

# ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЇ ГОЛОСОВОГО УПРАВЛІННЯ «РОЗУМНИМИ» ГОТЕЛЬНИМИ НОМЕРАМИ ДЛЯ ПОКРАЩЕННЯ ЯКОСТІ НАДАННЯ ПОСЛУГ

Анастасія Лакно, Тетяна Сильчук

*Національний університет харчових технологій, Київ, Україна*

*Email: nastia717\_lakhno@ukr.net*

Все частіше для приваблення нових гостей, покращення якості обслуговування, готельні підприємства включають до свої послуг інноваційні технології, які ґрунтуються на використанні штучного інтелекту. Його використання допомагає швидше реагувати на запити гостей, надавати більш якісні послуги в будь-який час доби, збирати дані та аналізувати їх, персоналізувати надавані послуги [1].

Є велика кількість технологічних інновацій котрі працюють за допомогою штучного інтелекту (ШІ), а саме цифровий консьєрж, інтерактивне готельне телебачення, відео-стіни та ін. Але самим прогресивним і перспективним, на мою думку, є голосове управління «розумними» готельними номерами. Її перевагою над іншими подібними інноваціями є те, що гість може управляти розумними пристроями за допомогою голосових команд, наприклад, вмикати або вимикати світло, регулюють яскравість лампочок або температуру в номері, обирати канали для перегляду, регулювати температуру, відкривати та закривати жалюзі, замовляти їжу в номер та ін..

Данна технологія допомагає швидко реагувати на запити гостей і скорочувати час надання відповідей на запитання, краще зрозуміти потреби гостя, сприяє покращенню репутації готелю, гості можуть залишати свої аудіо-відгуки про підприємство, що допомагає в подальшому усувати недоліки в обслуговуванні, також дана система може розпізнавати голосові команди на багатьох мовах, що допомагає усунути мовні бар'єри. Ця технологія допомагає звільнити персонал від простих повторюваних запитань, що покращує якість послуг, які не можуть без її участі [2].

Отже, дана технологія допомагає спростити традиційні завдання керування, а саме натискання кнопок на різних пультах, здатна привабити нових гостей і покращити клієнтський досвід.

Список використаних джерел:

1. Enache M.C, Rusu R, Geru M // Virtual assistants in tourism. In: Internationalconference “Risk in Contemporary Economy”, XXth edition. – 2019. – №5. – С. 117.
2. Jones V.K. //Voice-activated change: marketing in the age of artificial intelligence and virtual assistants. J Brand Strategy. – 2020. – №7. – С. 245.