

Розгон Ольга Володимирівна
*кандидат юридичних наук, доцент,
провідний науковий співробітник
НДІ правового забезпечення інноваційного розвитку
НАПрН України
ORCID: 0000-0001-6739-3927*

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ВРОВАДЖЕННЯ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

У цьому матеріалі ми звернемо вашу увагу на штучний інтелект як цифрову технологію, яку впроваджують туристичні компанії. Зупинимося на перевагах і практичних проблемах, з якими стикаються туристичні компанії. Здійснивши аналіз, автор дійшов висновку, що завдяки інтеграції штучного інтелекту туристичні компанії можуть конкурувати і прогресувати на ринку, але для цього важливо створити технологічні умови впровадження штучного інтелекту, професійність і доступність цієї цифрової технології для свого персоналу.

Ключові слова: штучний інтелект, туризм, туристичні компанії, бізнес, охорона здоров'я, чат-бот.

Rozghon Olha
*PhD, Associate Professor, Leading Researcher of Scientific
and Research Institute of Providing Legal Framework
for the Innovative Development of NALS of Ukraine*

PROBLEMS AND PROSPECTS OF INTRODUCTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURIST ACTIVITY

In this article, we will draw your attention to artificial intelligence as a digital technology implemented by travel companies. Let's focus on the advantages and practical problems faced by travel companies. After analyzing, the author concluded that the integration of artificial intelligence travel companies can

compete and thrive in the market, but it is important to create technological conditions for the introduction of artificial intelligence, professionalism and availability of this digital technology for its staff.

Keywords: artificial intelligence, tourism, travel companies, business, healthcare, chatbot.

Сфера *туризму* наразі представлена значним інноваційним потенціалом туристичних компаній. Але туризм належить до сфер, які найбільше постраждали від економічних наслідків пандемії COVID-19. Вирішення цієї проблеми залежить від стимулювання з боку держави, щоб реагувати не тільки як на потребу у цифрових технологіях у сфері *туризму*, а й забезпечити охорону здоров'я як туристів, так і співробітників туристичних компаній.

Адже для держави важливо не просто дати громадянам інфраструктуру фіксованого широкосмугового доступу, а зробити так, щоб у громадян *виникали потреби* у ньому, особливо ті, що спрямовані на покращення життя, комфорт, бізнес, розвиток і т. ін.

Дійсно, *туристична індустрія* наразі розвивається швидкими темпами й повинна відповідати сучасним викликам. За таких умов чималої уваги слід приділяти використанню *інноваційних технологій* і впровадженню цифровізаційних елементів у туристичну діяльність. В умовах досить жорсткої конкуренції на туристичному ринку *основною проблемою для українських туристичних компаній* є формування конкурентних переваг і за таких умов способом покращення їх позицій у конкуренції стає активне використання у своїй практиці сучасних інформаційних технологій — повна автоматизація процесу оформлення замовлень на туристичні послуги, застосування прямих каналів комунікацій із партнерами-туроператорами; використання електронних систем бронювання турів, системи електронної пошти та Інтернет [1, с. 119].

Штучний інтелект є затребуваною цифровою технологією у бізнесі.

Керівники бізнесу все частіше звертаються до *штучного інтелекту* як засобу вдосконалення функцій бізнесу та можливості залишитися *конкурентними* на ринку, що постійно змінюється. Інші, можливо, виявлять бажання наслідувати їх, але виникає питання

щодо використання і впровадження *штучного інтелекту* у бізнесі в руслі вдосконалення фінансово-господарської діяльності. Перш ніж включити штучний інтелект до своєї бізнес-моделі, корисно *вивчити переваги штучного інтелекту*, як інші компанії використовують його та які проблеми виникають у процесі включення *штучного інтелекту* до своїх бізнес-стратегій [2].

За допомогою застосування *штучного інтелекту* в діяльності туристичних компаній можна:

- *відновити діяльність туристичних компаній*, які постраждали від економічних наслідків пандемії COVID-19, оскільки впровадження цифрових технологій, як-от штучний інтелект, допоможе сформувати у працюючих у цій сфері компаній більш високий потенціал протидії шляхом здійснення інновацій, цифровізації, забезпечення стійкості та налагодження партнерських зв'язків [3]. Тобто впровадження штучного інтелекту у сфері туризму забезпечить *робочі місця в туристичних компаніях*, курси навчання щодо цифрових технологій для співробітників, що сприятимуть реалізації бізнес-стратегії туристичних компаній і допоможе *охороняти здоров'я* як туристів, так і співробітників туристичних компаній;

- *забезпечити додаткові зручності та безпеку туриста* під час перебування в готелі, що особливо актуально при пандемії COVID-19, наприклад, для доступу в номер за допомогою сканування сітківки ока або відбитків пальців;

