

Роль искусственного интеллекта в культуре туристской индустрии современного мира

© К. А. Жижилева

Аннотация:

Тенденция в использовании искусственного интеллекта (ИИ) для продвижения бизнес-процессов и формирования маркетинговых кампаний все более активно применяются в тревел индустрии. Искусственный интеллект – это комплекс программ, который способен имитировать человеческие навыки, например, планирование, решение конкретных задач, обучение и улучшение своего функционала по мере накопления информации. Технологии ИИ совершенствуются и трансформируют путешествия всевозможными способами, начиная от предложения персональных рекомендаций, основанных на системном отборе информации и повышения качества обслуживания клиентов с помощью виртуальных помощников до оптимизации операционной эффективности при бронировании турпродуктов. Важное значение имеет использование ИИ для поддержания культурно-исторического наследия туристских дестинаций. С помощью таких инструментов как машинное и компьютерное зрение специалисты работают над сохранением объектов, пристально следят за их состоянием, и могут оперативно отреагировать на возникающие изменения. Исследуя значение искусственного интеллекта в развитии современной туристской индустрии, можно отметить как преимущества, к которым можно отнести – анализ данных и преобразование их, улучшение качества сервиса в путешествиях, обеспечение сохранности исторических объектов, так и недостатки – цифровое тиражирование, использование нейросетей для изменения облика объектов или даже целых городов, что в дальнейшем может привести к искаженному представлению туристов по той или иной туристской дестинации.

Ключевые слова: туристская индустрия; искусственный интеллект; гостеприимство; качество обслуживания; компьютерное зрение; виртуальный тур; тур с дополненной реальностью.

Сфера туризма и гостеприимства является сложной, самостоятельной и динамично развивающейся системой, активно реагирующей на все изменения, происходящие в мире. Тенденция в использовании искусственного интеллекта для продвижения бизнес-процессов и формировании маркетинговых кампаний все более активно применяются в тревел индустрии. Согласно стратегии развития туризма на 2020–2035 гг. отрасль должна использовать комплекс мер по развитию и совершенствованию сферы обслуживания гостей. Основная задача – это формирование конкурентоспособного турпродукта, удовлетворяющего потребности туриста. А соответственно и продвижение данного продукта на внутреннем и международном рынке услуг должно отвечать современным требованиям и быть привлекательным для конечного потребителя [1].

Уникальность сферы туристской индустрии – это первоочередное значение информационного поля, которое является основой взаимодействия всех участников рынка. Информационные потоки, а не товары, как в большинстве других отраслей, обеспечивают взаимодействие между производителями туристических услуг. Турпродукт неосознанно, впечатление о нем формируется на основании полученной информации – зрительной или слуховой, воспринимая которую, человек принимает решение о его приобретении. Визуализация информации – это современная тенденция, так как большинство людей максимально воспринимают информацию через фото – видеоролики в сети интернет, просматривая обзоры отелей, фото-отзывы туристов, описание курортов. Тем самым происходит идеализация, что не

© Ксения Александровна Жижилева, старший преподаватель, Санкт-Петербургский Университет при межпарламентской ассамблее *ЕврАзЭС* (Санкт-Петербург, Россия), директор Туристической компании ООО «Гризли»; e-mail: ks.zhizhileva@mail.ru

всегда положительно влияет на конечное впечатление от полученного турпродукта. Планируемый тур – это модель отдыха, которую человек сформировал у себя в воображении и стремится подобрать из пэкидж-туров что-то максимально приближенное. Здесь стоит отметить, что искусственно созданные туристские образы курортов и отелей могут создать обманчивое впечатление и сформировать неверный образ планируемого отдыха. Ведь искусственный интеллект (ИИ) — это комплекс программ, который способен имитировать человеческие навыки, например, планирование, решение конкретных задач, обучение и улучшение своего функционала по мере накопления информации. Личную коммуникацию при подборе тура не сможет заменить ни один робот, настолько специфичны вопросы, касаемые выбора турпродукта, они порой носят личный характер, а ответ на них должен быть сформулирован с учетом социального и психологического портрета потребителя [2].

