***Jak cyfrowa rewolucja wpływa na branżę turystyczną?***

**Wraz z rozwojem technologii, takich jak sztuczna inteligencja, wirtualna rzeczywistość, Internet Rzeczy, big data czy ChatGPT, rozwój nowych, zdigitalizowanych rozwiązań i produktów nabrał rozpędu. Również w branży turystycznej są one wyraźnie dostrzegalne - coraz częściej spotykamy się z takimi określeniami, jak “turystyka 4.0” czy “inteligentna turystyka”. Transformacja cyfrowa w turystyce oznacza dostosowywanie nowoczesnych rozwiązań do standardowych zadań związanych z organizacją podróży – od wyboru destynacji i planowania trasy, po rezerwację lotów i innych środków transportu, a także noclegów, lokalnych atrakcji czy restauracji.**

*O kierunku rozwoju branży turystycznej w kontekście cyfrowej rewolucji mówi Grzegorz Mikielewicz - założyciel i CEO Getaway, platformy pełniącej funkcję intuicyjnego, inteligentnego i kompletnego kreatora podróży “szytej na miarę”.*

Branża turystyczna jest nieustannie przekształcana przez nowe technologie, w praktycznie każdym jej aspekcie. Według raportu Digital Transformation Initiative (DTI)[[1]](#footnote-1) procesy cyfryzacji w sektorach podróży, turystyki i lotnictwa do 2025 r. osiągną wartość nawet 305 miliardów dolarów. Ten sam raport wskazuje, że spowodują one migrację wartości około 100 miliardów dolarów z tradycyjnych firm turystycznych do ich nowych, cyfrowych konkurentów.

**Podróżowanie = mobilność**

Według danych opublikowanych przez Statista Digital Market Outlook[[2]](#footnote-2), łączne przychody generowane poprzez aplikacje mobilne wykorzystywane w segmencie podróżniczym wzrosły w 2021 roku o 38 procent w porównaniu z rokiem poprzednim, osiągając poziom 296 milionów dolarów. Aplikacje dedykowane branży turystycznej umożliwiają zdalną obsługę praktycznie każdej sprawy związanej z podróżą na każdym etapie procesu przed- i posprzedażowego, co stanowi bardzo pożądane udogodnienie dla podróżujących. Ponadto aplikacje mobilne stają się coraz ważniejsze na etapie samej podróży. Służą np. jako mapa i alternatywa dla papierowego przewodnika, wyszukiwarka restauracji, w których serwowane są dania dla osób z różnymi nietolerancjami pokarmowymi czy też nadchodzących wydarzeń kulturalnych w danym regionie. Mogą też pełnić funkcję nawigatora do najbliższych sklepów czy punktów usługowych, przydają się również przy meldowaniu w hotelach, płatności za parkingi czy jako przewodnik w muzeach. Z uwagi na mnogość tych aplikacji, klienci coraz częściej doceniają platformy, które łączą w sobie różne funkcjonalności, tj. opcje sprzedażowe, komunikacyjne i informacyjne, co pozwala zaoszczędzić czas i wzmocnić poczucie kontroli nad wszystkimi elementami podróży.

**Jaka jest rola technologii cyfrowej w branży turystycznej?**

Cyfryzacja branży turystycznej zmierza w kierunku dostarczenia klientowi bardziej spersonalizowanej oferty i to właśnie na tym obszarze sektor ten koncentruje swoje działania. Współcześni podróżnicy oczekują wygodnej i przejrzystej prezentacji różnych opcji podróży oraz dostępu do nich w dowolnym miejscu i czasie. Możliwości lepszego dopasowania ofert do indywidualnych potrzeb potencjalnych podróżnych wzrastają np. dzięki wspomnianym aplikacjom mobilnym czy też urządzeniom opartym na technologii *Internet Rzeczy*, wykorzystywanym np. przez hotele do głosowego sterowania klimatyzacją czy przez linie lotnicze do znakowania bagażu podróżnych. Nie można nie wspomnieć również o potencjale drzemiącym w tak popularnym narzędziu, jakim jest ChatGPT, który już teraz potrafi porównać kilka różnych destynacji pod kątem różnorodnych, wskazanych mu aspektów.

Nowe technologie w turystyce to nie tylko wygoda dla klienta, ale także sposób na obniżenie kosztów dla organizatorów wyjazdów, który możliwy jest m.in. dzięki coraz bardziej rozwiniętym silnikom cenowym, optymalizującym obłożenie miejsc przy zachowaniu odpowiednich relacji kosztu do jakości. Dodatkowo, cyfryzacja pozwala na zwiększenie skali oddziaływania informacji i daje szansę na dotarcie do nowych odbiorców. Już dziś firmy z branży turystycznej, hotelarskiej czy lotniczej konsekwentnie wykorzystują sztuczną inteligencję, uczenie maszynowe czy analitykę przyszłości, np. w kampaniach marketingowych czy wydarzeniach i warsztatach online dla branży turystycznej. To wszystko przekłada się na wzrost widoczności ich marek, dzięki czemu pozyskiwanie klientów staje się dużo prostsze i - co najważniejsze - opłacalne. Gracze w branży turystycznej, którzy chcą zwiększyć swoją konkurencyjność, muszą pozostać otwarci na innowacje technologiczne, które odpowiadają potrzebom i trendom społecznym oraz pomagają poprawić efektywność finansową.

