

Анализ данных является еще одной важной областью, где ИИ демонстрирует свою ценность. С помощью продвинутых аналитических инструментов компании могут выявлять закономерности в поведении потребителей, оценивать эффективность рекламных кампаний и принимать обоснованные решения на основе полученных данных. Это позволяет не только оптимизировать текущие стратегии, но и планировать будущие действия с учетом прогнозов и тенденций [2].

Однако внедрение ИИ в маркетинг также сопряжено с определенными вызовами. Этические вопросы, связанные с обработкой личных данных, требуют внимательного подхода. Компании должны обеспечивать прозрачность своих действий и уважать право клиентов на конфиденциальность. Кроме того, важно обеспечить баланс между автоматизацией и человеческим фактором, так как личное взаимодействие с клиентами по-прежнему играет важную роль в построении доверительных отношений.

Заключение. В целом, искусственный интеллект становится неотъемлемой частью современного маркетинга, предлагая инновационные решения для повышения эффективности и улучшения взаимодействия с клиентами. Будущее маркетинга будет в значительной степени определяться тем, как компании смогут интегрировать ИИ в свои стратегии, создавая при этом ценность как для себя, так и для своих потребителей.

ЛИТЕРАТУРА

1. Стратегическое управление логистикой // Клуб логистов. – URL: https://logist.ru/archive/Attachments/Strategicheskoe_ypravlenie_logistikoy.pdf (дата обращения: 14.03.2025).
2. What is online business? // Market business news. – URL: <https://marketbusinessnews.com/financial-glossary/what-is-online-business/> (дата обращения: 14.03.2025).

УДК 338.47

СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*К. А. Иванова, студент группы 10502123 ФММП БНТУ,
научный руководитель – ст. преподаватель Н. В. Дашкевич*

Резюме – туризм в Республике Беларусь играет важную роль в экономике, способствуя социальному и культурному обмену. Основные направления включают культурный, экологический, сельский и медицинский туризм, основанные на богатом историческом наследии и природных заповедниках.

Resume – tourism in the Republic of Belarus plays an important role in the economy, promoting social and cultural exchange. The main areas include cultural, ecological, rural and medical tourism based on the rich historical heritage and nature reserves.

Введение. Наша страна, Республика Беларусь, обладает особой культурой и неповторимой и живописной природой, которые всегда так привлекали и будут привлекать туристов со всех стран мира. Именно поэтому одна из ключевых отраслей экономики здесь – это туризм. Туризм в Беларуси способствует культурному и социальному обмену и привлекает немало иностранных инвестиций, что, в свою очередь, помогает поддерживать природную красоту страны.

Основная часть. Туризм начал свое развитие после того, как Беларусь обрела независимость в 1990-е годы. А уже в начале 2000-х государство начало активную деятельность по развитию туристической инфраструктуры. Было создано большое количество новых маршрутов и программ для приезжающих туристов. И как раз благодаря улучшению транспортной инфраструктуры, а также открытию гостиниц, отелей и развитию информационных технологий происходил рост всего туризма.

Существует три основных направления туризма в Беларуси: экологический, сельский и медицинский [1]. Культурный туризм основывается на действительно богатом наследии страны, включая исторические памятники и архитектурные ансамбли. Город Минск и такие города, как Брест, Гродно и Полоцк, привлекают туристов своими историческими достопримечательностями. Также стоит отметить город Витебск, в котором каждое лето проводится знаменитый международный фестиваль Славянский базар.

Экологический туризм связан с природными заповедниками и национальными парками, такими как Беловежская пуща, Браславские озера, Припятский и Нарочанский. Особо охраняемой государством заповедной территорией и интереснейшим туристическим комплексом является также Березинский биосферный заповедник, который также отлично подходит для активного отдыха и просто для любования уникальной белорусской природой. Сельский туризм активно развивается благодаря интересу к традиционному образу жизни и культуре, предлагает туристам познакомиться с местными традициями, обычаями и кухней. Знаменитой белорусское блюдо «Драники» уже стало символом белорусской кухни.

Медицинский туризм предлагает высококачественные медицинские услуги по доступным ценам, что может значительно повысить приток иностранных пациентов.

Несмотря на весь свой потенциал, туристическая отрасль в Беларуси сталкивается и с рядом проблем. В стране пока недостаточно развита инфраструктура, малая известность на международной арене, сложности с визами и последствия пандемии COVID-19 – все это является основными вызовами для развития сектора [2, 3, 4].

Для успешного развития туристической отрасли в Беларуси необходимо инвестировать в инфраструктуру, разрабатывать новые туристические продукты, фокусироваться на устойчивом развитии, активно продвигать страну на международной арене и обучать кадров.

Заключение. Таким образом, туризм в Республике Беларусь по сей день находится на стадии роста и обладает большим потенциалом для дальнейшего развития. Уделение внимания улучшению инфраструктуры, привлечению инвестиций и созданию новых туристических продуктов может значительно повысить привлекательность страны для путешественников. Необходима комплексная стратегия развития туристической отрасли, учитывающая современные вызовы и адаптирующаяся к ним для обеспечения устойчивого роста сектора в будущем.

ЛИТЕРАТУРА

1. Виды туризма в Беларуси // Министерство иностранных дел Республики Беларусь. – URL: <https://belarusfacts.by> (дата обращения: 19.01.2025).
2. Белорусский туризм: тенденции и перспективы // Пульс общества. – URL: <https://socio.bisr.by> (дата обращения: 20.01.2025).
3. Туризм в Беларуси: тенденции и перспективы // Белстройцентр. – URL: <https://bsc.by> (дата обращения: 20.01.2025).
4. Медицинский туризм в Республике Беларусь // Информационная медицинская связь. – URL: <https://131.by> (дата обращения: 21.01.2025).

УДК 004.91

СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ 1С:CRM И БИТРИКС24

*А. С. Ивашкевич, студент группы 10503323 ФММП БНТУ,
научный руководитель – ст. преподаватель Н. В. Дашкевич*

Резюме – использование CRM – одна из обязательных стадий на старте бизнеса, которая дает возможность упорядочить работу отдела продаж и автоматизировать внутренние процессы компании.

Resume – using CRM is one of the mandatory stages at the start of a business, which makes it possible to streamline the work of the sales department and automate the company's internal processes.

Введение. Система управлений взаимоотношениями с клиентами (CRM – customer relationship management) – это функциональный инструмент, который помогает автоматизировать продажи, маркетинг и межличностные коммуникации с клиентами. Благодаря данной системе есть возможность осуществлять контроль за работой и сделками, анализировать статистические данные, тем самым, увеличивая конверсию в продажах.

Основная часть. Битрикс24 – это комплексная платформа для управления бизнесом, в которой CRM – это один из блоков, поэтому компании останавливаются на данном варианте для разных нужд: кто-то выбирает исключительно в качестве CRM-системы, кто-то – для управления проектами и задачами, кто-то – в качестве корпоративного портала, потому что изначально это был такой продукт для того, чтобы организовывать работу сотрудников внутри организации. Иногда внедряют Битрикс24 просто как