



УДК: 338:649

CHATBOT AS A SOCIAL FUNCTIONALITY FOR PEOPLE WITH DISABILITIES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY ЧАТ-БОТ ЯК СОЦІАЛЬНИЙ ФУНКЦІОНАЛ ДЛЯ ОСІБ З ОСОБЛИВИМИ ПОТРЕБАМИ В ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Liubarets V.V. / Любарець В.В.*d.ped.s., prof. / д.пед.н., проф.*

ORCID: 0000-0001-8238-1289

Biriukova O.V. / Бірюкова О.В.*postgraduate student / аспірант*

ORCID: 0000-0003-2168-9225

National Pedagogical Dragomanov University,

Kyiv, Pyrohova str., 9.

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова,

Київ, Пирогова, 9, 01601

Анотація. У статті наголошується на важливості і особливості інклюзії в індустрії гостинності з передбаченням спроможності державних інституцій враховувати інтереси всіх членів суспільства. В роботі досліджуються проблеми удосконалення комунікацій в індустрії гостинності для споживачів категорії осіб з особливими потребами. Розкриваються переваги впровадження чат-ботів у систему в бізнес-процесів підтримки та консультації даної категорії споживачів індустрії гостинності. Визначено положення функціоналу чат-бота у обслуговуванні споживачів в індустрії гостинності категорії осіб з особливими потребами.

Ключові слова: індустрія гостинності, інклюзія, споживачі, особи з особливими потребами, чат-бот.

Вступ.

В епоху цифровізації всіх галузей економіки зростає планетарна взаємозалежність, яка виявляється практично у всіх аспектах людського буття [4].

Сьогодні індустрія гостинності здійснює кроки у напрямі відмови від одноманітності, оскільки вона повинна надавати населенню варіативні послуги обслуговування, що відповідають вимогам різних категорій споживачів, а саме особам з особливими потребами (ООП) [2].

Сьогодні гаслом освітньої політики в Україні є бачення того, що жодна людина не повинна відчувати себе «іншою» та виключеною з освітніх, культурних та соціальних процесів – це основне завдання інклюзії [3].

У світовій індустрії гостинності особливе та значне місце на сьогодні відводиться інклюзії. Слово, що прийшло у нашу мову з англійської має широке понятійне значення. Інклюзивність передбачає спроможність державних інституцій якнайповніше враховувати інтереси всіх членів суспільства, незалежно від їх можливостей і особистостей.

Термін «соціальна інклюзія» набув широкого застосування в практиці Європейського Союзу наприкінці двадцятого століття в розумінні, перш за все, процесу змін в соціальній, економічній політиці країн на засадах соціальної рівності. Держава відіграє активну роль щодо залучення всіх громадян до суспільного життя як повноправних членів суспільства, створюючи умови для



розвитку життєдіяльності людини. Принцип соціальної інклюзії передбачає соціальний досвід, що стосується політики в освіті, охороні здоров'я, економіці, працевлаштуванні, міграції, дозвіллі та націлений на досягнення певних тактичних та стратегічних цілей.

Наявність дієвої законодавчої бази щодо інклюзії забезпечує рівне право на відпочинок усіх категорій послуг індустрії гостинності та відіграє важливу роль в розвитку туристичних регіонів. У статті 6 Закону України «Про туризм» визначено, що державна політика у галузі туризму повинна доступність туризму та екскурсійну діяльність для осіб різної категорії: «дітей, молоді, людей похилого віку, осіб з інвалідністю та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб [1].

Всесвітня туристська організація (ВТО) зазначає, що інклюзія в індустрії гостинності включає в себе процес співпраці між різними її учасниками, який дозволяє людям з особливими потребами в доступності, включаючи мобільну, візуальну, слухову та когнітивну складові доступності, функціонувати незалежно, на рівних умовах з почуттям особистої гідності через надання універсальних послуг обслуговування, розважальних послуг та середовища.

Інклюзивне соціальне середовище індустрії гостинності – це система заходів, спрямованих на надання особам з особливими потребами можливості відновлення та розвитку їх фізичного, соціального, духовного, творчого та інтелектуального потенціалу через надання їм готельних, рекреаційних, дозвіллевих, анімаційних та інших послуг доступних для всіх» [2].

