

3. Азимбаев, Д. Ж. Искусственный интеллект и машинное обучение / Д. Ж. Азимбаев, И. А. Куан, И. В. Гулида // Вестник современных исследований. – 2019. – № 1.3 (28). – С. 6–7.

4. Байнов, А. М. Роль и место робототехники в современном мире / А. М. Байнов, Р. С. Зарипова // Наука и образование: новое время. – 2019. – № 1 (30). – С. 93–95.

УДК 331.5

## ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ТУРИЗМЕ

*В. А. Фалина, студент группы 10507221 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель Г. Д. Веренич*

*Резюме – данная статья посвящена актуальности внедрения искусственного интеллекта в сферу туризма. Рассматриваются вопросы развития бизнес-процессов, улучшения обслуживания клиентов, и повышения эффективности работы туристической сферы деятельности.*

*Resume – this article is devoted to the relevance of introducing artificial intelligence into the tourism sector. Issues of developing business processes, improving customer service, and increasing the efficiency of the tourism sector are considered.*

**Введение.** Искусственный интеллект – это способность воспринимать и сохранять информацию для дальнейшего использования без посторонней помощи. Искусственный интеллект внедряют во многие сферы нашей жизни, что способствует совершенствованию современного мира. Внедрение искусственного интеллекта в сферу туризма помогает сделать путешествия и обслуживание клиентов более функциональными. Искусственный интеллект анализирует большое количество данных и может предсказывать предпочтения путешественников. Благодаря искусственному интеллекту многие организации экономят время и финансы, а также устраняют возможность человеческих ошибок [2].

**Основная часть.** Искусственный интеллект используют для создания и продвижения сайтов туристических фирм и отелей в сети Интернет. Также он используется в бизнес-анализе, прогнозируя цены на путешествия и выгодные предложения для туристов [1]. Искусственный интеллект снижает нагрузку со специалистов, но при этом принятие решения остается за специалистом. На данный момент искусственный интеллект не может полностью заменить роль человека. Он только упрощает его работу [2]. Например, основываясь на данных, предоставленных искусственным интеллектом, можно подобрать путешествие, которое будет более комфортным для потребителя.

Также искусственный интеллект внедряют в сопутствующий туризму гостиничный бизнес, что помогает онлайн проконсультировать клиента и предложить варианты по заданным критериям. Внедрение искусственного интеллекта в гостиничный бизнес – это не только консультация онлайн, но и наличие таких услуг как: умный дом, робот-помощник, система аналитики данных о посетителях. Искусственный интеллект помогает отелям улучшать обслуживание клиентов [3]. Благодаря внедрению искусственного интеллекта организации могут использовать гибкую модель ценообразования. Так как он может быстро организовывать и анализировать большие массивы данных, корректировать цены [4].

**Заключение.** Внедрение искусственного интеллекта на данный момент является достаточно востребованной инвестицией для улучшения комфорта путешествий. Путешествия становятся более доступными для клиентов, а также улучшается работа туристических организаций, которые предоставляют данные услуги. Искусственный интеллект поможет туристам подобрать оптимальный маршрут, хороший отель и интересные экскурсии в зависимости от бюджета и интереса клиентов [3].

#### ЛИТЕРАТУРА

1. Искусственный интеллект в туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://iz.ru/1553166/alena-svetunkova/put-iistinnyi-kak-iskusstvennyi-intellekt-ispolzuetsia-v-turizme>. – Дата доступа: 29.03.2024.
2. Искусственный интеллект в сфере туризма туризме [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://vc.ru/transport/943672-iskusstvennyu-intellekt-v-turizme-2024>. – Дата доступа: 29.03.2024.
3. Искусственный интеллект изменит путешествия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://aussiedlerbote.de/2023/08/tui-iskusstvennyi-intellekt-izmenit-puteshestviia/>. – Дата доступа: 29.03.2024
4. Влияние искусственного интеллекта на индустрию туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://mpost.io/ru/the-impact-of-artificial-intelligence-on-the-travel-industry/>. – Дата доступа: 29.03.2024.

УДК 330.16

### **ПСИХОЛОГИЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ В СОВРЕМЕННОМ ОБЩЕСТВЕ**

***В. А. Хадасевич**, студент группы 10506323 ФММП БНТУ,  
научный руководитель – старший преподаватель **Т. А. Зысь***

*Резюме – в работе уделено внимание субъективным факторам, влияющим на выбор потребителя. В частности, обосновано, что в современном обществе популярное потребление является доминирующим.*