

Діджиталізація туристичної галузі: трансформація туристичного досвіду

На сьогодні цифрова економіка в Україні є пріоритетним напрямом державного розвитку. Цифровізація або діджиталізація є основою для розвитку сучасного бізнесу. За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) кількість міжнародних туристів досягне 1,8 мільярдів осіб до 2030 р. або раніше. Оскільки цей сектор зростає швидше за міжнародну економіку і міжнародну торгівлю, важливого значення набуває виокремлення його сталого розвитку та інтеграція з моделями розвитку виробництва та споживання міжнародних товарів і послуг [2].

За останні роки туристична індустрія значно зросла, що зумовлено збільшенням глобального попиту на подорожі та розвитком цифрових технологій. Використання цифрових процесів і виробництва сприяло збільшенню частки послуг в економіці, що призвело до зростання сервісно-орієнтованих підприємств і зростання попиту на туристичні послуги [1].

Зі зростанням попиту на туристичні послуги зростають і очікування сучасних мандрівників. Туристичні компанії повинні прагнути отримати конкурентну перевагу, використовуючи технологічний прогрес і демонструючи соціальну відповідальність. Розуміння мінливої динаміки туристичних потреб стає вирішальним для підприємств та організацій сфери гостинності, оскільки це дозволяє їм залишатися на зв'язку зі споживачами та задовольняти їхні мінливі потреби.

Digital революція не оминула і туристичний бізнес. Навпаки, у туристичному бізнесі не залишилось сегментів, яких вона б не зачепила. Достатньо кількох хвилин, аби спланувати мандрівку: миттєво забронювати літак, прочитати відгук про будь-який ресторан, знайти та орендувати житло у будь-якому куточку світу. Технології зробили це все можливим і піднесли на новий рівень. Сьогодні мандрівники шукають не лише комфорт, але й технологічні зручності, такі як високошвидкісний Wi-Fi, передові готельні технології та персоналізований досвід подорожей. Поширення смартфонів, платформ соціальних мереж і технологічних інновацій у готелях і транспорті підвищило очікування майбутніх мандрівників. Ця тенденція дає можливість туристичній індустрії використовувати технології для надання розширених послуг і задоволення потреб технічно підкованих туристів. Ще одним новим явищем є те, як соціальні мережі впливають на сферу туризму. Це стосується і формату контенту, і вікової специфіки. Туристичні агенції розуміють, що до них звертаються люди, які в першу чергу цінують – час, тож миттєва комунікація – це обов'язкова умова.

Еволюційним проривом у розвитку інформаційних технологій є масштабне поширення blockchain (блокчейну). Блокчейн дозволяє значно підвищити надійність замовлень, бронювання та платежів, забезпечивши достовірність інформації та відгуків про послуги. Щоб залишатися конкурентоспроможними, туристичні підприємства, орієнтовані на майбутнє, повинні передбачати та пропонувати продукти та послуги, які відповідають новим потребам споживачів, навіть тим, які ще не повністю вивчені. Це вимагає глибокого розуміння впливу таких факторів, як соціальні платформи та сучасні інструменти комунікації на купівельну поведінку мандрівників, а також виявлення актуальних цінностей та мотивації туристів.

Діджиталізація стала рушійною силою в туристичній галузі, формуючи досвід подорожей і впливаючи на поведінку споживачів. Зростання туристичного ринку, мінливі очікування споживачів і необхідність подолання розриву між галузевими технологіями та поведінкою споживачів підкреслюють важливість впровадження цифровізації в туристичному секторі. Ефективно використовуючи технології, туристичні підприємства можуть підвищити задоволеність клієнтів, надавати персоналізовані послуги та залишатися попереду на все більш конкурентному ринку.

Список використаних джерел та літератури

1. Богашко О. Л. (2020), «Діджиталізація інформаційного простору на ринку туристичних послуг» URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2021/11/373.pdf>
2. Tsvilyj, S.M. and Bublej, H.A. (2019), «Digitalization of business processes of companies providing international travel services» URL: http://journals.iir.kiev.ua/index.php/ec_n/article/view/3765