Організація та надання послуг індустрії гостинності для осіб з особливими потребами вимагає забезпечення структурними компонентами:

- реалізація концепції створення інклюзивного простору, інклюзивної інфраструктури з метою спорудження об'єктів нерухомості, відповідно до норм та стандартів інклюзивності, безбар'єрної архітектури;
- доступність у використанні трансферу для ООП;
- забезпечення якості комфортабельних послуг індустрії гостинності для ООП, відповідно компетентного кваліфікованого персоналу;
- адаптація дозвіллевих об'єктів та анімаційної діяльності до різної категорії ООП;
- інклюзивна складова маркетингової діяльності, зокрема презентації туристських пропозицій, пропозиція різноманітного спектру надання послуг індустрії гостинності, бронювання, віртуальні послуги (освітні, ігрові, екскурсійні), інші.

Удосконалення соціалізації, комунікації та мобільності послуг індустрії гостинності готелів для споживачів категорії ООП можливо за умов впровадження чат-ботів у систему в бізнес-процесів підтримки та консультації даної категорії споживачів.

Основний текст.

Українські науковці та практики активно впроваджують ідеї створення і застосування чат-ботів в різних сферах діяльності. Сферу застосування чат-ботів, розкрила в своїх дослідженнях О. Трофименко [6] визначивши ефективність їх у галузі рекрутингу як комунікаційну систему, яка успішно спрощує роботу



менеджерів по персоналу та рекрутерів. Особливості та проблеми віртуального спілкування за допомогою чат-ботів досліджували Проватар, Х. Ключко [5]. Вчена О. Ушакова [7] в своїх дослідженнях здійснила аналіз підходів до створення чат-ботів, розкрила їх поточний стан та передумови актуальності в мережах для взаємодії людини з віртуальним середовищем.

Чат-боти – це комунікаційні програми, котрі автоматизують спілкування з гостем та комунікують по певному заданому сценарію. Вони дозволяють спілкуватись з допомогою текстових або аудіо повідомлень на сайтах, у мобільних програмах, що створює відчуття постійного бізнес-зв'язку.

Як правило, це діалог – питання-відповідь, в якому чат-бот ставить питання, а людина відповідає на них. По ключовим словам з відповіді чат-бот розуміє яке питання поставити наступним. Інформацію з запитань споживачів чат-бот зберігає в спеціальну базу або робить на основі відповідей певні дії, наприклад, оформлює замовлення чи корегує надання послуг, формує додаткові послуги.

Популярність чат-ботів безпосередньо пов'язана з бажанням людей комунікувати один з одним за допомогою листування через різні месенджери. Кількість їх споживачів вже перевищила аудиторію соцмереж. Спілкування з компаніями українці також здійснюють за допомогою листування.

Чат-боти — це двосторонній канал масової комунікації, що здатен знайти персоналізований підхід до кожного споживача, виконувати різні завдання, покращити замовлення різних послуг в індустрії гостинності для різних категорій населення.

У деяких випадках використання чат-бота є очевидно вигідною дією, але є і такі ніші, де необхідно добре продумати сценарії, здатні поліпшити якість обслуговування споживачів, спростити рутинну роботу, а також повернути інвестовані на розробку засобу кошти. Експерти виділяють п'ять типів чат-ботів по функціональності.

Сервісні чат-боти з метою координувань зустрічей, підтримання командного духу, збору статистики, виписки інформації з реєстрів, відправка листів, просувань інформації в соцмережах. наприклад: Clara, Growbot, Statsbot, OpenDataUABot, DoNotPay, БроБот.

Рекламні чат-боти створюють з метою розповсюдження новин, іншого інформаційного контенту. Приклад: CNN, TechCrunch, Horoscope.

Партнерські чат-боти для поєднання корисних сторінок компанії з посиленнями на сторінки замовлень товарів / послуг, агрегує ряд послуг в одному чаті, з використанням пропозицій чи знижок. Приклади: Sensay, Assist, Rokupon.

Заказні чат-боти використовують з метою приймають замовлень через чат товарів/послуг.

