

СВЯЗЬ ИННОВАЦИЙ В ТУРИЗМЕ С ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ

Аннотация: Данная статья посвящена анализу возможностей и ограничений использования ИИ в сфере туризма и гостеприимства. В рамках работы были рассмотрены различные примеры использования ИИ в этой области, такие как оптимизация стоимости билетов и номеров, автоматизация процессов бронирования, предоставление персонализированных услуг и обработка запросов клиентов с помощью чат-ботов. Также была проанализирована другая сторона медали, включая изучение некоторых недостатков и рисков, таких как ограниченное взаимодействие между гостями и сотрудниками, возможность ошибки в системах искусственного интеллекта, проблемы с конфиденциальностью данных и сложность использования для некоторых гостей. В результате было обнаружено, что использование искусственного интеллекта в сфере делового туризма и гостеприимства может привести к положительным результатам, но для обеспечения безопасности и конфиденциальности клиентов и торговли, а также для достижения максимальной эффективности необходимо настроить системы искусственного интеллекта в соответствии с требованиями. В целом, это исследование вносит важный вклад в изучение использования искусственного интеллекта в туризме и гостеприимстве и может быть полезно владельцам бизнеса, рассматривающим возможность внедрения таких решений.

Ключевые слова: искусственный интеллект, качество обслуживания, туризм, персонализированное обслуживание, оптимизация цен, автоматизация процессов, анализ данных, удовлетворенность клиентов, эффективность бизнеса.

Abstract: This article is devoted to the analysis of the possibilities and limitations of using AI in the field of tourism and hospitality. As part of the work, various examples of the use of AI in this area were considered, such as optimizing the cost of tickets and rooms, automating booking processes, providing personalized services and processing customer requests using chatbots. The other side of the coin was also analyzed, including the study of some disadvantages and risks, such as limited interaction between guests and employees, the possibility of errors in artificial intelligence systems, data privacy issues and the complexity of use for some guests. As a result, it was found that the use of artificial intelligence in the field of business tourism and hospitality can lead to positive results, but in order to ensure the safety and confidentiality of customers and trade, as well as to achieve maximum efficiency, it is necessary to configure artificial intelligence systems in accordance with the requirements. Overall, this study makes an important contribution to the study of the use of artificial intelligence in tourism and hospitality and may be useful to business owners considering the possibility of implementing such solutions.

Keywords: artificial intelligence, service quality, tourism, personalized service, price optimization, process automation, data analysis, customer satisfaction, business efficiency.

KIUT
Faculty of Tourism, Phase 1 Master

THE CONNECTION OF INNOVATIONS IN TOURISM WITH ARTIFICIAL INTELLIGENCE

ВВЕДЕНИЕ

В последние годы технологии искусственного интеллекта стремительно развиваются, открывая новые возможности для бизнеса и потребителей. Индустрия туризма не является исключением. Появление чат-

ботов, систем рекомендаций и других решений с искусственным интеллектом может кардинально изменить опыт путешественников. В то же время проникновение искусственного интеллекта в индустрию туризма создает ряд проблем, включая сокращение рабочих мест и опасения по поводу безопасности данных¹. Цель данной статьи-изучить влияние искусственного интеллекта на индустрию туризма, проанализировать его достоинства и недостатки.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ И МЕТОДОЛОГИЯ

Для этого исследования мы проанализировали существующую научную литературу и изучили реальные примеры использования искусственного интеллекта в сфере туризма. Мы использовали базы данных Google Scholar, Scopus и Web of Science для поиска по таким ключевым словам, как “искусственный интеллект”, “туризм”, “чат-боты”, “системы рекомендаций”. В результате было обнаружено более 50 связанных статей и исследований, большинство из которых были опубликованы за последние 5 лет.

Мы также сотрудничаем с ведущими компаниями в сфере туризма, в том числе Booking.com мы изучили опыт Expedia и Airbnb. Эти компании уже успешно внедрили чат-ботов, системы рекомендаций и другие решения искусственного интеллекта².