Искусственный интеллект в туристской индустрии может быть использован в сфере стандартного обслуживания клиентов – сбор персональных данных для составления документации, форма составления заявки на подбор тура, выдача контактной информации. Практика показывает, что, получая идентичные запросы от клиентов невозможно сформировать единообразные ответы, так как каждую ситуацию необходимо рассматривать индивидуально, опираясь на конкретную жизненную ситуацию клиента. Качественный и индивидуализированный подбор тура искусственным интеллектом невозможен. Коммуникативная работа специалиста по туризму и конечного потребителя требует учета множество факторов и деталей. Поиск верного решения возникших проблем в ходе бронирования туристского продукта возможен только реальным человеком с аналитическим складом ума, способным увидеть пути разрешения тех или иных ситуаций.

Внутренний туризм в России с каждым годом активно развивается, так в 2023 году число поездок достигло 75 миллионов, а в 2024 году ожидается рост на 15% [3]. Данная тенденция ставит перед индустрией необходимость улучшения инфраструктуры, регулирование дефицита кадров и поиск способов формирования и продвижения туристского продукта на рынке путем внедрения всеобщей цифровизации и применении современных ИТ-решений. Стоит отметить эффективность и необходимость внедрения таких ИТ-инструментов бизнеса, как голосовые помощники, способные улучшить сервис и предотвратить упущенные бронирования, компьютерное зрение, усиливающее безопасность на туристических объектах, и цифровые платформы, способные решить вопрос кадрового дефицита – именно помощники, а не ключевые игроки рынка услуг. Станет ли интеграция искусственного интеллекта в аналитику и клиентский сервис неотъемлемой частью туристской индустрии и как это скажется на качестве обслуживания клиентов. Многие эксперты индустрии уверены, что использование искусственного интеллекта в туристической индустрии повысит производительность и уровень качества услуг и станут движущей сильной стороной индустрии. Однако стоит отметить, что внедрение искусственного интеллекта возможно только под жестким контролем со стороны специалистов. Основная работа, связанная с формированием турпродукта, способами его продвижения и взаимодействия с клиентом должен заниматься человек.

Международный опыт показывает успешные примеры внедрения искусственного интеллекта именно для оценки и анализа состояния инфраструктуры, перспектив развития направлений, сбора и детализации информации [4]. Компании используют искусственный интеллект для анализа состава туристов по национальности, возрасту, социальному и семейному положению, для прогноза количества, качества и ассортимента продуктов и напитков, которые необходимо закупить для обеспечения круизов на маршруте. Теоретически искусственный интеллект способен обрабатывать и анализировать большой объем информации, получаемой от клиентов. Результаты данной работы в дальнейшем позволяют прогнозировать спрос, формировать актуальные предложения для повышения прибыльности компании. Для эффективного функционирования системы искусственного интеллекта необходима систематизация данных, важно получать как можно больше информации о клиентах: их предпочтения, финансовые возможности, цель и мотивация путешествия. Потенциал ИИ в сфере туризма значительный, важно правильно его внедрить и контролировать рабочий процесс [5].

Роль интерфейса сайтов туроператоров и туристических компаний всегда играла важную роль в работе, с помощью искусственного интеллекта можно усовершенствовать диалоговый интерфейс и общение с ботами, при сборе определенного вида информации, например, впечатления о уже прошедшем путешествии. Однако вопрос поиска и планирования отдыха сложный процесс, в нем всегда должен быть задействован человек, для того чтобы исключить

двойное толкование и ограниченность выбора. Совершенствование моделей искусственного интеллекта так же играет важную роль, проходя этапы модернизации, они становятся более гибкими в общении и имеют определенный запас готовых решений тех или иных ситуаций. По мере внедрения и интеграции технологии искусственного интеллекта в сфере туристической индустрии, можно отметить повышение уровня удобства, эффективности и персонализации как для путешественников, так и для компаний.

Технологии искусственного интеллекта совершенствуются и трансформируют путешествия всевозможными способами, начиная от предложения персональных рекомендаций, основанных на системном отборе информации и повышения качества обслуживания клиентов с помощью виртуальных помощников до оптимизации операционной эффективности при бронировании турпродуктов. Благодаря умным системам бронирования, динамическому ценообразованию, переводу языков с помощью искусственного интеллекта оптимизируются процессы формирования и реализации туристских продуктов. По данным Worldmetrics, 83 % туристических компаний считают, что ИИ необходим для инноваций в индустрии, а персонализация в туризме на основе ИИ повышает удовлетворенность клиентов на 20 % [6].