Завданнями інформаційних чат-ботів є з'ясування подробиць, збір номерів телефонів, адрес, електронної пошти, автоматично з'єднують готові до покупки ліди з "живими" продавцями, продають зібрані ліди. Приклади: Sender, JivoSite.

Впровадження чат-бота в бізнес-процеси готелів визначається наступними особливостями:



- чат-бот діятиме як звичайний працівник служби бронювання при плануванні перебування, бронюванні чи реєстрації гостей в готелі. Чат-бот може брати до уваги переваги, потреби, особливості, бюджет споживачів та пропонувати їм персоналізовані рекомендації;
- чат-бот може надавати рекомендації щодо організації індивідуальних замовлень послуг обслуговування в готелі;
- чат-бот може допомагати гостям під час перебування в готелі – функціонувати як служба підтримки гостей, аналізуючи та реагуючи на скарги для уникнення конфліктних та стресових ситуацій з метою забезпечення їх комфорту та іміджу організації.

З винаходом чат-ботів, які є важливими для забезпечення комунікації в будь-який зручний час для споживачів та особливо ООП, в індустрії гостинності стали ширше їх залучати для виконання робіт, орієнтованих на спілкування без будь-якого людського втручання. Чат-боти налагоджують стосунки, відповідають на запитання і сприяють кращому порозумінню відповідних проблем ООП, впливають на процес прийняття рішень в організації діяльності закладів, вибору додаткових послуг та сприяють на створення комфортного інтер'єру для даної категорії людей.

Крім того, чат-бот є відмінним помічником для того, щоб вибрати оптимальний варіант перельоту, підібрати зручні варіанти проживання або підказати, куди сходити з друзями або з сім'єю. Користувач може запросити в чат будь-яку людину, з якою хоче поділитися своїми планами або залучити до спільного вибору і прийняття рішення про подорож. Отже чат-боти можуть мати різне призначення і мати різний функціонал,

Основні переваги чат-ботів в індустрії гостинності:

- ✓ миттєво пропонує нові пам'ятки та цікаві місця для відвідин по всьому світу;
- ✓ робить оперативний підбір і порівняння цін на авіарейси та вибір готелів по заданих параметрах споживача;
- ✓ істотно полегшує спільне планування подорожей з друзями і членами сім'ї;
- ✓ надає можливість поділитися інформацією про переліт, готель, ресторан або варіантах проведення дозвілля простим натисканням кнопки.

Переваги чат-ботів у використанні у наданні послуг для ООП:

- ❖ ефективна взаємодія з ООП – задовольняють потенційних споживачів;
- ❖ неперевантаженість споживачів інформацією, надання відповіді на запити користувачів;
- ❖ економність – це одноразова інвестиція, яка допомагає планувати дії та кількість персоналу;
- ❖ збір та аналіз даних про потреби та можливості споживачів з ООП;
- ❖ накопичення відгуків споживачів з ООП, для допомоги брендам поліпшити свої послуги та оптимізувати надання послуг для споживачів з ООП;
- ❖ легкість в експлуатації;



❖ обслуговування споживачів з ООП на декількох мовах.

Алгоритм роботи чат-бота будується на принципі діалогу з споживачем. В індустрії гостинності важливу роль відіграє ділове спілкування, грають норми і цінності обміну діяльністю, а також етичні форми і методи взаємодії людей при вирішенні професійних питань [3, с.4].

Запровадження чат-боту приверне увагу споживачів з ООП скористатися інноваційними послугами що значно спростить процес бронювання, тому що вони отримують його алгоритм за кілька коротких секунд, декілька раз та у зручний час.

Головний функціонал чат-бота у роботі з споживачем ОПП визначається наступними положеннями:

- бронювання та купівля (у режимі діалогу, будь-якого гаджету, можна вибрати та забронювати номер, замовити додаткові послуги, здійснити оплату);
- планування перебування в готелі (чат-бот може стати базою для повноцінного сервісу планування, що збільшить залученість споживачів та пізнаваність бренду);
- підтримка 24/7 (у будь-який момент часу споживачі зможуть отримати з його допомогою відповіді на найважливіші та часто виникаючі питання);
- розсилка акції та спеціальних пропозицій (можливість споживачів вибирати номери, дати та визначатись з вартістю перебування);
- інтеграція зі сторонніми сервісами (повна сумісність з усіма популярними сервісами дозволяє зробити їх інтеграцію з чат-ботом, що збільшить ефективність взаємодії загалом);
- побудова автоматизованих воронок продажів (за допомогою чат-бота можливо створити повноцінний канал з повною автоматизацією процесу лідогенерації та продажу).

