

2019 г. таможенные органы начали проводить эксперимент с использованием электронных пломб. Российская Федерация и Республика Казахстан осуществляли подобный эксперимент с сентября по ноябрь 2018 г. Предположительно, единая система транзита ЕАЭС будет полностью внедрена к 2022 г. [3].

Развитие партнерских отношений между таможенными органами и бизнес-сообществом является одним из важнейших элементов эффективного функционирования таможенной территории ЕАЭС, именно поэтому таможенными органами уделяется большое внимание взаимодействию с субъектами хозяйствования.

#### Библиографические ссылки

1. Государственный таможенный комитет Республики Беларусь : [сайт]. URL: <http://www.customs.gov.by/ru>.
2. О таможенном регулировании : Указ Президента Респ. Беларусь от 22 дек. 2018 г. № 490 // Консультант Плюс. Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. Мн., 2020.
3. Таможенный кодекс Евразийского экономического союза. М. : Проспект, 2017.

©ВГТУ

## ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ ВОЗМОЖНОСТЕЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И ПРАКТИЧЕСКИЕ ПУТИ ПРИМЕНЕНИЯ НЕЙРОННЫХ СЕТЕЙ В КОГНИТИВНОМ МАРКЕТИНГЕ

Н. В. ДУНЕЦ, В. А. ДЕМИДЧИК

НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – И. Н. КАЛИНОВСКАЯ, КАНДИДАТ ТЕХНИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ

Статья посвящена применению искусственного интеллекта в когнитивном маркетинге с целью формирования и корректировки потребительского поведения в фирменных торговых точках, повышения конкурентоспособности и эффективности деятельности белорусских производителей. Авторами предложена технология формирования плей-листа фирменных магазинов, включающая сегментирование потребителей, определение их музыкальных предпочтений с помощью социального скоринга, подбор и обучение нейросети.

Ключевые слова: искусственный интеллект, нейронная сеть, когнитивный маркетинг.

Современным инструментом маркетолога, позволяющим обрабатывать быстро и качественно огромные массивы данных и выявлять потенциальных потребителей по поведению в социальных сетях, становится искусственный интеллект [1].

На сегодняшний день развитие маркетинга в большей степени ориентировано на различные течения его когнитивной составляющей, в частности – функциональную музыку (список мелодий, сформированный на музыкальных предпочтениях клиентов и временных теориях посещения торговой точки различными категориями потребителей). Как показывают многочисленные маркетинговые исследования, использование правильно подобранного музыкального фона на 65 % увеличивают шанс приобретения товара в конкретной торговой точке, около 80 % покупателей замечают музыкальное сопровождение в магазине, а 47 % признают, что оно вызывает желание еще раз прийти в этот магазин [2].

Авторами предлагается технология, позволяющая использовать возможности искусственного интеллекта с целью разработки плей-листа музыкального фона для фирменных обувных магазинов с учетом местоположения торговой точки и статистики ее посещения потребителями различных возрастных категорий. В проведенных исследованиях для получения данных о музыкальных предпочтениях потребителей товара использовалась информация из групп производителя в социальных сетях. Для обработки массива полученной информации применялся класс нейронных сетей, предназначенных для решения задач распознавания естественного языка, и разработанных на базе программного продукта «Word2Vec» [3, 4].

В ходе исследований проведено сегментирование потребителей обуви по географическому и половозрастному признаку, собран необходимый массив данных по их музыкальным предпочтениям, подобран и обучен вид нейросети, и как результат – с помощью технологии искусственного интеллекта разработан перечень композиций музыкального фона фирменного магазина, оказывающих ряд положительных эффектов на покупательское поведение, производительность сотрудников и показатели эффективности сбытовой деятельности торговой точки [1, 5].

#### Библиографические ссылки

1. Калиновская И. Н., Дунец Н. В., Масейко М. С. Использование искусственного интеллекта в маркетинговых исследованиях поведения потребителей // Молодой ученый. 2018. № 33 (219). С. 42–45.
2. Калиновская И. Н., Шерстнева О. М., Демидчик В. А., Макарына М. И. Применение искусственного интеллекта в когнитивном маркетинге // Инновационная экономика для современного мира. 2018. С. 53–59.

