

Ніколаєва Олександра,
здобувач, 241 Готельно-ресторанна справа
Науковий керівник: Стригуль Лариса, к.е.н., доцент
НТУ «Харківський політехнічний інститут»

ВИКОРИСТАННЯ ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОМУ БІЗНЕСІ

Сьогодні досягнення в галузі штучного інтелекту впливають на кожен аспект людського життя, в тому числі й на ресторанний бізнес. Адже вони надзвичайно чутливі до змін у навколишньому середовищі та потребують постійного вдосконалення своєї діяльності, щоб залишатися конкурентоспроможними. Саме штучний інтелект дозволяє їм ефективно працювати на ринку ресторанних послуг, впливати на попит та збільшувати прибутки. Тому впровадження та реалізація штучного інтелекту в ресторанному бізнесі є актуальною темою.

Штучний інтелект (ШІ, англ. artificial intelligence, AI) – розділ комп'ютерної лінгвістики та інформатики, який швидко розвивається, і зосереджений на розробці інтелектуальних машин, здатних виконувати завдання, які зазвичай потребують людського інтелекту. Ці завдання можуть варіюватися від простих дій, як-от розпізнавання мови чи зображень, до більш складних завдань, як-от ігри чи керування автомобілем [1].

Завдяки здатності імітувати роботу людського мозку та використанню технології розпізнавання голосу, штучний інтелект стає потужним інструментом у багатьох сферах людської діяльності. Немає сенсу порівнювати швидкість, з якою працює людина, і функції, які штучний інтелект може виконувати одночасно. Технології, засновані на функціях штучного інтелекту, проникають не тільки в соціальну сферу та приватний бізнес, а й в системи управління державними установами. Автоматизовані форми подання фінансової звітності до державних органів та контроль за діяльністю компаній через відповідні автоматизовані програми стали звичним явищем у рамках співпраці між суб'єктами господарювання.

У багатьох випадках туристичні гіді замінюються автоматизованими путівниками, які дозволяють вибрати бажану мову та голосову підтримку з технічною можливістю ставити запитання та отримувати відповіді. Все це свідчить про те, що штучний інтелект щодня змінює те, як ми організуємо і ведемо наш бізнес. Щоб залишатися конкурентоспроможними на ринку, важливо не пропустити момент, коли з'являються нові технічні та технологічні рішення.

В індустрії гостинності ШІ використовують у ресторанах, щоб приймати замовлення та підвищувати їхню конкурентоспроможність. Штучні боти також широко використовуються в Google Assistant і Amazon для спілкування з людьми. Неважко передбачити, що через кілька років віртуальні помічники зможуть здійснювати операції з продажу між компаніями в різних країнах. Компанія «Starbucks» зараз використовує послугу штучного інтелекту для електронного замовлення. Так, програмні продукти APL підтримують голосове управління та можуть замінити прийом замовлень. Використання штучного інтелекту значно скоротить час на очікування, надаючи клієнтам кращий сервіс під час формування замовлення. Формування заявки та передачі даних у базу замовлень одночасно економить трудові ресурси, економить час і створює компанію більш інноваційною [2].

Зміна методології бізнес-процесів викликана постійним розвитком цифрових технологій. Автоматизація обслуговування клієнтів у сферах гостинності та розваг покращує якість обслуговування клієнтів. Таким чином, гість стає більш задоволеним і готовий витратити гроші, щоб отримати емоції. Таким чином, якісні характеристики, які є основною конкурентною перевагою на ринку, можуть покращитися за рахунок інновацій, спрямованих на діджиталізацію засобів та інструментів, за допомогою яких компанія обслуговує клієнтів.

Окрім залучення нових сегментів клієнтів, «розумні кіоски» зі штучним інтелектом можуть розпізнавати обличчя споживачів, які купують товари та послуги, і пропонувати їм

попередньо відібрані пропозиції. Використання клієнтської історії в бізнес-процесах і миттєва обробка даних про кожного клієнта скорочує процес обслуговування до 10 секунд. Штучний інтелект прогнозує майбутні очікування користувачів, передбачаючи побажання гостей та клієнтів.

Звісно, впровадження гіперперсоналізації у діяльності компаній, змушує їх стикнутись з певними викликами, до яких належать:

1. Виклики, пов'язані із конфіденційністю і етикою. Компанії повинні впевнитись, що їх зусилля з персоналізації відповідають очікуванням гостей, нормам збору і обробки, а також правилам захисту і відповідального використання даних.

2. Виклики, пов'язані із надмірною персоналізацією. Компанії повинні переконатись, що персоналізація не порушує особисті кордони клієнтів і не викликає відчуття, що їх конфіденційність порушується.

3. Виклики, пов'язані із надмірною залежністю від ШІ. Компаніям слід дотримуватись балансу між автоматизацією і людським інтелектом, задля створення емоційно насиченого клієнтського досвіду та уникнення упередженості щодо певних категорій клієнтів, що виникають у системах ШІ.

4. Виклики, пов'язані із складністю впровадження технологій ШІ, в основному спричинені необхідністю оновлення програмного забезпечення та технічних засобів, а також навчання персоналу, задля забезпечення інтеграції ШІ технологій в існуючі процеси [3].

Виконання кадрових обов'язків є важливою функцією штучного інтелекту, яке легко замінює цілі відділи та службу компанії. Підбір висококваліфікованих працівників є одним із підсумкових етапів становлення підприємства як конкурентоспроможної компанії з гарним брендом.

Штучний інтелект добре працює в цьому полі, коли підбирає персонал за допомогою обробки великої кількості даних, створюючи та прогнозуючи алгоритми дій, які враховують фахову кваліфікацію, отриманий досвід, тип і характер поведінки клієнтів. Сортування резюме та відбір найбільш привабливих пропозицій створюється за допомогою штучного інтелекту для пошуку кадрів і розміщення оголошень на найпопулярніших сайтах за лічені секунди [4].

Такі технології дозволяють отримати конкурентну перевагу, завойовуючи більші сегменти ринку. Наявність таких технологій у системі обслуговування мають найкращий економічний ефект, а також соціальне та емоційне задоволення гостя.

Отже, для такої моделі організації та впровадження бізнесу використання штучного інтелекту та цифрових технологій є невідкладним. Скорочення витрат на оплату праці за рахунок автоматизації процесів обслуговування прибутку та рентабельності організації.

Список використаних джерел:

1. Вікіпедія Українська. Штучний інтелект. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A8%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%B9_%D1%96%D0%BD%D1%82%D0%B5%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82.

2. Краковецький О. Перегони штучного інтелекту: що таке ChatGPT і кому він може стати в пригоді. Mind. 2023. URL: <https://mind.ua/openmind/20252628-peregoni-shtuchnogo-intelektu-shcho-takechatgpt-i-komu-vin-mozhe-stati-v-prigodi>.

3. Шейко Ю. Штучний інтелект як інструмент персоналізації послуг індустрії гостинності. *Економіка та суспільство*. 2024. 64. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-64-68>.

4. Смерека Є. Штучний інтелект для бізнесу: які завдання здатен вирішувати та в яких галузях допомагає. Mind. URL: <https://mind.ua/publications/20254126-shtuchnij-intelekt-dlya-biznesu-yakizavdannya-zdaten-virishuvati-ta-v-yakih-galuzyah-dopomagaе>.