

УДК 338.48

ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ В ТРЕВЕЛ ИНДУСТРИИ

Поддубный Данил Александрович

Студент 2-го курса группы ТД-201

ЧОУ ВО ЮУ (ИУБИП)

e-mail: danilap2@mail.ru

Научный руководитель: к.э.н., доцент Григорьева Н.С.

Аннотация: В данной статье раскрываются основные принципы и перспективы применения искусственного интеллекта в индустрии туризма.

Ключевые слова: туризм, тревел индустрия, искусственный интеллект.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN THE TRAVEL INDUSTRY

Poddubny Danil Alexandrovich

Supervisor: Grigoryeva N.S.

Abstract: This article reveals the basic principles of the use of artificial intelligence in the tourism industry.

Keywords: tourism, travel industry, artificial intelligence.

Искусственный интеллект существует уже несколько лет, но в последнее время его полезность в различных отраслях сильно возросла. Тур сервисы и компании все чаще применяют технологии ИИ в своей работе [1].

Как же искусственный интеллект преобразует индустрию туризма? Туристическая индустрия постоянно преобразуется. Будь то адаптация к новому ландшафту путешествий или использование элементов искусственного интеллекта для улучшения своих возможностей, индустрия всегда идет в ногу со временем [2]. Искусственный интеллект уже меняет огромное множество аспектов в обслуживании клиентов, будь то помощь в подборе путешествия или помощь в идентификации пассажиров во время этого путешествия [4]. Рассмотрим те услуги, которые ИИ уже может предоставлять клиентам и туристическим фирмам.

Одно из самых полезных применений искусственного интеллекта это *сбор и анализ данных*. Анализируя информацию, предоставленную клиентами, можно сделать различные выводы [5]. Это может помочь в

разработке ценообразований и создании бизнес-планов. Например, анализ различных туристических регионов стран, составление топа самых посещаемых, труднодоступных, любимых или ненавистных районов [6]. Искусственный интеллект может быстро и эффективно сортировать самые разнообразные данные, например, отзывы клиентов о работе отелей, авиакомпаний, туристических агентов и операторов [7].

Повышение производительности труда -это еще одна задача с которой справляется ИИ. При использовании искусственного интеллекта область человеческой ошибки сильно сокращается. Задача, которая потребовала бы нескольких человек, может быть легко выполнена с помощью компьютера, тем самым повышая производительность и сокращая затраты [8]. Также ИИ может давать подсказки работникам в режиме реального времени, улучшая качество сервиса. Кроме того, он позволяет сэкономить деньги компании за счет упрощения процессов обучения персонала и найма менее квалифицированных сотрудников [9].

Для клиентов же существует огромное количество помощников ИИ. Такие как *чат-боты*. Гостиничные сети начали использовать чат-ботов для повышения качества обслуживания клиентов. Чат-боты с искусственным интеллектом могут быть настроены для поддержки программ лояльности клиентов и оказания им помощи, быстро отвечают на соответствующие вопросы, заказы и жалобы гостей [10].

Еще один вид помощи клиентам это *использование алгоритмов персонализации*. Когда клиент выбирает для себя тур, он опирается на три составляющие [11]: доступную цену, ассортимент и удобство. Зачастую, чтобы найти идеальный для себя вариант, человеку приходится потратить несколько дней. По данным исследований, потенциальный турист проводит на сайте ОТА (сайт онлайн-турагентства) от 5 до 7 сессий с целью выбрать подходящее ему путешествие. В этой ситуации на помощь могут прийти алгоритмы, анализирующие поведение клиента на своей платформе: что искал человек, в какой последовательности, что добавил в избранное и

сколько раз вернулся на данный сайт. Собрал воедино всю информацию о пользователе, сервис предлагает самые подходящие варианты.

Стоит учитывать, что все вышеперечисленные способы применения ИИ еще не являются совершенными. Многие варианты их реализации являются спорными на практике. Но можно с уверенностью сказать, что все они крайне перспективны и с течением времени их использование будет только расширяться. Подтверждение моих мыслей можно увидеть в тех изменениях, которые произошли с тревел индустрией в период пандемии и первых карантин. Хотя и болезненно, но туристская индустрия смогла пережить эти непростые времена. А самые прогрессивные фирмы и компании даже смогли извлечь из этого выгоды. Но все же период 2020 года сильно преобразовал всю индустрию и заставил ее двигаться дальше. Именно этот период обратил внимание туристических фирм на различные технологии, как на их спасение.

Если говорить о появлении ИИ в российский турбизнес, то здесь можно найти несколько проблем:

1. Во-первых, туристический рынок в России даже сейчас не полностью смог перестроиться на онлайн бронирование. Многие люди просто не доверяют интернету.
2. Во-вторых, финансовый кризис, вызванный пандемией, еще сильнее ударил по еще не окрепшей российской туристической индустрии. Да так, что даже цены на внутренний туризм стали выше, чем на внешний.
3. В-третьих, это уток отечественных профессионалов за границу, в погоне за более выгодными предложениями.

Таким образом, можно сказать, что хоть Россия и является одним из лидеров в использовании ИИ, благодаря таким компаниям как: Яндекс, VisionLabs, Мивар и т.д. но все же в туристической индустрии применение таких технологий сильно заторможено.

Однако не стоит сомневаться, что за искусственным интеллектом будущее туристической отрасли. Ведь благодаря ИИ клиенты смогут удобнее, дешевле и быстрее приобретать туры, а бизнес получит огромные экономические выгоды. Так же не стоит забывать об относительно молодых технологиях Блокчейна, которые уже сейчас поднимают спрос на освоение ИИ и нейросетей.

Библиографический список

1. Колычева Ж.Я., Григорьева Н.С. Мультипликативный эффект от предпринимательских воздействий в инфраструктурную сферу региона // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2016. – № 2 (69). – С. 28-32.
2. Григорьева Н.С., Шевердина И.В. Ключевые параметры поддержки развития делового туризма в Ростовской области // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1. – С. 22-26.
3. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я. Стратегические направления инновационного развития регионов // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2017. – № 6 (85). – С. 22-25.
4. Григорьева Н.С. Влияние качества образовательных услуг на экономическое развитие региона // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 10-14.
5. Григорьева Н.С. Возможности и перспективы развития сельского туризма в Ростовской области // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2020. – № 1 (116). – С. 24-28.
6. Григорьева Н.С. Приоритетные направления повышения социально-экономической эффективности государственного регулирования малого бизнеса // Проблемы и перспективы развития предпринимательства в России. Сборник докладов международной научно-практической конференции. – 2011. – С. 101-107.
7. Колычева Ж.Я. Проблемы и перспективы развития малого и среднего бизнеса // Интеллектуальные ресурсы – региональному развитию. – 2017. – № 1-1. – С. 46-51.
8. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я., Дынник Д.И. Цифровая трансформация системы управления туристским комплексом // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2021. – № 1 (128). – С. 40-44.
9. Григорьева Н.С. Повышение конкурентоспособности предприятий гостиничного бизнеса Ростовской области // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки. – 2020. – № 1. – С. 115-120.
10. Григорьева Н.С., Колычева Ж.Я. Необходимость повышения конкурентоспособности вуза на современном этапе развития экономики // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. – 2018. – № 8 (99). – С. 7-9.
11. Григорьева Н.С. Необходимость и возможности устойчивого развития регионов // ТРУДЫ МЕЖДУНАРОДНОЙ НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОЙ КОНФЕРЕНЦИИ "ТРАНСПОРТ-2015" / ФГБОУ ВПО «РОСТОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПУТЕЙ СООБЩЕНИЯ». – 2015. – С. 72-73.