбот за бизнис и туристички патувања:

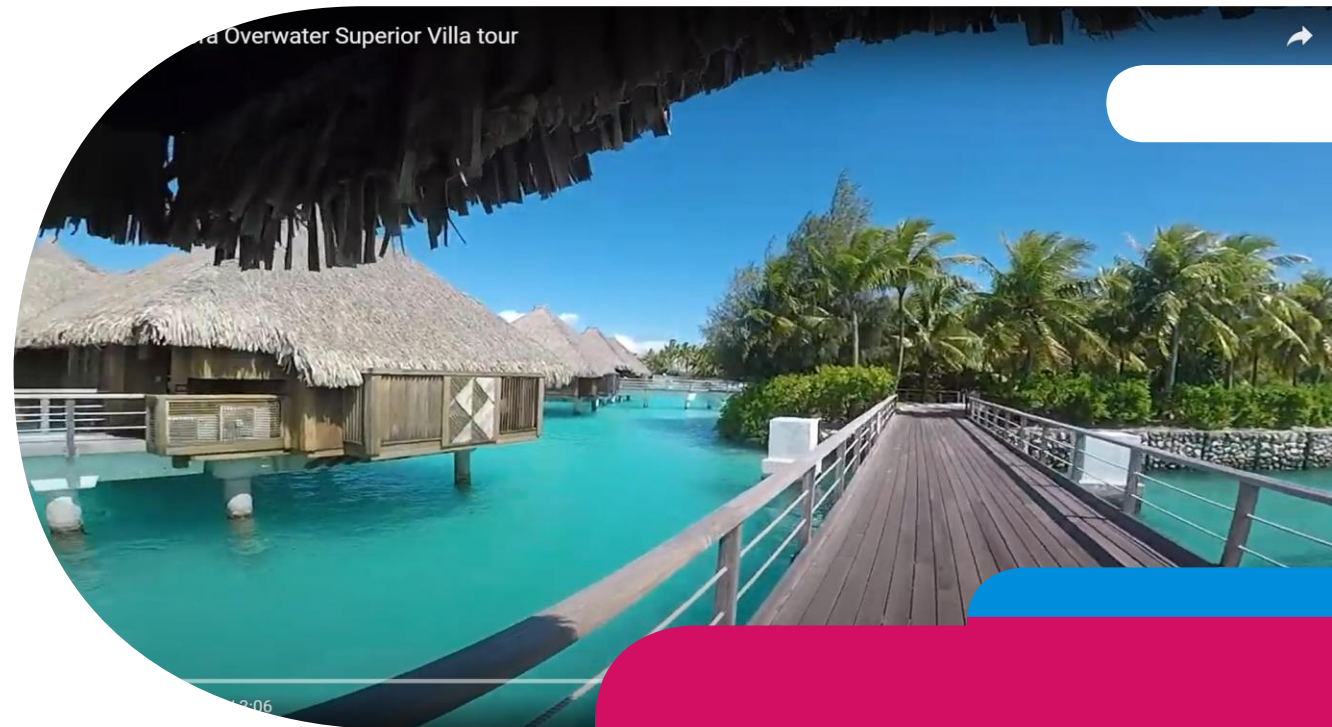


1. 4. Виртуелна реалност:

- Преку **слика, звук и други сетила** корисникот се предава во виртуелна реалност за да добие претстава какво **искуство** го очекува
- Може да вклучува **игри, интерактивно видео, 360 панорама**
- Виртуални тури
- Потребна е соодветна опрема, инвестиција

Виртуелна реалност за патувања

Виртуелна реалност видео



20.05.2021



1.4. Виртуелна реалност

Примери Виртуални тури

<http://www.airpano.com/360photo/China-Great-Wall/>

https://petitegalerie.louvre.fr/visite-virtuelle/saison2/#/petite_galerie_4/

https://www.youtube.com/watch_popup?v=qAySitA9fYU&t=20s

Maldives Travel Guide – YouTube

https://www.youtube.com/watch_popup?v=3FM1waTeTDE



1.5. Зголемена Реалност (Augmented reality)

- Много музеи во светот користат ваква технологија
- **Поефтино** е и секој **смарт телефон** или **таблет** може да се користи како средство

Бугарски пример „Хисарско наследство“ – зголемена реалност со магнети

<https://www.facebook.com/hissarya.touristcenter/videos/5389316104441937/>



1.6 Интернет на нештата (Internet of things)

1. Електронско управување на сите предмети во хотелска соба според желбите на гостите:

завеси,

осветлување,

климатизација

ТВ и т.н

2. Сообраќај

3. Системи

Интернет на нештата во туризмот

20.05.2021

Револуцијата во туризмот преку интернет на нештата

Дискусија



Кои трендови се применливи во Бугарија?

2. Трендови во однесувањето на потрошувачи и добавувачи:

1. Став кон одржлив развој
2. Очекувања за одржливи акции
3. Соработка за развој на туризмот
4. Променета улога на корисник - производител



2. 1. Став кон одржлив развој:

- Зачувување на природата
- Зачувување на ресурсите
- Според [booking.com](https://www.booking.com), 72% од патниците сметаат дека при изборот на дестинација мора да ја земат предвид заштитата на животната средина за да ја зачуваат планетата за идните генерации

Дури и мали конкретни чекори можат да придонесат кон значајни промени

20.05.2021





2.2 Очекувања за ОДРЖЛИВИ АКЦИИ

- Конкретна визија и конкретни видливи акции од туристичкиот сектор
- Напуштање на користење на пластични шишиња за вода и пијалоци
- Биоразградливи тоалетни хартии
- Еко транспорт

.....



2. 3. Соработка:

- Клуч за иновации и развој
- Се вклучуваат сите заинтересирани страни – користа треба да биде за:
 - посетителите,
 - локалното население,
 - животната средина,
 - туристичкиот сектор



2. 4. Променета улога на корисник - производител:

- Prosumers (producers – consumers) потрошувачите во туризмот сами го создаваат и уживаат во своето искуство
- Сами откриваат, планираат, патуваат до дестинации
- Споделуваат слики, видео, даваат рецензии
- Пренесуваат во живо
- Сами промовираат и маркетинат дестинации



20.05.2021

[Видео на Теди](#)

Ви благодарам!

Наташа Заранкова

Бизнис инкубатор – Гоце Делчев,
Центар за поддршка на
претприемништвото

Email: bi_gd@abv.bg

www.bi-gd.org

