

УДК 338.48:519.86

Богуславська А.М.

канд. фіз.-мат. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

АВТОМАТИЗАЦІЯ ТА ІНТЕГРАЦІЯ В ТУРИСТИЧНОМУ СЕКТОРІ

Цифрова трансформація справила глибокий вплив, повністю змінивши наш спосіб життя. Ці зміни поширилися і на діловий світ, сприяючи справжньому буму цифрової революції у всіх секторах індустрії, але сьогодні ми зосередимося на туристичному секторі, який переосмислив діяльність компаній в рамках яскраво вираженої технологічної концепції.

За останні два десятиліття туристичний сектор набув помітного значення у вдосконаленні своїх процесів завдяки діджиталізації. Таким

чином, цифрова трансформація в туристичному секторі дозволяє туристичним агенціям зберігати нерозкрити інформацію, яку клієнти не можуть отримати ніде більше, окрім як в офісі агенції.

Цифрова трансформація в туристичному секторі спричиняє повну зміну в тому, як люди сприймають інформацію та послуги. Тому розвиток туристичного програмного забезпечення та Інтернету усунув географічну проблему, дозволивши компаніям наблизитися до своїх клієнтів через екран.

Давайте подивимося на загальну картину туристичного сектору, який глибоко занурюється в цифрову трансформацію. Одним з найбільш значущих результатів процесу цифрової трансформації є пропозиція більш доступних послуг з акцентом на зручність і доступність. Цільові клієнти всього ринку туристичної індустрії готові витратити більше на досвід подорожей. Ці групи клієнтів користуються перевагами Інтернету в усіх сферах життя, в яких вони визначають цифрову присутність як центральний критерій для кваліфікації компанії.

Онлайн-бронювання домінує в компаніях туристичного сектору, оскільки понад 90% клієнтів – якщо не всі – шукають відпустку в Інтернеті. Окрім порівняння вартості, мандрівники також враховують відгуки та досвід, яким діляться інші в Інтернеті. Зокрема, бронювання заздалегідь відноситься до сприятливого способу для мандрівників зменшити ризики.

Фундаментальна цінність туристичного сектору спрямована на створення зв'язку між людьми та місцем розташування. Народження спільної економіки зробило онлайн-бронювання ще дешевшим. Сьогодні мандрівники отримують вигоду від різноманітності бронювань житла по всьому світу з більшою кількістю можливостей налаштування.

Звичайно, цифрова трансформація не відбувається за одну ніч, незалежно від фінансових можливостей компанії. Це постійний процес, якому немає кінця; це єдиний спосіб для компаній, які прагнуть не відставати від змін і виживати на ринку. В рамках цифрової революції туристичні підприємства змінили парадигму підходів до розуміння ефективних бізнес-процесів.

Наявність великих даних та штучного інтелекту надає компаніям потужну зброю для взаємодії зі своїми клієнтами. Опитування, проведене Google, показало, що 36% мандрівників готові платити більше за персоналізовані пакети послуг або унікальний досвід.

На завершення, цифрова трансформація в туристичному секторі досягає дуже широкого розмаху, і ви можете впровадити її прямо зараз у своїй компанії, забезпечивши собі більший доступ до ринку в цій галузі. Туристичний сектор також відчуває вплив цифрових технологій більше, ніж будь-яка інша сфера, оскільки він пропонує не фізичний продукт, а досвід, на який все більше впливає цифровий спосіб життя.