Преимущества активного внедрения искусственного интеллекта особенно полезны для конечного потребителя туристского продукта – туриста. Модель компьютерного зрения наглядный этому пример. При посещении туристских дестинаций, сделав фото артефакта или культурно-исторической достопримечательности можно загрузить его в интернет и получить максимум информации или исторический контекст. Новейшая система обнаружения объектов Ultralytics YOLOv8 позволяет экскурсантам на общем фоне выделить необходимый объект, найти в сети интернет и дополнить свои знания. Такой современный метод применяется в ходе проведения экскурсий по дикой природе и сафари [7]. Для повышения качества обслуживания клиентов в сфере гостеприимства все чаще используются чат-боты и виртуальные помощники, так, например сеть отелей Hilton использует помощника Конни для регистрации гостей в свои отели, что повышает уровень сервиса, так как предоставляется информация на разных языках не только о проживании, но и месте пребывания.

Особое место в сфере туристической индустрии занимает направление виртуальных туров и туров дополненной реальности, что позволяет осматривать объекты интерактивно и иммерсивно, делая их максимально реалистичными, создавая особую атмосферу. Наложение текста, технических данных, маршрут-указателей, геолокаций объектов на пространство вокруг туриста позволяет расширить кругозор и получить полезную информацию, такой метод активно используют в крупных туристских центрах России: Москва, Санкт-Петербург, Нижний Новгород и др. Первым этапом внедрения стало использование QR-кодов, отсылающих на информационные страницы объектов в сети Интернет, а следующим шагом стали уже туры с дополненной реальностью. В Москве проект «Узнай Москву» с одноименным мобильным приложением рассказывает туристам о исторически значимых территориях и культурных достопримечательностях. Помимо совершенствования качества туристских услуг искусственный интеллект помогает сохранять культурное наследие, следить за сохранностью объектов, что позволяет своевременно реагировать на замедление ухудшения состояния достопримечательностей [8]. Искусственный интеллект дает возможность воссоздавать виртуальные реконструкции и цифровую документацию, что носит важный характер для реставрационных проектов, предоставляя информацию о первоначальном состоянии артефактов.

В современном мире установилась четкая тенденция на пересечение искусственного интеллекта и сохранение культурного наследия, что открывает новые возможности для защиты и изучения исторических артефактов. Существуют различные инструменты ИИ, которые осуществляют мониторинг, анализ и генерацию решений. Модели компьютерного зрения анализируют их, позволяя обнаружить и помочь восстановить элементы декора, орнамент, выцветшие цвета. ИИ способен воспроизводить оригинальные цвета и текстуры, помогая искусствоведам и реставраторам прийти к истокам и воссоздавать первобытность того или иного памятника архитектуры. Модели машинного обучения оценивают состояние достопримечательностей и культурно-исторических объектов, анализируют динамику их состояния, способны спрогнозировать ухудшение и просигнализировать о необходимости принятия мер по поддержанию или восстановлению объекта. Машинное обучение (machine learning, ML) — процесс, в котором компьютерная программа с помощью искусственного интеллекта выполняет поставленные задачи на основе исходных данных и находит определённые закономерности, которые в дальнейшем использует для генерации решений. Так, например, с

использованием таких инструментов как компьютерное зрение и алгоритмы машинного обучения была проведена детальная оценка степени повреждений храмовой живописи и фресок Церкви Спаса на Крови в Санкт-Петербурге (Россия). Результаты проведенного исследования позволили составить эффективный план реставрации культурно-исторического объекта. Разрушенный еще в середине XX века Казанский собор в Москве (Россия) долгое время требовал восстановления. В проекте по реставрации специалисты задействовали метод анализа искусственным интеллектом, с помощью которого была создана трёхмерная модель собора на основе архивных фотографий и чертежей. Благодаря алгоритмам глубокого обучения были досконально проанализированы графические изображения и математические расчеты, выделены ключевые архитектурные элементы, в результате чего автоматически сгенерированы объёмные структуры. Метод спектрального анализа с последующей обработкой нейросетевых алгоритмов был применен при реставрационных работах мозаичные полов в крепости Кыз-Кула в Хорезме (Узбекистан) и позволил выявить изначальную цветовую гамму и состав камней в древней мозаике, что позволило воссоздать первобытный образ.