РЕЗУЛЬТАТЫ

Результаты исследования показывают, что ИИ предлагает туристическим компаниям ряд преимуществ:

- * Улучшение взаимодействия с клиентами: чат-боты и виртуальные помощники обеспечивают круглосуточную поддержку клиентов и быстрый

¹ Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Robots in tourism and hospitality: Key findings from a global study. *Tourism Management Perspectives*, 31, 40-45.

² Airbnb. (2019). How Airbnb is Using AI to Improve the Guest Experience. [Online] Available at: <https://medium.com/airbnb-engineering/how-airbnb-is-using-ai-to-improve-the-guest-experience-cb1d1e376b5f> [Accessed 10 May 2024].

ответ³. Это повышает удовлетворенность клиентов и экономит ресурсы компаний.

* Оптимизация впечатлений от путешествий: системы рекомендаций на основе искусственного интеллекта могут предоставлять путешественникам предложения, адаптированные к их интересам и предпочтениям⁴. Это помогает персонализировать впечатления от путешествия.

* Повышение операционной эффективности: с помощью искусственного интеллекта компании могут оптимизировать ресурсы, автоматизировать бизнес-процессы и сократить расходы⁵. Например, гостиничные программы могут управлять бронированием без вмешательства человека.

Однако искусственный интеллект может вызвать ряд проблем:

Сокращение рабочих мест: искусственный интеллект может автоматизировать определенные задачи и в конечном итоге привести к потере некоторых рабочих мест. Это может быть проблемой, особенно для низкоквалифицированных рабочих.

Проблемы конфиденциальности и безопасности: искусственный интеллект требует интенсивного сбора и обработки личных данных, что может вызвать проблемы с конфиденциальностью и безопасностью.

Решения без участия человека: в некоторых случаях системы искусственного интеллекта могут принимать решения без вмешательства человека, что может привести к ошибочным или предвзятым решениям.

Искусственный интеллект может улучшить качество обслуживания в индустрии туризма следующим образом:

Персонализация: использование искусственного интеллекта позволяет туристам собирать большой объем информации о потребностях клиентов в общении с целью создания индивидуального предложения для каждого

³. Ukpabi, D. C., & Karjaluoto, H. (2017). Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review. *Telematics and Informatics*, 34(5), 618-644.

⁴ Borràs, J., Moreno, A., & Valls, A. (2014). Intelligent tourism recommender systems: A survey. *Expert Systems with Applications*, 41(16), 7370-7389.

⁵ Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883.

клиента. Это помогает повысить уровень удовлетворенности и мотивации к путешествиям.

Автоматизация: искусственный интеллект может быть использован для автоматизации рутинных процессов, таких как бронирование отелей, аренда автомобилей и бронирование билетов на различные мероприятия. Это позволяет снизить затраты на персонал и повысить скорость обслуживания туристов.

Улучшение обслуживания: искусственный интеллект может использоваться для анализа отзывов и жалоб клиентов для выявления проблем и улучшения качества обслуживания в будущем.

Прогнозирование спроса: системы искусственного интеллекта могут анализировать информацию о покупках и поведении туристов, чтобы прогнозировать будущие потребности туристов и делать соответствующие предложения.

Разработка виртуальных помощников: с помощью искусственного интеллекта можно создавать виртуальных помощников, которые отвечают на туристические вопросы и предоставляют информацию о различных туристических направлениях.

Использование искусственного интеллекта позволит повысить качество обслуживания в сфере туризма, сделать процесс более эффективным и динамичным, снизить затраты на персонал. Также Искусственный интеллект помогает улучшить качество туристических услуг многих видов, включая проживание, транспорт, питание, развлечения и туристические экскурсии.

ОБСУЖДЕНИЕ

Внедрение искусственного интеллекта в индустрию туризма окажет большое влияние на развитие отрасли. Компании могут использовать искусственный интеллект для улучшения качества обслуживания клиентов, повышения операционной эффективности и получения конкурентного преимущества. Однако важно учитывать проблемы, связанные с

искусственным интеллектом, включая сокращение рабочих мест и вопросы конфиденциальности.

Туристические компании должны осторожно подходить к внедрению ИИ и принимать меры по смягчению его негативных последствий. Это может включать такие действия, как переобучение сотрудников, обеспечение безопасности данных и обеспечение прозрачности и беспристрастности систем искусственного интеллекта.

