

ЧАТ-БОТИ ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ЗАСІБ ВЗАЄМОДІЇ В ТУРИСТИЧНІЙ ІНДУСТРІЇ

Орлик О.В., кандидат економічних наук, доцент,
Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-1235-7838>

Сметаннікова С.В., здобувачка вищої освіти,
Одеський національний економічний університет, м. Одеса, Україна

Останніми роками набувають популярності спеціальні програми для автоматичного спілкування з користувачами – чат-боти, які можна підключити до будь-якої платформи для спілкування, наприклад Facebook Messenger, Telegram, WhatsApp, Viber. Актуальність використання чат-ботів суб'єктами туристичної діяльності визначається швидкими та глибокими змінами в способах, якими мандрівники зараз шукають та планують свої подорожі. Чат-боти стають невід'ємною частиною цього еволюційного процесу, надаючи ряд значних переваг.

Чат-боти – це програми, які можуть автоматично спілкуватися з користувачами за допомогою текстових або голосових повідомлень на сайтах, у месенджерах та мобільних застосунках. Основною їхньою метою є забезпечення безперервної взаємодії з користувачами, надання інформації, консультування, допомога з вибором товарів та послуг, обробка замовлень, проведення опитувань тощо.

Туристичний чат-бот – це інноваційний засіб надати дійсним та потенційним клієнтами інформацію про компанію, її послуги, актуальні пропозиції, оформити продаж туру.

В туристичній діяльності чат-боти використовуються найчастіше для: надання інформації про місце розташування та графік роботи компанії, туристичні послуги, спеціальні пропозиції та акції, ціни на товари та послуги тощо; проведення різноманітних опитувань; підбору та бронювання туристичних товарів чи послуг серед запропонованих на ринку [1, с. 71].

Чат-боти для туркомпаній, які займаються продажем турів, часто включають функціонал для взаємодії з клієнтами, можливість запису на онлайн-зустріч з менеджером, перевірки доступності часу для запису, замовлення зворотного зв'язку та отримання відповідей на базові питання в чат-боті. Також, такі чат-боти містять каталог актуальних турів для відпочинку [2].

До переваг застосування чат-ботів суб'єктами туристичної діяльності можна віднести [3, с. 62; 4]: доступність в режимі 24/7;

негайну та надійну інформаційну підтримку; можливість зв'язатися з користувачами, які пройшли чат-бот; збір та аналіз даних в режимі реального часу; персоналізований підхід до клієнтів; можливість пошуку квитків, готелів та побудови маршруту; оптимізацію процесів бронювання; економію часу та ресурсів; зниження навантаження на персонал; ефективність та швидкість; збільшення конверсії; підвищення задоволеності клієнтів; збільшення їх лояльності; швидке навчання чат-боту та його адаптацію до потреб клієнтів; поліпшення досвіду клієнтів; масштабованість; дотримання стандартів та політик компанії та ін.

Однією з переваг чат-ботів є те, що вони доступні 24/7, не потребують людського втручання та можуть обробляти велику кількість запитів одночасно, відповідаючи на запитання та допомагаючи з бронюваннями. Це відповідає потребам сучасних мандрівників та дозволяє туристичним компаніям надавати швидку та ефективну підтримку своїм клієнтам, які можуть звертатися до чат-ботів з будь-яких питань, проблем або побажань, пов'язаних з їхніми подорожами. Наприклад, чат-боти можуть допомогти клієнтам знайти та забронювати авіаквитки, готелі, тури, екскурсії, трансфери, страхування тощо. Також чат-боти можуть надавати корисну інформацію про погоду, поточний курс валюти, візи, митні правила, місцеві закони, культуру, атракціони, ресторани, магазини та інше.

Чат-боти можуть забезпечувати персоналізований підхід до клієнтів, адаптуючи свої відповіді до індивідуальних потреб та уподобань клієнтів, використовуючи штучний інтелект, машинне навчання та аналіз даних. Це дозволяє туристичним компаніям створювати персоналізовані пропозиції, рекомендації та спеціальні акції для своїх клієнтів, які враховують їхній бюджет, уподобання, інтереси, попередній досвід, відгуки тощо. Наприклад, чат-боти можуть запропонувати клієнтам найкращі варіанти подорожі на основі їхніх відповідей на певні запитання, або надіслати їм спеціальні пропозиції на основі їхньої геолокації, історії бронювань, сезонності тощо.

Ще однією перевагою чат-ботів є те, що вони можуть підвищити задоволення від подорожей, надаючи клієнтам розважальний, інтерактивний та емоційний контент. Це дозволяє суб'єктам туристичної діяльності створювати сильніші зв'язки зі своїми клієнтами, збільшувати їхню лояльність, відгуки та репутацію. Наприклад, чат-боти можуть розповідати цікаві історії, факти, лайфхаки, пропонувати добірки найкращих місць для мандрівників, надіслати фото, відео, аудіо, стікери, емодзі тощо.