- *покращити якість обслуговування та безпеку туристів (клієнтів)* за рахунок персоналізації послуг (технологія NEC NeoFace Express) [4]. Так, NeoFace Express із високою пропускнуою здатністю обслуговує середовища з великим натовпом людей. Високоточні та масштабовані технології розпізнавання обличчя NeoFace дозволяють, швидко перевіряючи особисті дані, усувати довгі черги та *покращувати взаємодію з туристами (клієнтами)*;

- *запропонувати персоналізацію обслуговування* для пошуку, бронювання турів і поїздок, визначення потреб гостя та підбір готельного номера за його вподобаннями [5, с. 71], і забезпечити віддалене *консалтингове обслуговування* за допомогою *чат-ботів* (програма штучного інтелекту, яка імітує інтерактивну розмову людини). Так,

через аналіз даних і ведення діалогу в Україні чат-боти для туризму представлені в таких варіантах: Telegram-бот iGov при оформленні біометричного закордонного паспорта; RailwayBot для пошуку залізничних квитків; Bussy при організації подорожей на автобусі; AirTrack для підбору рейсу [6]. На наше переконання доцільним для туризму є *чат-бот для туристів, які перебувають за межами України*. Прикладом такого чат-боту є чат-бот SOS китайської компанії-гіганта Strip, який відстежує перебування й пересування туристів в тій чи іншій країні та дає можливість зв'язатися з оператором 24/7. Такий супровід забезпечує перебування туристів в країні відвідування та створює якісні умови подорожі [7];

– *оптимізувати діяльність туристичних компаній*, оскільки штучний інтелект здатний вирішувати трудомісткі канцелярські завдання, читати і розуміти сенс документів, розглядати замовлення туристів із використанням автоматизованих засобів обслуговування в туристичній сфері [8, с. 53];

– *приймати розумні, виважені рішення завдяки використанню штучного інтелекту*, оскільки він не має «людського фактору», що дозволить захистити споживачів від шахрайства, від ситуації, коли буде допущена «людська помилка» при обслуговуванні клієнта, конкурувати з іншими туристичними компаніями тощо.

Таким чином, ми бачимо потенціал *штучного інтелекту* для розвитку сфери туризму, при цьому *існують практичні проблеми*, з якими можуть зіткнутися як користувачі туристичної послуги, так і туристичні компанії.

До таких відносять:

– *технологічну відсталість* – практично в усіх рекреаційних районах України не застосовуються інноваційні *туристичні технології*, які вже давно набули широкого використання в розвинених країнах;

– *відсутність технологічної інфраструктури* – більшість підприємств просто не мають обладнання, необхідного для підтримки локального рішення щодо штучного інтелекту;

– *брак кваліфікованих ресурсів* у зв'язку з відсутністю підготовленого персоналу для створення та управління хмарою [5, с. 71];

– скорочення штату низки туристичних агентств, оскільки поява надрозумних чат-ботів дозволяє моментально відповідати на більшість запитань, що хвилюють потенційних туристів [9].

Таким чином, завдяки інтеграції *штучного інтелекту* туристичні компанії можуть конкурувати і прогресувати на ринку, але для цього важливо створити *технологічні* умови впровадження *штучного інтелекту*, професійність і доступність цієї цифрової технології для свого персоналу.

ЛІТЕРАТУРА

1. Кожухівська Р. Б. Напрями застосування інформаційних технологій у комунікаційних стратегіях українських туристичних підприємств і підприємств індустрії гостинності. *Бізнес Інформ*. 2015. № 10. С. 119–125. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2015-10_0-pages-119_125.pdf.

2. Аверкина М. Ф., Сидорчук Л. В. Штучний інтелект у бізнесі: переваги та перешкоди у впровадженні. *Інфраструктура ринку*. 2019. В. 37. С. 164–169. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/37_2019_ukr/25.pdf.

3. Концептуальна записка: COVID-19 и перестройка сектора туризма. ООН. Август 2020. URL: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_russian.pdf.

4. Кожухівська Р. Б., Непочатенко В. О. Digital-технології як основа розвитку туристичної діяльності в Україні. *Економіка та держава*. 2020. № 7. С. 93–98. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4694&i=12>. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.7.93

5. Фрей Л. В., Гаращенко Д. В. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після Covid-19. *Інновації та технології в сфері послуг і харчування*. 2020. № 2. С. 67–74.

6. Як реально чат-боти можуть допомогти в бізнес-туризмі та організації заходів. Конгрес Готель Пуща. URL: <https://puscha-hotel.com.ua/ua/about/news/kak-realyno-chat-boty-mogut-pomochy-v-biznes-turizme-i-organizacii-meropriyatiy>.

7. Ctrip: как китайский гигант изменяет глобальную тревел-индустрию. URL: <https://profi.travel/articles/40453/details/https://ru.trip.com/?locale=ru-RU>

8. Петриченко П. А. Інноваційні складові розвитку світового туризму. *Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку: матеріали доп. Міжнар.*

наук.- практ. конф. (Київ, 23–24 жовт. 2014 р.). К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2014. 418 с.

