

ной жизни. Такие виртуальные путешествия могут быть актуальны для людей, которые физически не могут путешествовать, или для тех, кто хочет испытать нечто невозможное в реальной жизни, например полет на Марс. Не исключен также аспект обучения и подготовки персонала с помощью VR-технологий. Стоит отметить, что виртуальная реальность все еще остается довольно дорогостоящей технологией, но с развитием технологий и ростом конкуренции стоимость использования VR, скорее всего, будет снижаться.

Преимущества цифровых технологий в маркетинге туризма:

- более широкий охват аудитории;
- повышение уровня персонализации предложений;
- снижение затрат на маркетинговые кампании;
- улучшенная аналитика и возможность создания более вовлекающих контентных форматов.

Эти преимущества делают цифровые технологии важным инструментом для успешного маркетинга в туристической отрасли.

### Источники

1. Personalisation Technology: Targeting Rules and Geolocation // Adobe Blog. — URL: <https://blog.adobe.com/en/publish/2015/07/30/personalisation-technology-targeting-rules-geolocation> (date of access: 09.04.2024).

2. Чуранов, Е. Статистика интернета и соцсетей на 2024 год — цифры и тренды в мире и в России // Е. Чуранов // WebCanape. — URL: <https://www.web-canape.ru/business/statistika> (дата обращения: 09.04.2024).

СНИЛ «Тураналитик»

**А. О. Аношко, И. В. Ануфриева**

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — **Н. Л. Матусевич**

## РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В УЛУЧШЕНИИ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В ТУРИЗМЕ

В последние годы искусственный интеллект (ИИ) стал неотъемлемой частью различных отраслей, включая туризм. В условиях растущей конкуренции и повышенных ожиданий клиентов компании стремятся оптимизировать обслуживание и улучшить клиентский опыт. ИИ-технологии, такие как чат-боты и системы рекомендаций, открывают новые горизонты для повышения качества обслуживания, персонализации предложений и повышения эффективности бизнес-процессов.

Одним из наиболее заметных направлений внедрения ИИ в туристическую индустрию являются чат-боты. Эти автоматизированные системы способны имитировать человеческое общение, обеспечивая взаимодействие с клиентами в режиме реального времени. Чат-боты могут выполнять множество функций, включая ответы на часто задаваемые вопросы, помощь в бронировании услуг и предоставление информации о достопримечательностях. Примеры успешного применения таких технологий можно увидеть у компаний Expedia и KLM. Преимущества чат-ботов заключаются в их круглосуточной доступности, мгновенных ответах на запросы клиентов и снижении затрат на персонал за счет уменьшения нагрузки на сотрудников службы поддержки. Однако у этой технологии есть и недостатки: ограниченные возможности обработки сложных запросов и отсутствие человеческого фактора при общении, что может быть важным для некоторых клиентов.

Другим значимым направлением являются системы рекомендаций — алгоритмы, которые анализируют данные о пользователях для предложения персонализированных услуг и продуктов. Такие системы активно используются платформами Airbnb и TripAdvisor. Анализ больших данных — мощный инструмент для прогнозирования поведения клиентов и адаптации предложений под их предпочтения. Изучая исторические данные о бронированиях и отзывы пользователей, компании лучше понимают своих клиентов и могут предлагать наиболее актуальные услуги.

Применение искусственного интеллекта в туристической отрасли открывает новые возможности для повышения качества обслуживания клиентов. Однако необходимо учитывать вопросы конфиденциальности и сбора данных для эффективной работы ИИ-систем. Рекомендации по дальнейшему использованию технологий помогут компаниям оставаться конкурентоспособными, создавая более удобный и персонализированный сервис. Таким образом, ИИ становится не только инструментом оптимизации процессов, но и ключевым элементом стратегии развития бизнеса в современном туризме.

### **Источник**

*Кумова, Д. М.* Использование платформ на базе искусственного интеллекта в сфере туризма / Д. М. Кумова // КиберЛенинка. — URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-platform-na-baze-iskusstvennogo-intellekta-v-sfere-turizma> (дата обращения: 09.04.2024).