

На сегодняшний день сфера ВІ продолжает активно развиваться: появляются новые возможности, расширяется функционал и упрощается взаимодействие с пользователем.

ВІ-технологии имеют перспективы применения в государственных органах и различных компаниях Республики Беларусь. Они помогают руководителям, менеджерам и аналитикам получить полное представление о бизнес-процессах, улучшить принятие решений и оптимизировать операционную деятельность [3].

Источники

1. Гулина, О. В. Развитие навыков решения профессиональных задач в цифровой среде у студентов экономического профиля / О. В. Гулина // Проблемы преподавания высшей математики и информатики в условиях новой образовательной парадигмы : материалы междунар. науч.-практ. конф., Минск, 18–19 апр. 2024 г. / БГУ, Мех.-мат. фак. ; редкол.: С. А. Самаль (отв. ред.) [и др.]. — Минск, 2024. — С. 20–23.

2. ВІ-системы: что это и зачем они нужны бизнесу [Электронный ресурс] // Первый БИТ. — Режим доступа: https://www.lcbt.by/blog/bi-sistemy-chto-eto-i-zachem-oni-nuzhny-biznesu-/?utm_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.com%2F. — Дата доступа: 16.03.2024.

3. Внедрение ВІ-систем в практику деятельности белорусских предприятий: проблемы и перспективы : материалы VI Междунар. науч. конф., Минск, 16 дек. 2019 г. / Белорус. гос. ун-т ; редкол.: А. А. Королева (гл. ред.) [и др.]. — Минск, 2019. — С. 478–480.

А. В. Бурак, К. Д. Букиштунович
Научный руководитель — Н. Л. Матусевич
БГЭУ (Минск)

СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ КАК СРЕДСТВО ПРОДВИЖЕНИЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

В современном мире социальные сети стали неотъемлемой частью нашей жизни. Они представляют собой платформы, которые позволяют людям общаться, делиться информацией, представлять свои услуги и продвигать свои бренды. Индустрия гостеприимства — одна из сфер, которая активно использует социальные сети для продвижения услуг и привлечения клиентов. Мы рассмотрим роль социальных сетей в продвижении индустрии гостеприимства.

1. Расширение аудитории. Социальные сети предоставляют возможность достичь широкой аудитории. Гостиничные компании, кафе, рестораны и другие предприятия индустрии гостеприимства могут размещать информацию о своих услугах, меню, акциях и специальных предложениях на страницах в популярных социальных сетях. Это позволяет привлечь новых клиентов и увеличить охват целевой аудитории.

2. Визуальное представление. Социальные сети предоставляют возможность представить свои услуги визуально. Фотографии и видеоролики позволяют показать атмосферу заведения, качество сервиса и блюда. Красиво оформленные фотографии пищи или видеоролики с приготовлением коктейлей могут вызвать интерес и желание посетить место.

3. Взаимодействие с клиентами. Социальные сети обеспечивают прямое взаимодействие между предприятием и клиентами. Комментарии, отзывы и рейтинги позволяют получить обратную связь от посетителей. Ответы на вопросы, решение проблем и удовлетворение запросов клиентов создают положительный опыт и повышают лояльность.

4. Промоакции и рекламные кампании. Социальные сети являются отличным инструментом для проведения промоакций и рекламных кампаний. Размещение информации о скидках, акциях, конкурсах и специальных предложениях помогает привлечь новых клиентов и стимулирует уже имеющихся посетителей.

5. Создание личного бренда. Индустрия гостеприимства активно использует социальные сети для создания личного бренда. Отображение корпоративной культуры, ценностей, уникального стиля и философии помогает выделиться на фоне конкурентов и привлечь клиентов, разделяющих эти ценности.

Социальные сети представляют огромный потенциал для продвижения индустрии гостеприимства. Расширение аудитории, визуальное представление, взаимодействие с клиентами, проведение промоакций и создание личного бренда — все это является важными аспектами эффективного использования социальных сетей в гостеприимстве. Правильное использование социальных сетей поможет привлечь новых клиентов, укрепить связь с существующими и создать уникальный имидж и репутацию для предприятия.

Источники

1. *Никитин, А. Г.* Роль социальных сетей в продвижении гостиничных предприятий [Электронный ресурс] / А. Г. Никитин // КиберЛенинка. — Режим доступа: <https://inlnk.ru/jEj4Ka>. — Дата доступа: 20.03.2024.

О. О. Быстримович, К. Д. Сацута
Научный руководитель — **Н. А. Соколова**
БГЭУ (Минск)

РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ВО ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Внешнеэкономическая деятельность (ВЭД) является важной составляющей экономической политики государства и направлена на развитие внешних экономических связей, включая торговлю, инвестиции и международное сотрудниче-