

размещения автоматизировать бизнес-процессы, передавать площадкам продаж информацию о ценах и номерах и получать больше онлайн-броней. Платформа внедрена в отелях Curio Collection by Hilton, The Basilian Minsk, Willing Hotel Minsk и др.

Рост туризма и увеличение инвестиций в гостиничные проекты не только по всему миру, но и в Республике Беларусь, а также рост спроса на оптимизированное управление впечатлениями гостей в режиме реального времени способствуют росту рынка «умного» гостеприимства. Применение цифровых технологий и искусственного интеллекта в гостиничном бизнесе увеличивает уровень комфорта и удобства гостей, оптимизирует бизнес-процессы гостиницы за счет анализа данных и предоставления готовых решений, обеспечивает эффективный маркетинг.

#### Список использованных источников

1. Tanmay, S. Smart hospitality market research, 2031 [Electronic resource] / S. Tanmay, K. Vineet. – Mode of access: <https://www.alliedmarketresearch.com/smart-hospitality-market-A08160>. – Date of access: 06.03.2023.

**М. Р. Тамашевич**  
аспирант  
БГЭУ (Минск)

### О ПРОЦЕССАХ ТРАНСФОРМАЦИИ ДЕЙСТВУЮЩЕЙ КОНЦЕПЦИИ РЕГУЛЯТОРНОЙ ПОЛИТИКИ

Республика Беларусь уже долгие годы находится под воздействием санкционных ограничений. Принятые ограничения оказали отрицательное воздействие на состояние потребительского рынка и создали угрозу для экономической безопасности, произошла определенная разбалансированность между потребностями, их товарным и денежным обеспечением, многие экспортные позиции были запрещены к реализации, возросли цены, ухудшилось финансовое положение субъектов хозяйствования, были разорваны логистические цепочки и резко возросла стоимость логистики. На фоне вышеперечисленных ограничений для дальнейшей сбалансированности рыночной экономики встал вопрос об усилении государственного регулирования.

Многие исследователи, так как об этом Дж. Кейнс писал и ранее, стали в своих публикациях «сомневаться» в том, что рыночные механизмы свободной конкуренции могут обеспечить стабильное развитие национальных экономик. Более того, ряд экономически развитых стран перешли на концепцию перестроения своих экономических систем в государственно-регулируемую рыночную. Анализ тенденции развития современной экономики разных стран с реальным уровнем воздействия государства на рынок показывает, что без государственного регулирования возникают кризисы, возрастает уровень монополизации рынков, происходят процессы расслоения общества [1].

Процессы трансформации регулирования экономики – необходимость обеспечения стабильного развития национальной экономики, достижение национальной и продовольственной безопасности, социальной справедливости, содействуют нарастанию предложения вмешательства государства.

Возможность определения концепции развития белорусской экономики в варианте усиления влияния государственного регулирования базируется на научных исследованиях белорусских ученых А. И. Бородича, А. А. Ковалени, В. Ю. Юрчакова и др. Вместе с тем имеются и другие точки зрения на этот счет. Не возражая против сильной государственной воли, многие считают, что введенные государственные ограничения не должны нанести непоправимый ущерб развитию бизнес-процессов.

По нашему мнению, концепция регуляторной политики страны должна базироваться на идее роста роли государственного регулирования в обеспечении экономической безопасности, координации внешнеэкономической деятельности, согласованности экономической, научной, научно-технической и инновационной политики. При условии развития рыночного

предпринимательства главным в реализации этой идеи становится поиск баланса между государственным и рыночным регулированием.

#### Список использованных источников

1. Петрович, М. В. Государственное регулирование экономических систем / М. В. Петрович // Государственное управление: от философских оснований до созидания сильного и процветающего государства : моногр. / под ред. проф. С. Н. Князева. – Минск, 2007 – С. 262–321.

*Л. С. Черепица*  
ассистент

*Н. Л. Матусевич*  
ассистент

*Н. Л. Соколова*  
ассистент  
БГЭУ (Минск)

### ЧАТ-БОТ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА

Одним из важных направлений применения искусственного интеллекта в индустрии туризма являются голосовые и текстовые системы общения (чат-боты). Чат-бот – это программа с искусственным интеллектом, имитирующая диалог с человеком и настроенная на ответ пользователю в текущий момент времени через сайты, мессенджеры или мобильное приложение.

Чат-боты по своему функциональному назначению являются идеальным инструментом в индустрии туризма и гостеприимства для повышения уровня обслуживания и получения обратной связи о предоставляемых услугах. Большинство туристических компаний, отелей внедряют в свои услуги голосовых помощников, применяя программы на основе построенных моделей нейронной сети для сбора информации или для рассылки рекламных продуктов.

Искусственный интеллект позволяет туристическому бизнесу не только повысить скорость принятия решений, обслуживания, анализировать предпочтения клиентов и повышать качество предоставляемых услуг, но также способствует увеличению спроса на услуги отелей, гостиниц при применении мобильных приложений [1].

Авторами в соответствии с учебной программой для студентов специальности 6-05-0311-02 «Экономика и управление» (профилизация «Экономика и управление туристическим бизнесом») разработаны задания и алгоритм их выполнения, которые знакомят с технологией создания чат-бота и применения в индустрии туризма и гостеприимства. Создание чат-бота предполагает последовательное выполнение заданий по:

- регистрации чат-бота в Telegram;
- разработке сценария чат-бота;
- созданию сценария тура по предложенному направлению;
- реализации предложенного сценария по просмотру и заказу экскурсий;
- проверке результатов.

Аналогично создаются чат-боты и для индустрии гостеприимства, которые позволяют повысить эффективность работы с пользователями и предложить новые возможности. К ключевым возможностям чат-ботов можно отнести следующие:

- создание заказа в минимальные сроки, которые предоставляют данные через интерфейс беседы;
- доступность для туристов, которая может быть реализована на любом канале, например Facebook, Telegram, WhatsApp, и позволяет обмениваться сообщениями в любое время;
- анализ данных в режиме реального времени, что позволяет работать более эффективно во всех маркетинговых компаниях;