**Technologie a trendy podróżnicze**

Rewolucja cyfrowa w turystyce wyznacza również już widoczne implikacje w postaci nowych trendów rynkowych. Dzięki nieograniczonemu przepływowi informacji wzrasta świadomość konsumentów na całym świecie, którzy planując podróże, podejmują coraz bardziej świadome decyzje i szukają ofert od zaufanych dostawców.

Dodatkowo wśród użytkowników mediów społecznościowych wzrasta “efekt podążania”. Analiza zachowań podróżnych “Influencing Travel: How to Turn Lookers into Bookers”[[3]](#footnote-3) wykazała, że aż 86 procent z nich zainteresowało się konkretną wycieczką po obejrzeniu zdjęć innych osób w sieci. Efekt ten jest jeszcze wyraźniejszy w przypadku pokolenia Z, aż 92 procent przedstawicieli tej grupy wiekowej udzieliło takiej odpowiedzi. Zjawisko to ma również inny aspekt: dane dostarczane przez podróżnych w sieci mogą być agregowane i analizowane w celu personalizacji ofert czy cyklicznego monitorowania trendów.

Transformacja cyfrowa w sektorze turystycznym pełni rolę łącznika między różnego rodzaju organizatorami wyjazdów a usługodawcami, dla których umiejętność korzystania z nowoczesnych rozwiązań jest szansą na wyróżnienie się i zdobycie przewagi konkurencyjnej. Nowe technologie poprawiają również doświadczenia podróżnych i mają pozytywny wpływ na cały wymiar podróży. Z pewnością dalsza cyfryzacja sektora turystycznego przyniesie jeszcze więcej korzyści i usprawni odkrywanie każdego zakątka świata.

**O Getaway**

Getaway to platforma, która pełni funkcję intuicyjnego, inteligentnego i kompletnego kreatora podróży “szytej na miarę”. Dzięki dostępowi do preferencyjnych stawek oferowanych przez bazę hotelową i usługową na całym świecie oraz integracji wielu rozwiązań w jednym, narzędzie oszczędza klientowi zarówno czas, jak i pieniądze, dostarczając klientom najlepszą możliwą konfigurację wyjazdu. Uzupełnieniem usługi planowania podróży jest pełna opieka 24/7 oraz organizacja wszelkich formalności, takich jak odprawy online, gromadzenie potwierdzeń i udostępnienie klientowi interaktywnego przewodnika na wyjazd.

Misją twórców Getaway jest rozwój platformy w kierunku kompleksowego, zaawansowanego technologicznie narzędzia do komponowania dowolnych podróży i ich obsługi w czasie rzeczywistym, co może przyczynić się do rewolucji w nowoczesnym podróżowaniu. Spółka powstała w 2018 roku i od tego czasu intensywnie się rozwija - w 2021 roku zrealizowała rundę inwestycyjną “pre-seed”, dzięki której pozyskała finansowanie na poziomie 1,5 mln złotych od funduszu Aban Fund oraz dwóch aniołów biznesu – Łukasza Halucha i Krzysztofa Domagały. Jesienią 2023 r. Getaway planuje przeprowadzenie kolejnej rundy, której celem jest m.in. osiągnięcie pełnej skalowalności w Polsce, a docelowo również na rynkach zagranicznych, poprzez technologiczny rozwój produktu.

Marka Getaway jest tworzona przez zespół zaangażowanych ekspertów z pasją do podróżowania i nowoczesnych technologii. Założycielem i CEO marki jest Grzegorz Mikielewicz, posiadający szerokie doświadczenie w podróżach na własną rękę, które zdobywał pełniąc przez kilkanaście lat funkcję ambasadora największych na świecie marek z segmentu operatorów pokera online (w tym 7 lat jako członek PokerStars Team Online Pro).

Więcej informacji dostępnych jest na stronie www.getaway.pl

1. <https://www3.weforum.org/docs/IP/2017/MO/WEF_ATT_DigitalTransformation_WhitePaper.pdf> [↑](#footnote-ref-1)
2. <https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#topicOverview> [↑](#footnote-ref-2)
3. https://www.nosto.com/blog/ebook-influencing-travel-how-to-turn-lookers-into-bookers/ [↑](#footnote-ref-3)