

Отже, враховуючи всю цю інформацію, можна зробити висновок, що інтеграція інструментів діджиталізації у діяльність може сприяти покращенню ефективного функціонування бізнесу на ринку, що беззаперечно підвищує його конкурентоспроможність та можливість швидко адаптуватися до змін.

Список використаної літератури:

1. Prioritize Personalization When Choosing Conversational Chatbot Platforms To Reap Rewards. Forrester : веб-сайт. URL: <http://surl.li/whsgek> (дата звернення: 07.11.2024).
2. Степанюк О., Січко Т. Особливості використання реляційних та нереляційних баз даних в Big Data. *Комп'ютерні технології обробки даних* : матеріали Всеукр. науково-практ. конф., м. Вінниця, 4 груд. 2020 р. 2020. С. 103–106. URL: <https://jktod.donnu.edu.ua/article/view/10450> (дата звернення: 07.11.2024).
3. Лазоренко Т., Шолом І. Діджиталізація як основний фактор розвитку бізнесу. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та перспективи* : І Міжнар. науково-практ. конф., м. Київ, 23 квіт. 2020 р. С. 50–51. URL: <https://confmanagement-proc.kpi.ua/article/view/201186> (дата звернення: 06.11.2024).
4. Ткачук Н., Січко Т. Застосування Big Data у бізнесі. *Комп'ютерні технології обробки даних* : матеріали Всеукр. науково-практ. конф., м. Вінниця, 8 груд. 2022 р. 2022. С. 224–226. URL: <https://jktod.donnu.edu.ua/article/view/13104> (дата звернення: 06.11.2024)
5. Головчук Ю., Худоба О., Боднар Р. Діджиталізація у сучасній індустрії туризму та гостинності: проблеми і перспективні напрями. *Проблеми сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління*. 2023. № 8. URL: <https://reicst.com.ua/pmt/article/view/2023-8-12-03/2023-8-12-03> (дата звернення: 06.11.2024)

Макарова А.В.

здобувачка вищої освіти спеціальності 073 «Менеджмент»

Сухорукова А.Л.

*кандидат наук з державного управління, доцент
«Миколаївський національний аграрний університет»
м. Миколаїв, Україна*

РОЛЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО ДОСВІДУ

Штучний інтелект (ШІ) поступово перетворює туристичну галузь, надаючи їй потужного інструменту для персоналізації клієнтського досвіду. Завдяки здатності аналізувати величезні обсяги даних, ці системи дозволяють створювати індивідуальні пропозиції, які відповідають конкретним потребам і вподобанням кожного туриста [1, с.16].

Впровадити штучний інтелект, зокрема, в сферу туризму можна через декілька етапів:

- ✓ Аналіз потреб (ідентифікація проблемних зон, визначення цільової аудиторії, оцінка технологічних можливостей).
- ✓ Розробка стратегії (визначення цілей, створення дорожньої карти, вибір технологій).

✓ Впровадження (розробка продуктів або послуг, інтеграція з існуючими системами, навчання персоналу).

✓ Оцінка ефективності (збір даних, аналіз даних, внесення коригувань).

ШІ-системи аналізують величезні масиви даних про користувачів, включаючи історію подорожей, відгуки, бронювання, а також інформацію з соціальних мереж. На основі цього аналізу створюється детальний профіль кожного клієнта, який дозволяє точно визначити його інтереси, вподобання та потреби.

Персоналізація у готельному бізнесі проявляється у всьому: від налаштування температури в номері до рекомендацій щодо ресторанів. ШІ може передбачити, які послуги гостю можуть знадобитися під час перебування в готелі, і забезпечити їхню наявність заздалегідь.

Авіакомпанії використовують ШІ для динамічного ціноутворення, персоналізованих пропозицій та оптимізації маршрутів. Наприклад, система може запропонувати вам вигіднішу пропозицію, якщо ви готові змінити дати подорожі або вибрати інший аеропорт.

Туристичні агентства за допомогою штучного інтелекту можуть створювати унікальні туристичні пакети, підбирати ідеальні варіанти проживання та розваг, а також надавати персоналізовані рекомендації щодо визначних пам'яток.

