

АНАЛИЗ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЧАТ-БОТОВ В ПРОЦЕССЕ РАБОТЫ ПРИЕМНОЙ КОМИССИИ ВУЗА

Д. С. ДОРМИДОНТОВА¹, К. М. ПЕРЕПЕЧАЕВ²

¹evdacia@cloud.com, ²kperepechaev@gmail.com

ФГБОУ ВО "Башкирский государственный педагогический университет им. М.Акумлы" (БГПУ им. М.Акумлы)

Аннотация. В статье рассматривается проблема информатизации приемной кампании ВУЗа. Проведено исследование, для выявления мнения об одном из способов информационной поддержки абитуриентов. Выявлены и сформулированы положительные и отрицательные стороны внедрения новых информационных технологий для усовершенствования работы приемной комиссии, на примере чат-ботов.

Ключевые слова: приемная комиссия; чат-бот; информационная поддержка; мессенджер.

ВВЕДЕНИЕ

На сегодняшний день большинство ВУЗов, основываясь на традиционном подходе к продвижению образовательных услуг, используют классические способы информационной поддержки абитуриентов. Данная статья посвящена одному из способов информационной поддержки приемной кампании ВУЗа. Главным инструментом в соответствии с интересами целевой аудитории был выбран чат-бот, интегрированный в социальные сети, мессенджеры и веб-ресурсы.

Чат-бот – это специализированное программное обеспечение (ПО), выполняющее автоматические и/или по заданному расписанию какие-либо действия через интерфейсы, предназначенные для людей. [1]

Стоит отметить, что существует множество чат-ботов. Рассмотрим основные:

1. Кнопочный бот. Он выглядит как кнопки с вариантами действий. «Общение» происходит через нажатие кнопок, а бот реагирует на них, как на команды. Такой бот подходит для сбора данных, определения тематики обращений, ответов на типовые вопросы.

2. Бот-суфлер. Подсказывает посетителю как более точно сформулировать вопрос. Это позволяет клиенту не тратить лишнее время на обдумывание вопроса, а боту легче этот вопрос обработать.

3. Умный бот. Это бот с искусственным интеллектом, способный вести полноценный диалог с клиентами. Его ответы максимально приближены к естественной человеческой речи.

Крайний вид весьма популярен и сейчас активно развивается. Обоснованием для этого служит возможность дополнительно автоматизировать этапы работы с клиентами, повысить лояльность потребителей, перевести часть элементарных задач на «виртуального продавца».

Чат-боты с технологией искусственного интеллекта имеют в своей основе определенный алгоритм, а также способны самообучаться. Пример: *xu.su* – самообучающийся чат-бот запоминает и анализирует фразы, введенные пользователями, а затем выдает их за свои при общении с другими клиентами [2].

Исследования показывают, что сегодня пользователь общается преимущественно текстовыми сообщениями и лояльнее относится к формату переписки в мессенджере. Согласно данным *Mobile Messaging 2016* – форум мобильных экосистем (MEF), 66% пользователей хотя бы раз в жизни решали деловые вопросы с помощью мессенджеров. И эта тенденция растет с каждым годом [3].

Интересно, что чат-бот не может полноценно заменить сотрудника, но вполне спо-

собен взять на себя автоматизацию ответов на вопросы пользователей, экономя время работника и повышая продуктивность его труда.

Согласно вышесказанному, было проведено исследование на примере работы ПК ВУЗа. Среди опрошенных были технические секретари факультетов и институтов, абитуриенты и их родители, а также административный персонал ПК нашего ВУЗа (Рисунок 1).

Результатом стал положительный отклик о внедрении чат-ботов для выполнения некоторых рутинных задач. Однако больше половины родителей отнеслись скептически к такому виду информационной поддержки. Такая оценка связана с трудностями психологического восприятия людей старшего возраста с новыми способами получения информации, которые требуют дополнительного обучения или недостатком практического опыта использования чат-ботов.

Благодаря данному опросу, были выделены положительные стороны использования чат-ботов:

1. Удовлетворение потребностей пользователей путем формирования полного и достоверного представления об образовательных направлениях и программах подготовки, учебных программах и процессе обучения, перспективах развития и карьеры после окончания ВУЗа.

2. Экономия времени и ресурсов потребителей на получение актуальной, достоверной и полной информации о поступлении, обучении и перспективах.

3. Снижение нагрузки на сотрудников приемной комиссии с помощью делегирования задач сотрудников приемной комиссии чат-боту.

4. Увеличение количества обработанных запросов.

5. Сокращение времени на обработку 1 запроса.

6. Повышение качества обработки запросов.

7. Осуществление коммуникации между вузом и потребителем в виде автоматизированного процесса информирования потока абитуриентов об условиях поступления, о правилах приема через сеть Интернет, предоставляя абитуриенту исчерпывающую информацию о приеме.

8. Повышение лояльности целевой аудитории за счет формирования индивидуального формата общения и обмена информацией удобным современным и отвечающим запросам целевой аудитории способом.

Благодаря чат-ботам решаются многие вопросы нашей повседневной жизни, но данный способ информатизации имеет и отрицательные стороны, например это цена разработки и сопровождения чат-ботов.



Рис. 1. Анализ мнения о использовании чат-ботов в процессе работы ПК ВУЗа

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Акулич М. В. Чат-боты и маркетинг / М. В. Акулич. - Москва: Издательские решения, 2019. – 148 с. [М. V. Akulich, Chatbots and Marketing, (in Russian). Moscow, 2019.]
2. XU.SU - ЭТО ЧАТ БОТ, ОН САМ ВСЕ ЗНАЕТ. [Электронный ресурс]. [сайт]. [2019] URL: <http://xu.su/>. (дата обращения 04.02.2020).
3. Mobile Ecosystem Forum. [Электронный ресурс]. [сайт]. [2019] URL: <https://mobileecosystemforum.com/mobile-messaging-report-2016/>. (дата обращения 04.02.2020).

ОБ АВТОРАХ

ДОРМИДОНТОВА Дарья Сергеевна, магистрант 1-го курса Института физики, математики, цифровых и нанотехнологий Башкирского государственного педагогического университета им. М.Акмоллы.

ПЕРЕПЕЧАЕВ Константин Михайлович, магистрант 1-го курса Института Физики, математики, цифровых и нанотехнологий Башкирского государственного педагогического университета им. М.Акмоллы.

METADATA

Title: Analysis of the opportunities of using chat-bots during the work of the admission commission of the university.

Authors: D. S. Dormidontova¹, K. M. Perepechaev²

Affiliation: Bashkir State Pedagogical University named after M. Akmulla" (BSPU named after M. Akmulla)

Email: ¹evdacia@icloud.com, ²kperepechaev@gmail.com

Language: Russian.

Source: Molodezhnyj Vestnik UGATU (scientific journal of Ufa State Aviation Technical University), no. 2 (23), pp. 40-42, 2020. ISSN 2225-9309 (Print).

Abstract: The article considers the problem of informatization of the university admission campaign. A study was conducted to identify opinions on one of the methods of information support for applicants. The positive and negative aspects of introducing new information technologies for improving the work of the selection committee were identified and formulated, using the example of chat bots.

Key words: Selection committee, chatbot, information support, messenger.

About authors:

Dormidontova, Daria Sergeevna, Undergraduate of Applied Informatics (BSPU named after M. Akmulla).

PEREPECHAEV, Konstantin Mikhailovich, Undergraduate of Applied Informatics (BSPU named after M. Akmulla).