

## 41. Використання чат-ботів для автоматизації роботи туристичного підприємства

Тетяна Примак, Віталій Миколаєнко

*Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

**Вступ.** Туризм – галузь, що розвивається над швидкими темпами, отже менеджер з туризму повинен оперувати найостаннішою інформацією, технологіями, методами. Популярним способом зв'язку з клієнтом стають чат – боти. Ще якихось 10–20 років назад було важко уявити, що роботи зможуть увійти в життя простих українців та зробити його комфортнішим та простішим, але з глобальною комп'ютеризацією це стало реальністю.

**Матеріали і методи.** У дослідженні використано ряд загальнонаукових та спеціальних методів дослідження таких як: абстрактно-теоретичний, історичний, діалектичний, індукції та дедукції, аналізу й синтезу.

**Результати.** Сьогодні штучний інтелект частково замінив працю людей та суттєво зменшив витрати багатьох підприємців. А все завдяки чат – ботам (chatbot). Даний сервіс поступово витісняє звичайний комунікативний маркетинг, SMM, SEO, а також email – маркетинг.

Chatbot (чат – бот) – це програма, яка була розроблена на основі технологій машинного навчання та нейромереж. Вона створюється людиною для людей та навчається під певне коло цілей. Чат – бот імітує розмову з людиною в Інтернеті, саме тому даний сервіс найкраще зарекомендував себе саме в месенджерах (Facebook Messenger, Telegram тощо).

Перший чат – бот був створений у 1966 році. Саме тоді професор Джозеф Вейценбаум написав унікальну програму, яку назвав «Еліза». Цей чат – бот і був першим у світі віртуальним співрозмовником. Отож на сьогоднішній день ми маємо практично досконалі чат-боти, які здатні підтримати будь – яку розмову на задану тематику. І туризм звичайно не є виключенням.

Спеціалісти стверджують, що чат-боти краще використовувати на інформаційних ресурсах. Компаніям інших напрямів усе ж варто залишатися «живими», тобто використовувати для технічної підтримки працю людей. На це є, як мінімум, 3 причини:

- ви відповідаєте на повідомлення “живою” мовою, а не як робот;
- ви слідкуєте за оновленнями, а це значить, що ви відчуваєте свою аудиторію;
- ви можете вчасно реагувати на неправильні коментарі.

Згідно даним порталу UBR у 2016 році відбувся «бум» на замовлення щодо виготовлення чат – ботів. Туристичний онлайн – сервіс KAYAK оприлюднив дані опитування згідно якого 71% відвідувачів використовують чат – ботів для планування подорожей.

**Висновок:** Звичайно, сучасні технології ще далекі від того, щоб повністю замінити турменеджерів-профі - чат-бот може взяти контакти туриста і навіть виявити його потреби, але щоб закрити операцію, все ще потрібна людина. Просунуті агентства можуть використовувати технології використання та навчання чат-ботів, щоб отримати необмежену кількість безкоштовних заявок з соцмереж і при цьому не витрачати дорогоцінний час своїх менеджерів.