Система беспилотных летательных аппаратов играет важную роль в работе по сохранению исторических памятников. Аппараты фиксируют каждую деталь объекта, анализируют состояние и позволяют специалистам быстро реагировать на возможные негативные изменения, выявляя не только факторы воздействия, но и предлагая меры по предотвращению. Так, Великая Китайская стена – памятник ЮНЕСКО, которую посещают более 40 млн туристов со всего мира ежегодно нуждается в постоянно мониторинге состояния. Беспилотные летательные аппараты делают фотофиксацию для дальнейшей оценки ущерба, и полученные данные анализируются с помощью искусственного интеллекта. В результате специалистами составляется график реставраций стены. Процесс сканирования предметов культуры позволяет с визуальной точностью и использованием ультразвуковых волн оценить состояние культурного объекта и выявить поврежденные участки [10].

Таким образом, исследуя значение искусственного интеллекта в культуре туристской индустрии современного мира можно отметить как преимущества, так и недостатки. Среди неоспоримых достоинств можно отметить улучшение качества обслуживания клиентов и персонализированный опыт, что способствует сокращению времени на решение организационных моментов. Так же существенное увеличение эффективности логистики при планировании путешествий: различные приложения, туры дополненной реальности позволяют сократить время на поиск нужной информации. И, наконец, запуск процессов автоматизации при работе туристских агрегатов позволяют отслеживать ценообразование и реагировать на современные условия рынка.

Но наряду с преимуществами есть и определенные недостатки использования искусственного интеллекта в сфере туристской индустрии. Во-первых, это конфиденциальность и осуществление контроля за безопасностью хранения и передачи персональных данных туристов. Во-вторых, это сложности при работе с нестандартными задачами, поставленными туристами в ходе поиска информации и планировании путешествия. И, в-третьих, это уменьшения личного человеческого общения, отсутствие коммуникабельности, которые играют важнейшую роль в сфере туризма и гостеприимства. Так же стоит отметить и влияние цифровых технологий, которые становятся универсальным средством сохранения и распространения произведений искусства по всему миру. Проблема тиражирования и возможного искажения реального образа через нейросеть может вызвать неверное восприятие объекта у туристов, которые ранее его не посещали.

Активное сохранение культурно-исторического наследия в цифровом формате открывает новые возможности для защиты и поддержания объектов, находящихся под угрозой исчезновения и расширения объема знаний, имеющихся в доцифровую эпоху. Технологии цифровизации и применение искусственного интеллекта позволяют дополнить исследовательский потенциал и обобщить научные знания.

Список литературы

1. Кумова Д. М. Использование платформ на базе искусственного интеллекта в сфере туризма // Сервис в России и за рубежом, 2021. DOI: 10.24412/1995-042X-2021-3-18-26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-platform-na-baze-iskusstvennogo-intellekta-v-sfere-turizma> (дата обращения 10.09.2024).

2. Никулин Д. Ю., Краснов С. В. Интеллектуальные технологии в туризме // Журнал Волжского университета им. В. Н. Татищева, 2017. – Том 10. – № 2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnye-tehnologii-v-turizme> (дата обращения 10.09.2024).

3. Черевичко Т. В., Темякова Т. В. Цифровизация туризма: формы проявления // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия экономика. Управление. Право, 2019. DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019-19-1-59-64>. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-turizma-formy-proyavleniya> (дата обращения 15.09.2024).

4. Пастухова А. Э. Цифровые технологии как драйвер развития предприятий индустрии туризма в России (accessible tourism) // Российские регионы: взгляд в будущее, 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-kak-drayver-razvitiya-predpriyatij-industrii-turizma-v-rossii-accessible-tourism> (дата обращения 11.10.2024).

5. Черепко Е. Ф., Маевский А. В. Развитие сферы рекреации и туризма как фактор повышения инвестиционной привлекательности региона // Управленческое консультирование, 2017. DOI: 10.22394/1726-1139-2017-9-82-91. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sfery-rekreatsii-i-turizma-kak-faktor-povysheniya-investitsionnoy-privlekatelnosti-regiona> (дата обращения 19.09.2024).

6. Болдырева С.Б. Влияние туризма на социально-экономическое развитие региона: обобщение российского и зарубежного опыта // Региональная экономика: теория и практика, 2018. Т. 16, № 5. DOI: <https://doi.org/10.24891/re.16.5.972>. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-turizma-na-sotsialno-ekonomicheskoe-razvitie-regiona-obobschenie-rossiyskogo-i-zarubezhnogo-opyta> (дата обращения 21.09.2024).