Проте, чат-боти також мають деякі недоліки та виклики. Одним з них є те, що чат-боти можуть мати обмежені можливості розуміння, обробки та відповіді на складні, неоднозначні або емоційні запити клієнтів. Це може призвести до помилок та невідповідностей у відповідях, незадоволення з боку користувачів, виникнення конфліктних ситуацій. Наприклад, чат-боти можуть не розуміти сарказм, жарти, іронію, сленг, діалекти, акценти, помилки, орфографію тощо. Також вони можуть не враховувати контекст, історію, настрій, тон, емоції, особистість, культуру, соціальні норми тощо. Тому, чат-боти повинні мати можливість перенаправляти клієнтів до операторів-людей у випадку потреби, або вибачатися за свої помилки та вчитися на них.

Іншим недоліком є те, що чат-боти збирають, зберігають, обробляють та передають великі обсяги даних про клієнтів, такі як їхні імена, контакти, паспортні дані, платіжні дані, місцезнаходження, інтереси, поведінка, відгуки тощо. Ці дані можуть бути використані для поліпшення якості сервісу, але також можуть бути викрадені, фальсифіковані або використані для шахрайства, шпигунства, злочинності, дискримінації, пропаганди тощо. Наприклад, чат-боти можуть бути взламани, змінені, скопійовані, використані для розсилання спаму, вірусів, фішингу, троянів, реклами тощо. Також чат-боти можуть порушувати права, свободи, гідність, мораль, культуру, релігію, традиції, очікування, довіру клієнтів та туристичних компаній. Тому, розробники чат-ботів повинні дотримуватися законів, норм, стандартів, правил, кодексів, політик, протоколів та інших процедур, які регулюють їхню діяльність та гарантують конфіденційність, безпеку та дотримання етичних аспектів.

Отже, чат-боти є потужним інноваційним інструментом для туристичної індустрії, який може принести багато переваг для клієнтів та туристичних компаній, проте також має деякі негативні аспекти, які потребують уваги та вирішення.

Слід зазначити, що перед тим, як вибрати чат-бот для свого туристичного бізнесу, потрібно обов'язково визначити цілі його використання та врахувати декілька моментів [5]: чат-боти на основі правил використовують їх набір для визначення того, як реагувати на вхідні запити користувачів, тоді як чат-боти на основі ШІ використовують машинне навчання для розуміння контексту запитів та надання більш релевантних відповідей; деякі чат-боти можуть давати лише відповіді на запитання, тоді як інші – виконувати такі завдання, як продажі або надання інформаційної підтримки; чат-бот повинен легко інтегруватися з існуючими системами; вартість створення та налаштування чат-боту залежить від його функціональності та складності.

Наприкінці можна зазначити, що у конкурентному середовищі на ринку туристичних послуг, де швидкість, зручність та персоналізація грають важливу роль, використання чат-ботів є актуальним стратегічним рішенням для забезпечення взаємодії та відповіді на потреби сучасних мандрівників.

Література:

1. Феленчак Ю.Б., Шевчук І.Б. Нові напрями використання інформаційно-комунікативних технологій у сфері туризм. *Інфраструктура ринку*. 2019. Вип. 36. С. 69-74. DOI: <https://doi.org/10.32843/infrastructure36-11>
2. Чат-бот для туристичного агентства. URL: <http://surl.li/pjqzk> (дата звернення: 23.01.2024).
3. Почтаренко М.Р., Орлик О.В. Особливості та переваги застосування чат-ботів в туристичній індустрії. *Інформаційні технології в економіці і управлінні*: зб. наук. студ. праць. Одеса: ОНЕУ, 2022. Вип. 4. С. 60-66.
4. Ладуба М. Від тесту Тьюрінга до ChatGPT: що таке чат-боти, для чого їх використовують та яка їхня роль у сучасному світі. URL: <http://surl.li/pjqzc> (дата звернення: 23.01.2024).
5. Як використовувати чат-боти для бізнесу. URL: <http://surl.li/pjqzp> (дата звернення: 23.01.2024).

УПРАВЛІННЯ ІНТЕГРАЦІЙНИМИ ПРОЦЕСАМИ В СТАБІЛІЗАЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ

Остапенко Р.М., кандидат економічних наук, доцент,
Державний біотехнологічний університет, м. Харків, Україна
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-5976-5871>

Інтеграційні процеси в економіці України відіграють вирішальну роль у формуванні економічного ландшафту країни та її становища на світовому ринку. Ефективне управління цими інтеграційними зусиллями має важливе значення для сприяння сталому зростанню, підвищенню конкурентоспроможності та максимізації вигод від економічного співробітництва.

Досліджуючи історичний контекст, поточний статус і майбутні перспективи інтеграції в Україні, ми прагнемо дати уявлення про складнощі управління інтеграцією та ключові фактори, що сприяють успіху в починаннях економічної інтеграції країни.

Україна має багату історію участі в різних інтеграційних процесах, на яку вплинули її геополітичне положення та історичні зв'язки із сусідніми країнами.