

– фабрики сувениров, игрушек (ОАО «Белхудожкерамика», СООО «ПП Полесье», Слуцкая фабрика художественных изделий и др.).

Отметим, что по данным «Белорусского института стратегических исследований», предприятия Министерства промышленности Республики Беларусь в 2023 году посетили 93,5 тыс. туристов. Лидерами в сфере промышленного туризма по итогам 2023 г. стали холдинги: БЕЛАЗ – 51,5 тыс. туристов (темп роста к 2022 году 158%), МТЗ – 19,2 тыс. туристов (115%), а также МАЗ – 6886 туристов (129%) [2].

Промышленный туризм предлагает не только увлекательные экскурсии, но и возможность посмотреть на разнообразные профессии, вызывая чувство гордости за предприятие. Он помогает понять логику и стратегию производств, а также выявить тенденции в сфере промышленности. В свою очередь, для государства и предприятий это уникальная возможность взаимодействия с гражданами разных возрастов, ориентированная на патриотическое воспитание. Демонстрация достижений промышленности вдохновляет молодое поколение верить в свои силы, опираясь на опыт и достижения предыдущих поколений. Для Республики Беларусь как индустриально развитого государства, промышленный туризм имеет особое значение, так как открывает возможности для демонстрации высоких национальных достижений.

Список использованных источников

1. Постановление Министерства спорта и туризма Республики Беларусь от 7 августа 2023 г. № 36 «О введении Единой классификации видов туризма в Республике Беларусь» [Электронный ресурс]: pravo.by. – Режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=12551&p0=W22340307>. – Дата доступа: 11.03.2025]

2. Промышленный туризм в Беларуси как бренд и стратегия [Электронный ресурс]: socio.bisr.by. – Режим доступа: <https://socio.bisr.by/promyshlennyj-turizm-v-belarusi-kak-brend-i-strategija/>. – Дата доступа: 11.03.2025]

О. В. Толкач,
магистр экономики и управления, ассистент,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: tolivan@yandex.ru

ЧАТ-БОТ КАК ИНСТРУМЕНТ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В ОРГАНИЗАЦИЯХ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА

Чат-бот – это компьютерная программа, работающая внутри приложения, которая имитирует человеческое общение (текст и речь) и используется для выполнения функций клиентской поддержки, взаимодействия с запросами, поиском информации с максимальной скоростью. По результатам исследования, проведенного аналитиками KPMG еще в 2018 году, чат-боты занимали вторую строчку среди самых популярных инструментов цифровизации у российских компаний.

Следует отметить, что технология чат-ботов существует уже достаточно давно. Самый первый в мире чат-бот был создан в 1966 году. С тех пор технология существенно эволюционировала, а внедрение искусственного интеллекта и разработка чат-ботов с открытым исходным кодом привели к быстрым улучшениям и, как следствие, к широкому внедрению. Согласно прогнозам объем мирового рынка чат-ботов к 2032 году достигнет 42 млрд долл. США.

В последние годы появляется все больше чат-ботов для туристов, а данную технологию активно внедряют в свою деятельность организации индустрии туризма и гостеприимства как маркетинговый инструмент, способный решить многочисленные бизнес-задачи.

Так, чат-боты для поиска авиабилетов от «Тинькофф» (Tinkoff Travel Bot) и «Авиасейлс» (AviasalesBot) позволяют отслеживать распродажи и приобретать билеты по выгодной цене. А чат-бот ZacheKin от авиакомпании «Аэрофлот» регистрирует пассажиров на рейс и высылает посадочный талон.

Задачи и возможности, которые может выполнять виртуальный помощник, разнообразны. Для туристических организаций это может быть:

- мгновенная реакция на запрос туриста (чат-бот будет на связи даже в нерабочие часы, выходные и праздники);
- выдача скидки, купона и др.;
- сбор контактов клиентов;
- конкретизация запроса от туриста – чат-бот может уточнить дату вылета, уровень отеля, количество человек и др.;
- подбор тура (релевантные и персонализированные предложения по турам, горячим предложениям и скидкам);
- планирование путешествий;
- проведение конкурсов, розыгрышей;
- рассылка акций и специальных предложений;
- прием оплаты;
- создание тестов, викторин, квизов и пр.

К основным преимуществам использования чат-ботов в деятельности туристических организаций можно отнести персонализацию предложений, повышение скорости и качества обслуживания, разгрузка менеджеров от рутинных задач, повышение лояльности потребителей, а в идеале создание полной автоматизации процесса лидогенерации и продаж туров.

Чат-бот можно связать с CRM-системой компании, внедрить на сайт, в социальные сети и мессенджеры для общения с пользователями, обеспечив максимальный охват целевой аудитории. Если в бот добавлен искусственный интеллект, то он учится на ответах пользователя и улучшает свою работу. Такие боты становятся наиболее релевантными и полезными.

Таким образом, чат-бот в туризме – это виртуальный собеседник, который ускоряет взаимодействие с туристом. Он может выявить потребность, сформировать предложение, задать уточняющие вопросы и передать менеджеру в работу уже сформированный запрос.

Л. С. Черепица, Н. Л. Матусевич,
старшие преподаватели,
БГЭУ (г. Минск)
e-mail: Lubov.cherepitsa@gmail.com

ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА: ЭЛЕКТРОННЫЙ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС

Электронный учебно-методический комплекс (ЭУМК) – это совокупность учебно-методических материалов, которые способствуют эффективному освоению обучающимися учебного материала.

Повышение эффективности образовательного процесса с применением ЭУМК является актуальным в современном образовании. ЭУМК включает в себя различные электронные ресурсы и инструменты, которые могут значительно улучшить качество обучения и сделать его более доступным и интерактивным. К основным аспектам, которые могут обеспечить повышение эффективности образовательного процесса с помощью ЭУМК, можно отнести: