

### **III Міжнародна науково-практична конференція молодих учених та студентів «Філософські виміри техніки» (PDT-2022)**

**А. Махно, Н. Городиська, викладач**

Галицький фаховий коледж імені В'ячеслава Чорновола, Україна

#### **ВИКОРИСТАННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ**

**N. Horodyska, A. Mahno**

##### **USING OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURIST ACTIVITIES**

Туризм вважається важливим напрямком економічного розвитку будь-якої країни та світу взагалі. Останнім часом з'явилися нові бізнес-моделі, прискорилися процеси інформатизації, що передбачають активне використання різноманітних вебсервісів та електронних систем бронювання та резервування, купівлі квитків, розвиток Е-туризму тощо. Впровадження інновацій в туристичну діяльність є одним з напрямків підвищення конкурентних переваг серед аналогічних підприємств. Технологічні або техніко-технологічні інновації власне передбачають активне використання інформаційно-комунікаційних технологій (ІКТ) у процес просування та реалізації послуг, обслуговування клієнтів, реалізації туристичного продукту.

Одна з галузей, яку кардинально змінила сфера діджиталізації – це туристичний сегмент. Навіть найскладніші продукти цієї індустрії тепер доступні в режимі uber. Агентські послуги незабаром все ж перейдуть в режим електронної комерції. Галузь змінюється під дією глобальних трендів: персоналізації, автоматизації, використання великих даних та штучного інтелекту, а також інструментів AR/VR, розширеного користувацького досвіду.

Час, коли індивідуальний підхід до запитів мандрівників міг забезпечити лише досвідчений кваліфікований туристичний агент, вже минув. Ще десять років тому досвід самостійного бронювання білетів при умовах складнопідрядних, нестандартних поїздок виливався в доволі складний організаційний процес: багато відкритих «вікон» та окремих транзакцій, спроб привести до спільного знаменника розрізнені дані (мова про авіа та залізничні квитки, внутрішні трансфери за кордоном, оренду авто, проживання, замовлення гідів і т.п.). Користувачам доводилось звертатися за допомогою до посередників [3].

Сьогодні лише три кліка мишки відділяють потенційного туриста від найбільш релевантної пропозиції по транспортуванню у рамках навіть найскладнішого маршруту. Штучний інтелект та неймережі спростять вибір послуг перевізників, зекономлять час та сили планування. При цьому користувачі мають високі вимоги до рівня персоналізації: 88% клієнтів змінюють сервіси бронювання білетів або ж туркомпанію при відсутності індивідуального підходу. Останнім часом на міжнародному ринку дедалі більше стають популярними інструменти, які забезпечують високий рівень персоніфікації при виборі білетів та підтримки клієнтів.

Згідно зі звітом консалтингової компанії McKinsey & Company, проникнення штучного інтелекту у будь-яку сферу бізнесу збільшилося на 56% порівняно з 2019 роком. Іншими словами, це вже інструмент сьогодення з безліччю застосувань [2].

Найбільш поширеними в сфері туризму цифровими технологіями є Big Data, blockchain, штучний інтелект, мобільні додатки, технології віртуалізації, інтелектуальні роботи, Інтернет речей тощо. Впроваджуючи цифрові технології, слід дотримуватись таких принципів, як ефективність, доцільність, обґрунтованість, системність, адаптивність, сталість. Основними стримуючими чинниками застосування цифрових технологій є їх висока вартість, відсутній або слабкий Інтернет-зв'язок, недосконалість законодавства, відсутність окремих технологій, а також державної підтримки їх впровадження. Недоліками цифровізації є те, що вона може призводити до безробіття (оскільки працю людини витісняють технології), існують також проблеми безпеки (зокрема ризик здійснення операцій через Інтернет).

