

**MESTERSÉGES INTELLIGENCIA ALAPÚ CHATBOTOK
HATÁSA AZ ÜGYFÉLELÉGEDETTSÉGRE ÉS A
VISSZATÉRÉSI SZÁNDÉKRA**

Tari Valéria
(HOYOLV)

Kereskedelmi és Marketing mesterképzési szak, levelező
Magyar Agrár- és Élettudományi Egyetem
Budai Campus
Agrár- és Élelmiszergazdasági Intézet

Belső témavezető: Dr. Sente Viktória

ABSZTRAKT

Az ügyfélszolgálatok digitalizációja új korszakot hozott az ügyfélkapcsolatokban, ahol egyre nagyobb szerepet kapnak a mesterséges intelligenciára épülő chatbotok. Ezek a rendszerek gyorsabb, pontosabb és költséghatékonyabb megoldásokat kínálnak, ugyanakkor a felhasználói élmény, a bizalom és az adatkezelés biztonságának megítélése továbbra is összetett kérdés. A dolgozat célja annak feltárása, hogy a chatbotok technológiai és kommunikációs teljesítménye miként befolyásolja a felhasználói elégedettséget, a bizalmat, a lojalitást és a visszatérési szándékot, valamint hogy az emberi tényezők milyen mértékben formálják a technológiai élményt a magyar ügyfélszolgálati környezetben.

A kutatás vegyes módszertani megközelítéssel készült. A kvantitatív vizsgálat egy 85 fős, online kérdőíves adatfelvételre épült, amelyben leíró statisztikák, khi-négyzetes illeszkedés-vizsgálatok és feltáró faktorelemzés (PCA, Varimax rotáció) segítették a hipotézisek tesztelését. A kvalitatív szakasz netnográfiai elemzéssel vizsgálta az online közösségekben megjelenő felhasználói diskurzusokat, hogy az adatok mögött kirajzolódjanak az érzelmi és kommunikációs mintázatok is.

A dolgozat három hipotézist vizsgált. Az első szerint a chatbotok teljesítménye - a gyors válaszidő, a személyre szabás és a hatékony problémamegoldás - növeli az elégedettséget és a visszatérési szándékot. Ez a feltevés a mért adatok alapján nem nyert megerősítést, mert az elégedettség általános szintje közepes, és a bizonytalan válaszok aránya magas maradt. A második hipotézis az átlátható és udvarias kommunikáció bizalomépítő szerepét vizsgálta, amelyet a faktorelemzés alátámasztott: a bizalom két tényező mentén szerveződik, tartalmi (pontosság, hozzáértés) és kommunikációs (érthetőség, empátia) dimenziókban. A harmadik hipotézis, amely az elégedettség és a lojalitás kapcsolatát tételezte, szintén igazolást nyert: a pozitív élmények fokozzák a visszatérési szándékot és az ajánlási hajlandóságot.

A khi-négyzetes vizsgálatok mérsékelt elköteleződést jeleztek, különösen a középkorú és idősebb válaszadók körében, akik nagyobb bizalmi óvatosságot tanúsítottak. A netnográfiai eredmények ezt a képet tovább árnyalták. A felhasználók leginkább a gyors, pontos és kiszámítható szolgáltatást értékelték, miközben a frusztráció fő forrása a félreértett kérdések

és az emberi segítség hiánya volt. A bizalom erősödését segítette a transzparens működés, a világos kommunikáció és az emberi beavatkozás könnyű elérhetősége.

A kutatás eredményei azt mutatják, hogy a chatbotok sikerét nem kizárólag a technológiai teljesítmény, hanem a kommunikáció minősége és az emberi tényezők jelenléte határozza meg. Az elégedettség és a lojalitás tartósan csak akkor épül, ha a szolgáltatás egyszerre pontos, gyors és emberközeli. A dolgozat összességében arra a felismerésre jutott, hogy az ügyfélkapcsolatok jövőjét a mesterséges intelligencia és az emberi kommunikáció harmónikus együttműködése határozza meg, amelyben a technológia nem helyettesíti, hanem kiegészíti az emberi jelenlétet.

A magyarországi MI alapú ügyfélszolgálatok jelenlegi helyzete alapján a chatbotok hatása az elégedettségre és a visszatérési szándéokra egyelőre korlátozott: a „*mindenképp igen*” válaszok aránya alacsonyabb, míg a „*nem tudom*” és az „*inkább nem*” kategóriák felülreprezentáltak. A faktoranalízis három markáns dimenziót azonosított: élmény és használhatóság, bizalom és megbízhatóság, valamint elégedettség és lojalitás. A dolgozat gyakorlati javaslata a hibrid ügyfélszolgálati modell alkalmazása, amelyben a rutinjellegű megkereséseket chatbotok kezelik, míg a bonyolultabb vagy érzelmileg érzékeny helyzeteket azonnal emberi munkatárshoz irányítja a rendszer. A bizalom és a visszatérési hajlandóság erősítését támogatja a transzparens működés, az empátikus, kontextusérzékeny kommunikáció, valamint az adatbiztonság rövid, egyértelmű és elérhető tájékoztatása.

A jövő ügyfélkapcsolatainak kulcsa tehát az emberi és mesterséges intelligencia összehangolt, egymást kiegészítő működésében rejlik, amelyben a technológiai innováció az emberi kapcsolódás támogatásának legfontosabb eszközévé válik.