7. Кириллова С. А., Чернуха Д. С. Развитие глобального, национального и регионального туризма: состояние, тренды, прогнозы // Вестник евразийской науки, 2018. <http://dx.doi.org/10.15862/01TS417>. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-globalnogo-natsionalnogo-i-regionalnogo-turizma-sostoyanie-trendy-prognozy> (дата обращения 14.09.2024).

8. Лаврова Т. А. Оптимизация процессов развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации // Петербургский экономический журнал, 2016. – № 3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsiya-protseessov-razvitiya-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoj-federatsii> (дата обращения 11.09.2024).

9. Кузнецова Н. Ф. Современная инфраструктура как одно из важных условий для развития туризма // Азимут научных исследований: экономика и управление, 2016. – Том 5. – № 3 (16). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-infrastruktura-kak-odno-iz-vaznyh-usloviy-dlya-razvitiya-turizma> (дата обращения 11.09.2024).

10. Царева А.Э., Тарасова Т.В. Технологии цифровизации и искусственного интеллекта в сохранении культурного наследия // Столыпинский вестник, 2023. – Том 5. DOI 10.55186/27131424 2023 5 5 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-tsifrovizatsii-i-iskusstvennogo-intellekta-v-sohranении-kulturnogo-naslediya> (дата обращения 29.09.2024).

Article Summary

Design. Art. Industry, 2024, Issue 11

DOI: 10.56900/2312-6116_2024_11_72

Rol' iskusstvennogo intellekta v kul'ture turistskoi industrii sovremennogo mira [The Role of Artificial Intelligence in the Culture of the Tourism Industry of the Modern World]

Abstract:

The trend in using artificial intelligence to promote business processes and form marketing campaigns is increasingly being used in the travel industry. Artificial intelligence is a set of programs that can simulate human skills, for example, planning, solving specific tasks, learning and improving its functionality as information accumulates. AI technologies are improving and transforming travel in all sorts of ways. Offers of personal recommendations are based on a systematic selection of information and improving the quality of customer service. Virtual assistants and optimization of operational efficiency improve the booking service of travel products. When examining the importance of artificial intelligence in the development of the modern tourism industry, one can note both advantages – this is data analysis and its transformation, improving the quality of service in travel, ensuring the preservation of historical sites, and disadvantages – digital replication, the use of neural networks to change the appearance of

objects or even entire cities, which in the future can lead to a distorted view of tourists on a particular tourist destination.

Key words: travel industry; artificial intelligence; hospitality; service quality; computer vision; virtual tour; tour with augmented reality.

Author: **Ksenia A. Zhizhileva**, Assistant Prof., St. Petersburg University at the Interparliamentary Assembly of the EurAsEC (St. Petersburg, Russia); Director of the Tourist Company ООО «Grizli»; e-mail: ks.zhizhileva@mail.ru

References

1. Kumova D. M. Ispol'zovanie platform na baze iskusstvennogo intellekta v sfere turizma [The use of artificial intelligence-based platforms in the field of tourism] *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad]. Moscow, 2021 (in Russian). DOI: 10.24412/1995-042X-2021-3-18-26. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-platform-na-baze-iskusstvennogo-intellekta-v-sfere-turizma> (visit date 10.09.2024).

2. Nikulin D. Yu., Krasnov S. V. Intellektual'nye tekhnologii v turizme [Intellectual technologies in tourism] *Zhurnal Volzhskogo universiteta im. V. N. Tatishcheva* [Journal of the V. N. Tatishchev Volga State University] 2017, vol 10, no 2 (in Russian). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/intellektualnye-tehnologii-v-turizme> (visit date 10.09.2024).

3. Cherevichko T. V., Temyakova T. V. Tsifrovizatsiya turizma: formy proyavleniya [Digitalization of tourism: forms of manifestation] *Izvestiya Saratovskogo universiteta. Novaya seriya. Seriya ehkonomika. Upravlenie. Pravo* [Proceedings of the Saratov University. A new series. The economics series. Management. Law], 2019 (in Russian) DOI: <https://doi.org/10.18500/1994-2540-2019-19-1-59-64>. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-turizma-formy-proyavleniya> (visit date 15.09.2024).