3. *Калиновская И. Н., Шерстнева О. М.* Интеграция искусственного интеллекта в маркетинг // Социально-экономическое развитие организаций и регионов Беларуси: эффективность и инновации : сб. науч. ст. Междунар. науч.-практ. конф. 2018. С. 79–82.
4. *Калиновская И. Н., Демидчик В. А., Дунец Н. В.* Применение нейронных сетей в когнитивном маркетинге // 52-я МНТК преподавателей и студентов ВГТУ : материалы докл. 2019. С. 99–100.
5. *Калиновская И. Н.* Технология использования нейронных сетей в когнитивном маркетинге на примере белорусского обувного предприятия // Материалы и технологии. 2019. № 1 (3). С. 90–96.

©БГЭУ

## **ОЦЕНКА ДЕЛОВОЙ АКТИВНОСТИ СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ АНТИКРИЗИСНОГО УПРАВЛЕНИЯ**

**Д. Д. ДУРЕЙКО**

**НАУЧНЫЙ РУКОВОДИТЕЛЬ – Н. Ф. ГОРБАЧ, КАНДИДАТ ЭКОНОМИЧЕСКИХ НАУК, ДОЦЕНТ**

В статье предложены пути повышения деловой активности и выхода предприятий из кризиса. Использование рекомендаций позволит повысить эффективность деятельности субъектов хозяйствования как в рамках достижения показателей рентабельности и оборачиваемости, так и обеспечения финансовой устойчивости и ликвидности имущества.

Ключевые слова: деловая активность, антикризисное управление.

Субъектам хозяйствования, находящимся на грани банкротства, в первую очередь необходимо определить пути и мероприятия выхода из кризиса.

Следует остановиться на устранении внешних факторов банкротства, что предусматривает доведение коэффициента текущей ликвидности и обеспеченности собственными оборотными средствами до нормативного уровня. Для этого необходимо:

- совершенствование платежного календаря;
- регулирование уровня незавершенного производства;
- перевод низкооборотных активов в высокооборотные;
- реоформление краткосрочной задолженности в долгосрочную и т.п.

Провести локальные мероприятия по улучшению финансового состояния организации, обеспечивающие устойчивое финансовое положение предприятия в среднесрочной перспективе, которое проявляется в стабильном поступлении выручки от реализации, достаточном уровне ликвидности активов, повышении рентабельности продукции.

С этой целью в организации необходимо сделать акцент на следующем:

- приостановить штрафные санкции за просроченную кредиторскую задолженность;
- обеспечить достаточный уровень ресурсов для покрытия возникающих обязательств;
- постепенно погашать старые долги.

При этом возможно привлечение дополнительных внутренних источников финансирования: реализация ненужных и неиспользуемых активов, сокращение затрат до минимально допустимого уровня, проведение энерго- и ресурсосберегающих мероприятий.

Создать стабильную финансовую базу организации, которая заключается в привлечении дополнительных инвестиций. Для этого предлагается:

- расширение рынков сбыта путем проведения активного маркетинга;
- поиск стратегических инвестиций.

Эффективность применения мероприятий оздоровления определяется путем финансового прогнозирования, которое дает возможность сравнивать различные варианты антикризисного управления, предупреждать негативные последствия реализации процедур банкротства.

В процессе вывода предприятия из кризиса необходимо устранить экономические предпосылки для попадания в кризис в дальнейшем, поэтому программа вывода предприятия из кризиса должна основываться на принципах разумного сочетания риска и надежности, ликвидности и доходности и других. От того, насколько верно будет выбрана стратегия и тактика мероприятий по выводу предприятия из кризиса зависит его перспектива и потенциал в будущем.

Можно сделать вывод, что оценка деловой активности является актуальной для каждой организации, так как является одним из важных аспектов финансового анализа. Показатели деловой активности позволяют проанализировать, насколько эффективно предприятие использует свои средства. Эти показатели имеют большое значение для оценки финансового положения предприятия, так как скорость оборота средств оказывает непосредственное влияние на платежеспособность предприятия.