

Naziv projekta / Project title	HR: Utjecaj primjene pametnih tehnologija u vodećim online putničkim agencijama EN: The impact of smart technology adoption in leading online travel agencies
Šifra projekta / Project code	ZIP-FMTU-016-11-2022
Znanstveno područje, polje i grana / Scientific area, field and branch	Društvene znanosti / Ekonomija / Poslovna informatika Social Sciences / Economics / Business Informatics
Vrsta istraživanja / Type of research	Empirijsko istraživanje Empirical research
Vrijeme trajanja istraživanja / Duration of the research	01.12.2022. – 30.11.2023.
Vrijednost projekta / Project value	2.057,20 EUR 15.500,00 HRK
Izvor financiranja / Source of funding	Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
Ključne riječi / Keywords	Pametne značajke, pametne tehnologije, OTA, turizam 4.0, hotelska industrija Smart Features, Smart Technologies, OTA, Tourism 4.0, Hotel Industry
Sažetak	HR: Važnost online putničkih agencija (OTA – online travel agencies) kontinuirano raste u području putovanja, turizma i hotelske industrije. Kako bi svi korisnici/posjetitelji specijaliziranih platformi za odabir i booking putovanja dobili odgovarajuću i personaliziranu uslugu, vodeće OTA platforme veliku pozornost daju upravo pametnim značajkama (eng. smart features) te drugim funkcionalnostima koje olakšavaju proces bookinga. Sustavnim pregledom recentnih relevantnih publikacija (baze Scopus & WOS) iz područja primjene pametnih tehnologija i pametnih značajki kao i umjetne inteligencije u vodećim online putničkim agencijama, pronađen je velik broj znanstvenih radova koji istražuju povezanost umjetne inteligencije, mobilne tehnologije, preferencija korisnika, iskustva korisnika, personalizirane usluge te naravno utjecaja pametnih tehnologija/značajki na poslovni rezultat. Na temelju relevantnih prikupljenih izvora iz područja OTA, identificirati će se niz pametnih/AI značajki vodećih OTA uz izradu komparativna analize istih. Ispitati će se veza poslovnog rezultata vodećih OTA u odnosu na pametne značajke koje koriste. Za identifikaciju značajki koje utječu na korisničko zadovoljstvo i na korisničko iskustvo izraditi će se originalni anketni upitnik u online obliku te provesti statistička analiza dobivenih odgovora uz interpretaciju rezultata. Glavni očekivani doprinos istraživanja jest bolje razumijevanje korisnika i njihovih potreba u području OTA, kako bi se pametne tehnologije ciljano koristile za poboljšanje korisničkog iskustva i zadovoljstva, a posljedično i za postizanje boljeg poslovnog rezultata.
Summary	EN: The importance of online travel agencies (OTA) is constantly increasing in the travel, tourism and hotel industry. To ensure that all users/visitors of specialized travel selection and booking platforms receive an appropriate and personalized service, leading OTA platforms place great emphasis on smart features and other functionalities that facilitate the booking process. A systematic review of recent relevant publications (Scopus & WOS databases) in the area of application of smart technologies and smart features and artificial intelligence in leading online travel agencies revealed a large number of academic papers addressing the relationship between artificial intelligence, mobile technology, user preferences, user experience, personalized services and, of course, the impact of smart technologies/features on business results. Based on the relevant collected sources from the field of OTAs, a set of smart/AI features of the leading OTAs are identified and a comparative analysis of these characteristics is conducted. The relationship between the business success of the leading OTAs and the intelligent features they use is examined. In order to identify

features that affect user satisfaction and user experience, an original questionnaire in online form is created and a statistical analysis of the responses and an interpretation of the results is performed. The main expected contribution of the research is a better understanding of users and their needs in the field of OTAs to improve user experience and satisfaction with smart technologies and consequently achieve better business results.

ISTRAŽIVAČKI TIM / RESEARCH TEAM

*Voditelj/ica projekta
/ Project leader*

Tomislav Car,
Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management

*Članovi tima /
Team members*

Mislav Šimunić,
Sveučilište u Rijeci, Fakultet za menadžment u turizmu i ugostiteljstvu
University of Rijeka, Faculty of Tourism and Hospitality Management