4. Pastukhova A. E. Tsifrovye tekhnologii kak draiver razvitiya predpriyatii industrii turizma v Rossii (accessible tourism) [Digital technologies as a driver for the development of tourism industry enterprises in Russia (accessible tourism)] *Rossiiskie regiony: vzglyad v budushchee* [Russian regions: a look into the future], 2019 (in Russian). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovye-tehnologii-kak-drayver-razvitiya-predpriyatii-industrii-turizma-v-rossii-accessible-tourism> (visit date 11.10.2024).

5. Cherebko E. F., Mayevsky A.V. Razvitie sfery rekreatsii i turizma kak faktor povysheniya investitsionnoi privlekatel'nosti regiona [The development of the sphere of recreation and tourism as a factor in increasing the investment attractiveness of the region] *Upravlencheskoe konsul'tirovanie* [Management consulting], 2017 (in Russian). DOI: 10.22394/1726-1139-2017-9-82-91. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-sfery-rekreatsii-i-turizma-kak-faktor-povysheniya-investitsionnoy-privlekatel'nosti-regiona> (visit date 19.09.2024).

6. Boldyreva S.B. Vliyanie turizma na sotsial'no-ehkonomicheskoe razvitie regiona: obobshchenie rossiiskogo i zarubezhnogo opyta [The impact of tourism on the socio-economic development of the region: generalization of Russian and foreign experience] *Regional'naya ehkonomika teoriya i praktika* [Regional Economics Theory and Practice], 2018, vol 16, no 5 (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.24891/re.16.5.972> URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vliyanie-turizma-na-sotsialno-ekonomicheskoe-razvitie-regiona-obobshchenie-rossiyskogo-i-zarubezhnogo-opyta> (visit date 21.09.2024).

7. Kirillova S. A., Chernukha D. S. Razvitie global'nogo, natsional'nogo i regional'nogo turizma: sostoyanie, trendy, prognozy [Development of global, national and regional tourism: state, trends, forecasts] *Vestnik evraziiskoi nauki* [Bulletin of Eurasian Science], 2018 (in Russian). <http://dx.doi.org/10.15862/01TS417>. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-globalnogo-natsionalnogo-i-regionalnogo-turizma-sostoyanie-trendy-prognozy> (visit date 14.09.2024).

8. Lavrova T. A. Optimizatsiya protsessov razvitiya vnutrennego i v"ezdnoogo turizma v Rossiiskoi Federatsii [Optimization of the processes of development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation] *Peterburgskii ehkonomicheskii zhurnal* [St. Petersburg Economic Journal], 2016, no 3 (in Russian). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/optimizatsiya-protsessov-razvitiya-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii> (visit date 11.09.2024).

9. Kuznetsova N. F. Sovremennaya infrastruktura kak odno iz vazhnykh uslovii dlya razvitiya turizma [Modern infrastructure as one of the important conditions for the development of tourism] *Azimut nauchnykh issledovaniy: ehkonomika i upravlenie* [Azimut of scientific research: economics and

management], 2016 vol 5, no 3 (16) (in Russian). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennaya-infrastruktura-kak-odno-iz-vazhnyh-usloviy-dlya-razvitiya-turizma> (accessed 11.09.2024).

11. Tsareva A.EH., Tarasova T.V. Tekhnologii tsifrovizatsii i iskusstvennogo intellekta v sokhraneni kul'turnogo naslediya [Digitalization and artificial intelligence technologies in the preservation of cultural heritage] *Stolypinskii vestnik* [Stolypin Bulletin], 2023 vol 5 (in Russian). DOI 10.55186/27131424_2023_5_5_8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tehnologii-tsifrovizatsii-i-iskusstvennogo-intellekta-v-sokhraneni-kulturnogo-naslediya> (visit date 29.09.2024).

For Citation

Zhizhileva K. A. The Role of Artificial Intelligence in the Culture of the Tourism Industry of the Modern World *Design. Art. Industry: International Journal of Scientific Research* Editor in chief N M Shabalina. Chelyabinsk: Tekhne Publ. House, 2024, Issue 11, pp 72–78 (in Russian). https://doi.org/10.56900/2312-6116_2024_11_72

Образец цитирования

Жижилева К. А. Роль искусственного интеллекта в культуре туристской индустрии современного мира // Дизайн. Искусство. Промышленность: Международный журнал научных исследований / гл. ред. д.-р. иск. Н.М. Шабалина. – Челябинск: Издательский Дом Технэ, 2024. – Выпуск 11. – С. 72–78. https://doi.org/10.56900/2312-6116_2024_11_72