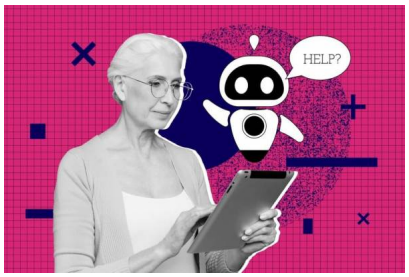
أهم 5 اتجاهات في مجال الذكاء الاصطناعي ستُحدث تحولاً جذرياً في قطاع السياحة عام 2025



يشهد قطاع السياحة تحولًا غير مسبوق بفضل الذكاء الاصطناعي؛ لم نعد نرى الأمور كما كانت سابقًا. مثلما غير الإنترنت والهواتف الذكية معالم عالمنا، يعمل الذكاء الاصطناعي الآن على كسر العادات القديمة، حيث يُغير منطق الممارسات ويرفع من توقعات المسافرين—أحيانًا بطريقة مفاجئة. عمومًا، ومع اقتراب نهاية عام 2025، يُتوقع أن يتحول هذا الذكاء إلى واحد من الأجهزة الأساسية التي تُسهم في خلق تجارب Tourism شخصية مميزة وتنفيذ العمليات بشكل آلي، مما يعزز من قوة الشركات في المنافسة. وعلى هامش ذلك، تُشير مجلة Review إلى خمسة توجهات رئيسية في هذا الميدان، تُعيد بصراحة صياغة معالم السياحة لهذا العام.

1/ الذكاء الاصطناعي التوليدي: تخصيص غير مسبوق

يبدو أن الذكاء الاصطناعي التوليدي على وشك أن يُعيد تشكيل تجارب السفر ويضفي عليها طابعًا شخصيًا فريدًا. التقنية اليوم لم تعد تقتصر على تجميع برامج رحلات بتفاصيل مألوفة فحسب، بل باتت تصيغ أدلة سفر تتماشى مع أذواق كل فرد وتبتكر صورًا مرئية تغمر العين بالإحساس بالوجهات. روبوتات الدردشة المدعومة بهذه الأنظمة تُقدم استجابات فورية تبدو طبيعية—تجاوب عن الأسئلة بدقة تثير الدهشة في معظم الأحيان. ومع مرور الوقت، تحولت هذه الأدوات من مجرد وسيلة للدعم إلى شريك عملي وإبداعي يُرافق محترفي قطاع السياحة في خطواتهم نحو تجارب جديدة.

2/ وكلاء الذكاء الاصطناعي: بوابون افتراضيون يرافقوننا في كل مكان

بحلول عام 2025، يبدو أن عالم السياحة سيشهد تحولاً غير متوقع؛ تخيل أن رحلتك تصبح أسهل من أي وقت مضى. لديك رفيق ذكي يجمع بين البساطة والذكاء، يتعرف على ذوقك ويفهم ما قد يعجبك. يقوم بتجهيز مساراتك، يحجز أنشطتك – وفي بعض الأحيان، يكون جاهزاً لمساعدتك في اللحظة نفسها، مهما كان موقعك.

أما عن هؤلاء المساعدين المدعومين بالذكاء الاصطناعي، فهم لم يعودوا مجرد أدوات تقليدية، إنهم أصبحوا أشبه بأدلة سفر مصممة خصيصاً لك. يتعرف كل مساعد على تفضيلاتك بطرق تبدو طبيعية بعض الشيء؛ إذ يقوم بتحليل اهتماماتك لتوفير برنامج رحلة فريد يتماشى مع احتياجاتك. وبقدر ما يتعلمون باستمرار، في معظم الأحيان يكونون قادرين على توقع ما قد تحتاجه، مما يساهم في رفع مستوى رضا المسافرين – أحياناً، تشعر وكأنهم جزء من عائلتك.

3/ مقاطع فيديو الذكاء الاصطناعي: أداة جديدة للوجهات والمعالم السياحية

أداة توليد فيديو تشتغل بطلب نصي بسيط ومخصصة – Sora Turbo تطبيق OpenAI كان ديسمبر مليان بالأحداث؛ أطلقت النسخة المطوّرة من مولّد Veo2، وبعد أيام قليلة، لم تبقَ جوجل في الخارج فهي طرحت Pro. وChatGPT Plus لمستخدمي الفيديو اللي عندها – وفي الأحوال دي الأدوات عمّ تتجمع وتفتح أفق جديد لإنشاء المحتوى بشكل غير متوقع.