Отже, чат-бот це певний функціонал зі штучним інтерфейсом для комунікації з потенційними споживачами. Чат-бот виступає сервісом, котрий взаємодіє з потенційними споживачами готелю. Шляхом впровадження чат-боту відбувається скорочення часу середньої обробки запиту від споживачів до кількох секунд.

Висновки.

Аналізуючи роботи вчених та практиків констатуємо, що чат-боти трансформують діяльність індустрії гостинності шляхом зниження затрат людської взаємодії з впровадженням штучного інтелекту.

Підбиваючи підсумки зазначаємо, що соціальне значення впровадження чат-бота в індустрії гостинності полягає у поліпшенні якості обслуговування споживачів з ОПП, основною метою якого є безбар'єрний доступ до усіх інформаційних ресурсів, доступність інформації, позитивний психологічний клімат, рівність можливостей усіх споживачів, здатність адаптувати послуги відповідно до запитів людей з особливими потребами.

Література:

1. Закон України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року. URL:



<http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>

2. Карташова Л. А., Любарець В.В. Підготовка менеджерів соціокультурної діяльності до соціалізації осіб з особливими потребами в індустрії дозвілля. Вища освіта України. К. : Педагогічна преса. 2019. №2. С. 57–62. UPL:[http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/37473/Kartashova %20Liubarets.pdf?sequence=1](http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/37473/Kartashova_%20Liubarets.pdf?sequence=1)

3. Liubarets V., Vasylieva H. Educational workers methodological competence formation in the conditions of inclusive learning. Paradigm of Knowledge, 2021. 1(45). 154175. DOI: [https://doi.org/10.26886/2520-7474.1\(45\)2021.11](https://doi.org/10.26886/2520-7474.1(45)2021.11)

4. Любарець В. В. Теорія і практика професійної підготовки майбутніх менеджерів соціокультурної діяльності в умовах інформаційно-освітнього середовища : автореф. дис. ... докт. пед. наук : 13.00.04 - теорія та методика професійної освіти / МОН України, Національний педагогічний університет імені М. П. Драгоманова. Київ, 2019. 43 с. UPL: <http://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/32950/100355507.pdf?sequence=1>

5. Провотар О.І., Клочко Х.А. Особливості та проблеми віртуального спілкування за допомогою чат-ботів. // Наукові праці ВНТУ: Інформаційні технології та комп'ютерна техніка. 2013. № 3. 6 с. UPL: <https://praci.vntu.edu.ua/index.php/praci/article/view/375/373>

6. Трофименко О. Г. Сфери застосування чат-ботів // Інформаційне суспільство: проблеми та перспективи : матеріали VII Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 20 травня 2022 р.) / відп. ред. Н. І. Логінова. Одеса, 2022. С. 68-71. UPL: <http://dspace.onua.edu.ua/bitstream/handle/11300/18203/Трофименко%20О.%20Г.%20Сфери%20застосування%20чат-ботів.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

7. Ушакова, І. О. Підходи до створення інтелектуальних чат-ботів. // Системи обробки інформації. 2019. № 2. С. 76–83. DOI: 10.30748/soi.2019.157.10

***Abstract.** The article emphasizes the importance and peculiarities of inclusion in the hospitality industry with anticipation of the ability of state institutions to take into account the interests of all members of society. The problems of improving communications in the hospitality industry for consumers of the category of persons with special needs are explored in this article. The advantages of introducing chatbots into the system in business processes of support and consultation of this category of consumers of the hospitality industry are revealed. The provisions of the chatbot functionality in servicing consumers in the hospitality industry of the category of persons with special needs have been determined.*

***Key words:** hospitality industry, inclusion, consumers, people with disabilities, chatbot.*