### **III Міжнародна науково-практична конференція молодих учених та студентів «Філософські виміри техніки» (PDT-2022)**

До цифрових технологій відноситься також робототехнологія, яка впроваджена як в туристичному, так і в готельному секторах. Так, в Японії мережа готелів «Henn na Hotel» першою в світі впровадила роботів-персонал для полегшення та здешевлення процедури обслуговування гостей. Роботи використовуються на стійці ресстрації, а також як носильники багажів, консьєржи. Вони подають відвідувачам напої, дають відповіді на запитання на різних мовах. Є практика впровадження таких роботів в аеропортах, в туристичних агенціях різних країн світу.

Досить поширеними є цифрові додатки. Вони виконують такі функції: пошук і замовлення авіаквитків, бронювання готелів, оренда автомобілів тощо. Наприклад, бронювати авіаквитки допомагає Aviasales, номери в готелях – Booking.com, Agoda і Online Travel Agencies; орендувати автомобілі – Uber, Gett [1].

Цифрові технології також є ефективним інструментом для популяризації туристичного потенціалу міст. Так, прогресивними є моделі «розумних» туристичних дестинацій, які активно використовують дані технології. Вони вже частково впроваджені в таких містах, як Львів, Київ, Одеса.

Штучний інтелект можна звинувачувати в деякому хайпі, але у сфері перевезень такий помічник є дійсно корисним. До прикладу, бот може самостійно забронювати білет на наступний рейс, у випадку, коли з поточним рейсом стався форс-мажор. Система знайде найбільш актуальну пропозицію, згідно з параметрами попереднього вибору користувача. Скажімо Kayak, оброблюючи особисті дані за допомогою штучних алгоритмів, передбачає збільшення чи зниження ціни на різноманітні напрямки та ділиться цим зі своєю аудиторією.

Готелі також не залишаються осторонь: так глобальна мережа Hilton використовує штучний інтелект аби підвищити рівень обслуговування. Їх чат-бот під назвою Connie допомагає гостям готелю «зачекінитися», минаючи черги на стійці рецепції, та надає поради по відвідуванню кращих місцин регіону.

Найактивніші туристи нашого часу – міленіали – схильні обирати складні маршрути. Сервіс Airbnb з'ясував, що 94% прагнуть отримувати унікальний досвід у своїх поїздках, котрі вони хочуть планувати самостійно. Більш ніж половина міленіалів віддають перевагу зупинкам в локальних районах, де вони будуть проживати разом із місцевими жителями – за їх думкою, це кращий спосіб дізнатися більше про чужу країну. На практиці це значить, що потенційні туристи все частіше обирають мультимодальні перельоти та змішані види транспорту, але при цьому хочуть зекономити. Ідеальним сучасним інструментом для них будуть технологічні сервіси бронювання білетів, які дають величезний вибір серед варіантів стикувань і цінових пропозицій [3].

Сьогодні технології готові надати сфері туризму гнучкі інструменти бронювання: прокладати маршрути з точки А до точки Б літаком, а потім до точки В потягом або ж на орендованому автомобілі, здійснити переліт до третьої країни, а вже звідти повернутися в початкову точку.

Штучний інтелект є затребуваною цифровою технологією у сфері туризму, дозволяє краще зрозуміти тенденції та поведінку мандрівників. Це дозволяє створювати спеціальні продукти, а також оптимізувати процеси або прогнозувати майбутні дії відвідувачів. У разі віртуального помічника можна прискорити вирішення проблем туристів при безпечному керуванні даними.

Потрібно іти в ногу з часом, а ще краще випереджати і прогнозувати зміни у сфері туристичної діяльності. Застосування технологічних інновацій у туризмі є вимогою часу в умовах інформаційного суспільства. З цією метою застосовуються різноманітні електронні системи, вебсервіси, мобільні додатки. Їх використання дозволяє автоматизувати роботу готелів та туроператорів, підвищити якість обслуговування клієнтів та збільшити їх кількість.