Штучний інтелект – це не лише про персоналізацію. Його застосування в туристичній індустрії набагато ширше. Він допомагає оптимізувати маркетингові кампанії, роблячи їх більш цільовими та ефективними. Завдяки ньому можна швидко аналізувати великі обсяги відгуків клієнтів, виявляти загальні тенденції та оперативно вносити необхідні зміни в роботу компанії. Більш того, ШІ відкриває нові можливості для віртуальних подорожей, дозволяючи потенційним туристам зануритися в атмосферу бажаного місця ще до поїздки. А завдяки розпізнаванню мови, спілкування з туристичними компаніями стає більш природним та зручним. [3, с.121]

Переваги його використання в туризмі очевидні. Індивідуальний підхід, який забезпечує ШІ, підвищує лояльність клієнтів, а персоналізовані пропозиції стимулюють зростання продажів. Автоматизація багатьох рутинних процесів дозволяє оптимізувати витрати та підвищити ефективність роботи компаній. Крім того, він забезпечує швидку та ефективну підтримку клієнтів, що значно покращує їхній досвід взаємодії з туристичними компаніями.

Таким чином, штучний інтелект перетворює туристичну індустрію, надаючи їй потужного інструменту для підвищення якості послуг, збільшення продажів та створення більш приємного досвіду для клієнтів.

Ці системи не лише персоналізують досвід подорожей, а й роблять його більш доступним. За допомогою ШІ можна створювати інклюзивні туристичні продукти, враховуючи потреби людей з обмеженими можливостями. Наприклад, алгоритми можуть підбирати готелі з пандусами, розробляти маршрути без архітектурних бар'єрів або рекомендувати місця, де можна орендувати спеціальне обладнання.

Одним із ключових аспектів використання ШІ є забезпечення безпеки, а саме здатність проактивно виявляти потенційні загрози. ШІ-системи можуть аналізувати великі масиви даних з різних джерел, таких як новини, соціальні мережі, дані про погоду та транспорт, для ідентифікації потенційних небезпек, таких як природні катаклізми, політичні заворушення чи кримінальні діяння. Чат-боти на основі ШІ можуть надавати туристам актуальну інформацію про безпеку, відповідати на їхні запитання та надавати рекомендації. Крім того, ШІ може бути використаний для перекладу мови в режимі реального часу, що полегшує спілкування між туристами та місцевими жителями. Це дозволяє туристичним компаніям та органам влади своєчасно попереджати туристів про можливі загрози та вживати необхідних заходів.

І нарешті, ШІ сприяє розвитку екологічного туризму. Алгоритми можуть аналізувати дані про екологічний стан різних регіонів та рекомендувати туристам екологічно чисті маршрути та види відпочинку. Це допомагає зберегти природу та сприяє розвитку стійкого туризму.

Таким чином, штучний інтелект перетворює туристичну індустрію, роблячи її більш індивідуальною, доступною, безпечною та екологічною. І це лише початок, оскільки технології ШІ продовжують розвиватися, відкриваючи перед нами нові можливості для незабутніх подорожей.

Список використаних джерел:

1. Білогурова Г. В. Інформаційні системи і технології в туризмі: Конспект лекцій з курсу для студентів 3 курсу денної та заочної форм навчання напряму 6.140103 – Туризм / Г. В. Білогурова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. – С. 16.
2. Ільницька-Гикавчук Г.Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки.* 2021. №6 (300). С. 232–234.
3. Худавердієва В.А., Ланков М.М. Інформаційні та Digital-технології в індустрії туризму і гостинності в умовах нової реальності і потреб ринку // *Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності: глобальні виклики. Матеріали Міжнар. наук.-практ. Інтернет-конф.* Харків. 2022, С. 121.
4. Arabov, N., Sukhorukova, A., Voloshyna-Sidei, V., Khomitov, K., Nasimov, D., Ismailov, B., & Bakayev, Z. (2023). Assessment of the efficiency of public-private partnership in the service sector. *E3S Web of Conferences*, 452, 05028, С. 3.