

УДК 338.483

Шаповалова А.А.¹, Зацепіна Н.О.²

¹ студ. гр. ГФ-214м НУ «Запорізька політехніка»

² канд. пед. наук, доц. НУ «Запорізька політехніка»

ОСНОВНІ НАПРЯМИ ІНТЕГРАЦІЇ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В СУЧАСНУ ТУРИСТИЧНУ СФЕРУ

Сьогодні штучний інтелект в сучасному бізнесі – це затребувана цифрова технологія, яка дозволяє краще розуміти тенденції та поведінку клієнтів. В сучасному туризмі штучний інтелект (ШІ) швидко інтегрується до багатьох напрямків туристичної індустрії. Його використання дозволяє створювати персоналізовані продукти, а також покращувати процеси чи прогнозувати майбутні дії клієнтів. У якості віртуального помічника він

може пришвидшити вирішення проблем, одночасно безпечно керуючи даними.

Так, за допомогою ШІ формується персоналізація подорожей. Розповсюджуються рекомендаційні системи, за допомогою яких ШІ аналізує дані про уподобання користувача (минулі поїздки, пошукові запити, соціальні мережі) та пропонує персоналізовані маршрути, готелі, пам'ятки для відвідування та різноманітні активності. Формується динамічне ціноутворення, відстежуються попит та пропозиції, дозволяючи турагентам та платформам бронювання встановлювати оптимальні ціни на квитки та проживання. Створюються унікальні індивідуальні туристичні маршрути, адаптовані до специфічних інтересів та потреб кожного клієнта. Крім того, ШІ сприяє поліпшенню обслуговування клієнтів. Вже 56 % компаній світу використовують ШІ у клієнтському сервісі та 46 % у CRM. Один з найпоширеніших способів – чат-бот, який в якості ШІ-помічника може відповідати на запитання клієнтів 24/7, надавати інформацію про бронювання, вирішувати проблеми та допомагати із плануванням подорожей. До системи обслуговування впроваджуються віртуальні помічники, вони подібні до чат-ботів, але можуть надавати більш розширену підтримку, наприклад, переклад, розпізнавання мови та візуальну інформацію. Відбувається автоматизація обслуговування, коли ШІ автоматизує рутинні завдання, такі як обробка бронювань та відправка підтверджень, звільняючи персонал для вирішення більш складних питань.

Також, за допомогою ШІ відбувається оптимізація операційного управління підприємствами туристичного бізнесу. Він сприяє передбаченню компаніями попиту на туристичні послуги, що дозволяє їм оптимізувати ресурси та уникнути перевантажень чи нестачі, допомагає туристичним компаніям оптимізувати логістику перевезень, включаючи маршрути літаків, автобусів та інших транспортних засобів. Управління персоналом також можна оптимізувати за допомогою ШІ, він може сприяти плануванню змін та оптимізації розкладу співробітників підприємства. У напрямку маркетингу та продажів за допомогою ШІ відпрацьовується таргетована реклама. Компанії можуть спрямовувати рекламні оголошення на цільову аудиторію з урахуванням їх інтересів та переваг. ШІ аналізує дані про поведінку клієнтів, допомагаючи компаніям краще розуміти їхні потреби та покращувати свої послуги, автоматизує розсилку електронних листів, публікації у соціальних мережах та інші маркетингові активності.

Не менш важливим стає впровадження ШІ у напрямку забезпечення безпеки туристичної діяльності. Його використовують для розпізнавання осіб щодо підвищення безпеки в аеропортах та інших туристичних місцях. Відбувається моніторинг соціальних мереж щодо виявлення потенційних загроз та проблем, пов'язаних із безпекою туристів. Також ШІ може

передбачати ризики, аналізуючи дані про погоду, політичну ситуацію та інші фактори, щоб передбачати потенційні ризики для туристів. Крім того, ШІ несе в собі певні виклики та обмеження. Необхідно враховувати питання захисту даних та конфіденційності при використанні персональних даних користувачів, що вимагає дотримання суворих правил конфіденційності. Також алгоритми ШІ можуть бути упередженими, що може призвести до дискримінації у наданні послуг клієнтам. Для ефективної роботи ШІ необхідні великі обсяги якісних даних. Збої у роботі систем ШІ можуть призвести до серйозних операційних або управлінських проблем в роботі туристичних компаній.

Тому важливо відзначити, що використання ШІ у туризмі перебуває на стадії активного розвитку, і ми можемо очікувати появи нових застосувань у найближчому майбутньому. Впровадження ШІ у туристичну сферу потребує інвестицій у технології, навчання персоналу та вирішення питань захисту даних. Зрозуміло, що потенціал цього інструменту для підвищення ефективності, персоналізації та покращення туристичного досвіду є величезним. В цілому, ШІ революціонізує туристичну галузь, пропонуючи нові можливості для персоналізації, автоматизації та покращення якості обслуговування. Однак, необхідно враховувати як етичні так й питання захисту даних під час використання ШІ у цій сфері.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Махно А. Використання штучного інтелекту у туристичній діяльності [Електронний ресурс] / А. Махно, Н. Городиська. – Режим доступу:

https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/39700/2/PDT_2022_Horodyska_N-Using_of_artificial_intelligence_69-71.pdf (дата звернення: 2025.03.30). – Назва з екрана.

2. Штучний інтелект: загрози чи можливості для туризму? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://joinup.ua/uk/news/shtuchnij-intelekt-zagrozi-chi-mozhливosti-dlya-turizmu/> (дата звернення: 2025.03.30). – Назва з екрана.