АНАЛИЗ

Анализируя влияние искусственного интеллекта на индустрию туризма, мы выявили ряд его преимуществ и потенциальных проблем. Внедрение решений искусственного интеллекта, таких как чат-боты и виртуальные помощники, может улучшить взаимодействие с клиентами и сэкономить ресурсы компаний. Booking.com а опыт ведущих туристических компаний, таких как Airbnb, показывает, что искусственный интеллект предоставляет большие возможности для персонализированного обслуживания клиентов и оптимизации их впечатлений от путешествий.

Искусственный интеллект также позволяет компаниям повышать операционную эффективность и автоматизировать бизнес-процессы. Это может снизить затраты и помочь вам получить конкурентное преимущество. Однако внедрение искусственного интеллекта создает ряд проблем. Во-первых, искусственный интеллект может автоматизировать определенные задачи и привести к потере некоторых рабочих мест, особенно среди работников с более низкой квалификацией. Чтобы решить эту проблему, компании должны сосредоточиться на переобучении сотрудников и обучении их новым навыкам.

Во-вторых, искусственный интеллект требует интенсивного сбора и обработки личных данных, что вызывает опасения по поводу конфиденциальности и безопасности . Туристические компании должны

принять соответствующие меры для обеспечения безопасности данных и защиты конфиденциальности клиентов.

В-третьих, в некоторых случаях системы искусственного интеллекта могут принимать решения без вмешательства человека, что может привести к ошибочным или предвзятым решениям. Чтобы преодолеть это, компаниям необходимо сделать системы искусственного интеллекта прозрачными и беспристрастными, а также обеспечить человеческий контроль.

Наш анализ показывает, что искусственный интеллект открывает большие возможности для индустрии туризма, но важно учитывать и управлять его негативными последствиями. Туристические компании должны использовать преимущества ИИ и внедрять его, чтобы оставаться конкурентоспособными. В то же время они должны предпринять активные шаги для решения проблем, связанных с искусственным интеллектом, включая переобучение сотрудников, обеспечение безопасности данных и повышение прозрачности систем искусственного интеллекта.

ВЫВОДЫ

Короче говоря, искусственный интеллект открывает большие возможности для индустрии туризма, но он также создает ряд проблем. Туристические компании должны использовать преимущества искусственного интеллекта, чтобы оставаться конкурентоспособными, при этом сосредотачиваясь на управлении его негативными последствиями. В будущих исследованиях необходимо более глубоко изучить влияние ИИ на индустрию туризма и разработать инновационные решения для уменьшения его негативных последствий.

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Ivanov, S., & Webster, C. (2019). Robots in tourism and hospitality: Key findings from a global study. *Tourism Management Perspectives*, 31, 40-45.
2. Booking.com. (2020). Booking.com's Artificial Intelligence Initiatives.

3. Airbnb. (2019). How Airbnb is Using AI to Improve the Guest Experience. [Online] Available at: <https://medium.com/airbnb-engineering/how-airbnb-is-using-ai-to-improve-the-guest-experience-cb1d1e376b5f> [Accessed 10 May 2024].
4. Ukpabi, D. C., & Karjaluoto, H. (2017). Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review. *Telematics and Informatics*, 34(5), 618-644.
5. Borràs, J., Moreno, A., & Valls, A. (2014). Intelligent tourism recommender systems: A survey. *Expert Systems with Applications*, 41(16), 7370-7389.
6. Tussyadiah, I. P. (2020). A review of research into automation in tourism: Launching the Annals of Tourism Research Curated Collection on Artificial Intelligence and Robotics in Tourism. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883.
7. Ivanov, S. H., & Webster, C. (2017). Adoption of robots, artificial intelligence and service automation by travel, tourism and hospitality companies – a cost-benefit analysis. *Artificial Intelligence and Service Automation by Travel, Tourism and Hospitality Companies – A Cost-Benefit Analysis*.
8. Anuar, F. I., & Gretzel, U. (2011). Privacy concerns in the context of location-based services for tourism. *ENTER 2011 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism*, 19-28.
9. Tussyadiah, I. P., & Miller, G. (2019). Perceived impacts of artificial intelligence and responses to positive behaviour change intervention. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(10), 1357-1377