

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЧАТ-БОТОВ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Киселева А.В., студентка 3-го курса
Научный руководитель – Хмельницкая Е.В., магистр экон. наук
старший преподаватель кафедры «Менеджмента и маркетинга»

УО «Полесский государственный университет»
г. Пинск, Беларусь

Много лет работают программы, отвечающие на текстовые сообщения пользователей, называемые ботами. Интерес представляют собой новое поколение таких программ, а именно чат-ботов. Чат-бот-виртуальные собеседник или Бот в чатах [1, с. 207].

В 2016 году корпорации Facebook и Google открыли платформы, которые позволяют создавать чат-боты с элементами искусственного интеллекта и использованием анализа больших массивов данных. От интернет-гигантов пытаются не отстать и мессенджеры поменьше: Viber и Telegram. Что касается новейших белорусских чат-ботов, то наиболее популярным мессенджером у белорусов стал Viber. Другие платформы чат-ботов проигрывают ему.

Например, Приорбанк запустил чат-бот на платформе Viber, его особенностью является возможность приема платежей без выхода из приложения. Первым в информационной сфере стал портал tut.by, который обеспечил быстрый доступ к основным разделам ресурса. В культурной сфере - Национальный художественный музей Беларуси, который обзавелся чат-ботом, построенным на платформе Facebook.

Из вышеприведенного следует, что на сегодняшний момент тема чат-ботов активно подогревается в мировых технологических СМИ. При этом главным преимуществом чат-ботов является их легкость. Коммуникацией номер один в мире является обмен текстовыми сообщениями.

Литература

1. Каррыев, Б.С. ИТ-революция: Хроники 1904-2015: Коммуникации, Интернет, Масс-Медиа/Б.С. Каррыев.- SIBIS, 2015.-331 с.

УДК 330.101.8

КОНКУРЕНТНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО МЕСТО В ОБЩЕЙ КОНЦЕПЦИИ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОТЕНЦИАЛОВ

Кислова Е.А., студентка 2-го курса

Научный руководитель – Курегян С.В., д-р. экон. наук, профессор
кафедры «Экономика и право»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Понятие «потенциал» в экономической науке до недавнего времени не было общеупотребимым, имея отношение в большей степени к наукам естественным. Считается, что его корни восходят к латинскому языку, где оно употреблялось в значении «сила», «запасы», а в современный русский было заимствовано из французского и в обиходе используется в значении «имеющий возможности», «могущий быть».

Л.Ф. Фомченкова и М.И. Дли отмечают, что конкурентный потенциал предприятия отражает наличие у него возможностей по формированию долговременных конкурентных преимуществ. При этом, с одной стороны, он обеспечивает реализацию конкурентной стратегии, а с другой – создает условия для развития организации и улучшения конкурентных условий в перспективе.

По мнению Т. Шарипова, конкурентный потенциал предприятия – это «совокупность внешних и внутренних конкурентных преимуществ, обуславливающих формирование конкурентоспособных портфелей продукции предприятия в долгосрочной перспективе».

В работе (Москалев, 2010) конкурентный потенциал организации определен как «формирующиеся у него ресурсы и возможности для рационального и эффективного использования в процессе удовлетворения потребительского спроса и обеспечивающие стабильное