9. Сардак С. Э., Волок В. В. Проблематика и перспективы развития туризма в Украине. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. 2017. № 6 (11). С. 66–70. https://www.researchgate.net/publication/322603616_Problematika_i_perspektivy_razvitiya_turizma_v_Ukraine_PROBLEMS_AND_PROSPECTS_OF_TOURISM_DEVELOPMENT_IN_UKRAINE.

REFERENCES

1. Kozhukhivska R. B. (2015). Napriamy zastosuvannya informatsiinykh tekhnolohii u komunikatsiinykh stratehiiakh ukrainskykh turystychnykh pidpriemstv i pidpriemstv industrii hostynnosti. *Biznes Inform - Business Inform*, 10, 119–125. URL: https://www.business-inform.net/export_pdf/business-inform-2015-10_0-pages-119_125.pdf [in Ukrainian].

2. Averkina M. F., Sidorchuk L. V. (2019). Shtuchnij intelekt u biznesi: perevagi ta pereshkodi u vprovadzhenni. *Infrastruktura rinku - Market infrastructure*, 37, 164–169. URL: http://www.market-infr.od.ua/journals/2019/37_2019_ukr/25.pdf [in Ukrainian].

3. Kontseptualnaya zapiska: COVID-19 i perestroyka sektora turizma. OON. Avgust 2020. URL: https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid-19_and_transforming_tourism_russian.pdf [in Russian].

4. Kozhukhivska R. B., Nepochatenko V. O. (2020). Digital-tekhnologii yak osnova rozvytku turystychnoi diialnosti v Ukraini. *Ekonomika ta derzhava – Economy and state*, 7, 93–98. URL: <http://www.economy.in.ua/?op=1&z=4694&i=12>. DOI: 10.32702/2306-6806.2020.7.93 [in Ukrainian].

5. Frei L. V., Harashchenko D. V. (2020). Suchasni tendentsii ta novitni trendy v turyzmi pislia Covid-19. *Innovatsii ta tekhnologii v sferi posluh i kharchuvannia - Innovations and technologies in the field of services and food*, 2, 67–74 [in Ukrainian].

6. Iak realno chat-boty mozhut dopomohty v biznes-turyzmi ta orhanizatsii zakhodiv. Konhres Hotel Pushcha. URL: <https://puscha-hotel.com.ua/ua/about/news/kak-reallyno-chat-boty-mogut-pomochy-v-biznes-turizme-i-organizacii-meropriyatiy> [in Ukrainian].

7. Ctrip: kak kitayskiy gigant izmenyayet globalnyu trevel-industriyu. URL: <https://profi.travel/articles/40453/details//https://ru.trip.com/?locale=ru-RU> [in Russian].

8. Petrychenko P. A. (2014). Innovatsiini skladovi rozvytku svitovoho turyzmu. *Turyzm: realii ta perspektyvy staloho rozvytku: materialy dop. Mizhnar.*

nauk.-prakt. konf. (Kyiv, 23–24 zhovt. 2014 r.) - Tourism: realities and prospects of sustainable development: materials add. International scientific-practical conference, K.: Kyiv. nats. torh.-ekon. un-t [in Ukrainian].

9. Sardak S. E., Volok V. V. (2017). Problematika i perspektivy razvitiya turizma v Ukraine. *Skhidna Yevropa: ekonomika, biznes ta upravlinnia - Eastern Europe: Economy, Business and Management*, 6 (11), 66–70. https://www.researchgate.net/publication/322603616_Problematika_i_perspektivy_razvitiya_turizma_v_Ukraine_PROBLEMS_AND_PROSPECTS_OF_TOURISM_DEVELOPMENT_IN_UKRAINE [in Russian].

Рядінська Валерія Олександрівна

доктор юридичних наук, професор, завідувач лабораторії проблем правового та організаційного забезпечення діяльності

Міністерства Державного НДІ МВС України

ORCID: 0000-0002-2210-5933

Кузнецова Олена Вікторівна

кандидат юридичних наук, адвокат адвокатського об'єднання

«Юридична компанія «Апріорі Лекс»

КІЛЬКІСНИЙ КРИТЕРІЙ З ОБМЕЖЕННЯ КІЬКОСТІ НАЙМАНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЯК КРИТЕРІЙ, ЩО НАДАЄ ФІЗИЧНИМ ОСОБАМ–ПІДПРИЄМЦЯМ ПРАВО НА ОБРАННЯ СПРОЩЕНОЇ СИСТЕМИ ОПОДАТКУВАННЯ, ОБЛІКУ ТА ЗВІТНОСТІ

У представлений публікації розглянуто питання, пов'язані з встановленням кількісного критерію з обмеження кількості найманих працівників як критерію, що надає фізичним особам–підприємцям право на обрання спрощеної системи оподаткування, обліку та звітності. Доведено, що це створює низку негативних наслідків, зокрема: створює умови для стримування залучення найманих працівників до роботи на суб'єктів малого підприємництва («спрощенці» не укладають договори (принаймні, офіційно)