

О. В. ОРЛИК

канд. екон. наук, доц.,

доцент кафедри економічної кібернетики та інформаційних технологій

Одеський національний економічний університет

Ю. М. РЕБЛЯН

здобувач вищої освіти

Одеський національний економічний університет

НАПРЯМИ ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Цифрові технології є ефективним інструментом розвитку різноманітних сфер життя суспільства, включаючи сферу туризму. Сучасні цифрові технології надали туристичній індустрії гнучкі інструменти бронювання, їх використовують для розвитку туристичного потенціалу територій.

До сучасних цифрових технологій, які активно впроваджуються в індустрії туризму, відносять: штучний інтелект (ШІ), Blockchain, Big Data, мобільні застосунки, технології віртуалізації, IoT тощо [1, с. 233].

Треба не лише йти в ногу з часом, а й передбачати та прогнозувати зміни у туристичній сфері. В умовах інформаційного (цифрового) суспільства застосування інноваційних технологій у туризмі є потребою сьогодення. Для цього використовуються різноманітні системи та застосунки, які виконують функції пошуку і замовлення авіаквитків, пошуку та бронювання готелів, оренди автомобілів, використовуються для автоматизації роботи готелів і турагентств, підвищення якості обслуговування клієнтів і збільшення їх кількості.

Штучний інтелект — популярна цифрова технологія в туристичному секторі, яка дозволяє краще розуміти тенденції та поведінку мандрівників. Це дозволяє передбачати майбутню поведінку клієнтів, створювати спеціальні продукти та оптимізувати бізнес-процеси [2, с. 70].

ШІ дуже допомагає у сфері перевезень. Наприклад, якщо на поточному рейсі виникнуть форс-мажорні обставини, бот може самостійно забронювати квитки на наступний рейс. Система підбере найрелевантніші пропозиції на основі попередньо вибраних користувачем параметрів. Існують програми, які за допомогою штучних алгоритмів обробляють особисті дані, прогнозують зростання або зниження цін у різних напрямках.

Не відстають від цифрових трендів і готелі. Так, глобальна мережа Hilton використовує ШІ для підвищення рівня обслуговування — їхній чат-бот Сонпіе допомагає гостям готелю зареєструватися, минаючи черги на стійці реєстрації, та надає рекомендації щодо найкращих місць для відвідування в цьому районі.

ШІ допомагає вирішувати найпоширеніші проблеми під час подорожей. Наприклад, подолати під час подорожі мовний бар'єр, або швидко зорієнту-

ватися на місцевості. Сьогодні, за допомогою перекладів з Google Translate і подібних програм, туристи можуть швидко зрозуміти, що написано на тому чи іншому знаку або вивісці в чужій країні.

Віртуальні помічники на основі ШІ можуть надавати в режимі реального часу інформацію про туристичні пам'ятки, місцеві події та погодні умови. Ці віртуальні помічники доступні через мобільні застосунки, які дозволяють клієнтам отримати персоналізований інтерактивний досвід під час поїздки.

Крім того, в подорожах з'явилася нова функція — географічний сервіс пошуку багажу. Наприклад, авіакомпанія Delta через власний застосунок пропонує можливість відстежувати шлях валізи через аеропорт. Це допомагає заощадити час очікування: пасажир отримує повідомлення, коли його валізу точно буде доставлено на конвеєр [3].

Інтеграція штучного інтелекту в управління туризмом також відкриває нові можливості для бізнесу для взаємодії з клієнтами. З розвитком технологій, слід очікувати, що алгоритми стануть більш досконалими, здатними розуміти людські емоції та реагувати на них. Це дозволить компаніям пропонувати більш персоналізовані функції та послуги. Перед бронюванням у туриста буде можливість віртуально досліджувати місцевість або віртуальний гід буде супроводжувати його у подорожі. Ці інновації не тільки покращать клієнтський досвід, але й нададуть туристичним підприємствам нові можливості виділитися на висококонкурентному туристичному ринку.

При цьому важливо враховувати етичні аспекти та забезпечити прозорість у використанні ШІ. Туристичні підприємства повинні бути уважними до питань конфіденційності та безпеки персональних даних, а також до можливості з боку ШІ дискримінувати певні групи клієнтів.

Наприкінці слід зазначити, що сьогодні ШІ стає невід'ємною частиною індустрії туризму та відіграє важливу роль у покращенні клієнтського досвіду. Проте все ще залишається безліч бар'єрів для його подальшого поширення в сфері туризму. Важливо знайти правильний баланс між ШІ та людською взаємодією для побудови довгострокових взаємин з клієнтами. Також потрібно попрацювати над персоніфікацією та заміною слабких форм застосування ШІ на сильніші.

Джерела

1. *Льницька-Гикавчук Г. Я.* Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2021, № 6, Т. 1. С. 232–234. DOI: 10.31891/2307-5740-2021-300-6-36.
2. *Махно А., Городиська Н.* Використання штучного інтелекту у туристичній діяльності. *Філософські виміри техніки : збірник тез III Міжнар. наук. конф. молодих учених та студентів, 1–2 грудня 2022 р. Тернопіль : ТНТУ, 2022. С. 69–71.*
3. Штучний інтелект змінить сферу туризму раз і назавжди. URL: <http://surl.li/pqdfqt> (дата звернення: 10.02.2024).