مش بس الابتكار التكنولوجي هو المهم، إنما الحكاية بتتعدى كده لتأثر على المشهد الإبداعي بشكل جذري. بتوفر الأدوات دي فرص أسهل وأقرب للمستخدم، خاصةً للمشاريع الصغيرة والمتوسطة إللي غالباً ما بتواجه تحديات من ناحية الموارد

والميزانيات التسويقية. يعني، ببساطة، بيصير الإبداع متاح بشكل أكبر وكأنها بيمزجوا بين الاحتراف والبساطة في نفس الوقت.

مع ذلك، وخبراء الذكاء الاصطناعي عمومًا بينبهوا إنه رغم الإمكانات الكبيرة لإنشاء محتوى الفيديو، لسه في قيود تلازم الجودة والنضج – خاصةً في الحملات الترويجية الموجهة للسياحة. فلازم الواحد ياخد حذره، لأن الوضع ممكن يتغير بسرعة خلال الأشهر الجاية, وهذا يستدعي متابعة دقيقة وتروي بعض الشيء.

4/ الأتمتة: إعادة تعريف تجربة العملاء

الأتمتة: إعادة تعريف تجربة العملاء /4

تخيل معي إن الأتمتة بدأت تغير طريقة تواصل الشركات مع عملائها في السفر. في معظم الأحيان، الذكاء الاصطناعي صار يتصرف وكأنه شخص حقيقي يقدر يتعامل مع موجة من المهام في آن واحد – يعني التفاعل مع المسافرين بيصير طَبيعي وسلس بشكل ملحوظ. عندنا كم فكرة عن كيف ممكن الأمور تمشي:

نظام حجز مبسّط: بدلاً من التعقيد المعتاد، منصات مثل إكسبيديا صارت تقدر تنسق باقات كاملة تشمل الفندق والنقل والأنشطة، وكل هذا يتم ببضع نقرات قليلة، بحيث تحس وكأنك بتسوي عملية حجز عفوية وبسيطة. ردود آلية على الإيميلات: بشكل عام، الشركات بتستفيد من نظم ترد بسرعة على استفسارات الزبائن، مما يعطي انطباع إن الرد مباشر وشخصي، حتى لو كان في الآونة الأخيرة فيه بعض الاختلاف الطفيف في الأسلوب. روبوتات دردشة بعدة لغات: الفنادق بتستخدم تقنيات الدردشة اللي تدعم لغات متعددة للإجابة على تساؤلات النزلاء بلغتهم الأم، وتشتغل على مدار الساعة – مع بعض التنويع في طريقة ترتيب الجمل بحيث يظهر الرد طبيعي وغير مُرتّب بطريقة آلية تماماً.

في النهاية، الأدوات هاي تساهم بشكل ملحوظ في رفع رضا المسافرين وكمان تقلل من التكاليف التشغيلية لشركات السياحة، مع بعض اللمسات والأخطاء الصغيرة التي تُضفي عليها طابعًا بشريًا وغير مثالي تمامًا.

5/ تحوّل الموارد البشرية: تعاون بين الذكاء الاصطناعي والبشر

بدأت تُحدث فرقاً واضحاً عبر أتمتة المهام الروتينية. ،DeepSeekو ChatGPT منذ ظهور أدوات الذكاء الاصطناعي مثل تستخدم هذه التقنيات أحياناً لإعداد مسودات أولية للمستندات، أو حتى لتخطيط الاستراتيجيات وصياغة رسائل البريد الإلكتروني – وده إلى جانب توفير ترجمات سريعة في لحظات. التكنولوجيا دي بتساعد كمان في تحسين وصولنا للمعلومات، وتقديم حلول مُخصصة بشكل غير رسمي في بعض الأحيان، الشيء اللي بيتيح للموظّف إنه يفرّغ مزيد من الوقت للمهام الإبداعية والاستراتيجية، وبالتالي بترتفع الكفاءة ويُفتح باب الابتكار.

على صعيد تاني، تقرير حديث من جوجل بيقدّر إن الذكاء الاصطناعي ممكن يوفر حوالي 175 ساعة سنوياً لكل موظف؛ يعني تقريباً أكثر من شهر عمل موزع على السنة. وطبعاً، رغم إن الأرقام دي قد تبدو مبهرة، إلا إنها بتدل على تأثير كبير – بشكل عام. وعلشان كده، يوصى إن الشركات تفكر في وضع دليل استخدام عملي للذكاء الاصطناعي، بحيث يكون مرجع بسيط لموظفيها للاستفادة القصوى من الإمكانيات دي.

Date: 2025-02-17

Article link: https://www.tourism-review.net/ai-trends-transform-tourism-sector-news14797