#### **Література**

### **III Міжнародна науково-практична конференція молодих учених та студентів «Філософські виміри техніки» (PDT-2022)**

4. Ільницька-Гикавчук Г. Я. Роль цифрових платформ в зростанні туристичного бізнесу. 2022. URL: <http://journals.khnu.km.ua/vestnik/wp-content/uploads/2022/01/en-2021-6t1-38.pdf>

5. Подольський Є. Вплив штучного інтелекту у туризмі. 2022. URL: <https://dip.org.ua/turizm/vpliv-shtuchnogo-intelektu-u-turizmi/>

6. Штучний інтелект змінить сферу туризму раз і назавжди. 2019. URL: <https://www.imena.ua/blog/ai-change-tourism/>

**Д. Мізерецька, Т. Чоп**

Тернопільський національний університет імені Івана Пулюя, Україна

#### **ТЕХНІКА ЯК ІНСТРУМЕНТ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ФЕЙКІВ ТА МАНІПУЛЯЦІЙ**

**D. Mizeretska, T. Chop**

#### **TECHNOLOGY AS A TOOL FOR CREATING FAKES AND MANIPULATIONS**

Техніка в сьогочасному світі дуже важлива, вона відіграє велику роль в усіх сферах людського буття. Та дуже вагому частину вона виконує саме в наш час, в теперішніх обставинах та ситуації. За допомогою техніки можемо створювати багато інформації та поширювати її в світ. В наш час, дуже важливо контролювати інформацію, перевіряти її, вибирати правдиві джерела. Сучасність відрізняється боротьбою правди та постправди, аргументів та фейків. Виникає все більше підробок, імітацій чи неправдивого матеріалу, тому варто не слухати одне джерело, а декілька, та робити логічний висновок. Існує багато інструментів за допомогою яких можна легко розрізнити брехню від правди.

Саме поняття фейку має декілька значень. Фейк (англ. - підробка, неправда) у «Словнику української мови» - це «інформаційна фальсифікація, містифікація, навмисне поширення дезінформації в соціальних медіа і традиційних ЗМІ» [1]. У широкому значенні фейком є «об'єкт, персона, подія чи засіб, який є неправдивим, підробленим або шахрайським», у вузькому - «інформація, здебільшого новинного характеру, яка повністю або частково вигадана і яку застосовують з метою маніпуляції думками та настроями аудиторії» [там само].

Чим небезпечні фейки? Тим, що провокують паніку, формують образ фіктивного ворога, роздмухують ворожнечу, дестабілізують суспільство через нагнітання стану тривоги та невпевненості. Крім того, «якісний» фейк, це не є неправда на 100%: як правило, грамотно зроблена дезінформація – це співвідношення правди 60% та брехні 40%, відповідно, людині, яка вирішить перевірити дані і знайде їх часткове підтвердження, буде цілком досить того, щоб повірити у решту.

Наш час, наповнений маніпуляціями, конспірологічними теоріями та пост правдою, що відображає суб'єктивну реальність окремої людини чи групи людей, можна означити у понятті «газлайтинг» - словом, визнаним поняттям 2022 року за версією американського тлумачного словника Merriam-Webster [2]. «Газлайтинг» — це психологічне маніпулювання людиною, зазвичай протягом тривалого періоду, що змушує жертву сумніватися в достовірності власних думок, сприйнятті реальності чи спогадів. Призводить до плутанини, втрати впевненості та самооцінки, емоційної невизначеності або психічної нестабільності та залежності від зловмисника» [там само].

Війна в Україні показала, що окрім прямих бойових дій ще одним потужним фронтом у нас є інформаційна війна, де фейк виступає найбільш шкідливим інструментом руйнування. Фейки формують викривлене сприйняття України, її історії, політики, економіки. Вони впливають на сприйняття України в міжнародному просторі, тому наша активність у виявленні та спростуванні такої інформації – це нагальний обов'язок кожного свідомого українця. На жаль, опитування показують, що 63% українців під час війни не вважають актуальною проблему дезінформації [3]. Позитивним є те, що відсоток тих, хто