

К сожалению, ни одно учреждение образования Республики Беларусь не может решить эту проблему на уровне всех абитуриентов страны.

Для решения этой проблемы создана маркетинговая платформа для абитуриентов и учреждений образования Республики Беларусь. Благодаря применению комплекса маркетинговых мероприятий в области интернет-продвижения в 2024 году посещаемость проекта в тестовом режиме составила 1,98 млн уникальных посетителей (2,82 млн визитов, 8,1 млн просмотров страниц) из 98 стран мира, лидеры: Беларусь, Россия, Китай. Уверенно примем допущение, что в рассматриваемом году проект посетили по несколько раз все акторы из Беларуси, интересующиеся поступлением в учреждения образования.

Разработана нейронная сеть, принимающая в качестве входных данных желаемый параметр (параметры) – «уровень образования», «регион», «учреждение образования», «профиль», «специальность». В качестве выходного параметра работы модели по оценке поведения пользователей на проекте – ассоциированный массив вида «идентификатор абитуриента» => «вероятность поступления». Значение «вероятность поступления» находится в диапазоне $[0..1]$, где 0 – полное отсутствие интереса, 1 – достоверный интерес к поступлению.

Разработанная модель используется для создания вышеуказанных сегментов и далее (на их основе) аудиторий в «Яндекс Реклама», «Google Реклама», пикселей Instagram, TikTok и др. с заданной минимально приемлемой вероятностью поступления абитуриента.

Инновационность проекта заключается в использовании модели искусственного интеллекта собственной разработки для таргетирования абитуриентов по интересам (создания вышеуказанных сегментов) и, как следствие, уменьшения затрат и повышения качества маркетинговых программ учреждений образования. Экономический эффект за счёт снижения финансовых затрат на рекламу будет более значимым при профориентационной работе по привлечению иностранных абитуриентов на зарубежных рынках.

УДК 336.67

АНАЛИТИЧЕСКОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ ДЛЯ ОЦЕНКИ ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ОАО «ЗНАМЯ ИНДУСТРИАЛИЗАЦИИ»)

Шман М. А., студ., Гуторова Е. В., ст. преп.

*Витебский государственный технологический университет,
г. Витебск, Республика Беларусь*

Финансовая эффективность как индикатор экономической устойчивости организации отражает степень оптимизации ресурсной базы в контексте максимизации доходности и обеспечения расширенного воспроизводства. Данный фактор предопределяет существование множества методологических подходов к интерпретации и количественной оценке рассматриваемой категории, базирующихся на различных критериях финансового результата, в частности, таких как прибыль, чистый денежный

поток, добавленная стоимость.

На примере ОАО «Знамя индустриализации» была осуществлена оценка финансовой эффективности по каждому из указанных подходов. Расчёты произведены в среде электронных таблиц с последующим качественным анализом, а полученные результаты обобщены и представлены на рисунке 1.



Рисунок 1 – Результаты оценки финансовой эффективности
ОАО «Знамя индустриализации» за 2021–2022 гг.

Составлено автором.

Таким образом, в современных условиях высокой волатильности внешней и внутренней среды для исследуемой организации особую значимость приобретает системный подход к оценке её финансово-хозяйственной деятельности, реализованный путём автоматизированного решения с функционалом визуализации данных, позволяющий обеспечить не только точность и оперативность самого процесса анализа, но и значительное упрощение интерпретации сложных финансовых показателей за счёт графического представления информации. Регулярное проведение такого анализа способствует его эволюции от эпизодической оценочной процедуры до полноценного инструмента оперативного управления.