

Цель работы. Изучение технологии машинного обучения с целью применения результатов анализа математических моделей в принятии экономических решений на предприятии.

Объект исследования. Технология машинного обучения. Основные виды задач и категории методов машинного обучения в зависимости от способа формирования алгоритма.

Использованные методики. Метод научного анализа, классификация.

Научная новизна. Автором охарактеризованы основные категории задач машинного обучения и возможные области применения конкретных методов в областях аналитики и экономики в целом.

Полученные результаты и выводы. Машинное обучение – использование математических моделей данных, которые помогают компьютеру обучаться без непосредственных инструкций. Оно состоит из трех компонентов, первый из которых – данные, то есть вся информация, которую сеть использует для обучения. Второй компонент машинного обучения – признаки, параметры, опираясь на значение которых модель делает вывод. Третий компонент машинного обучения – алгоритмы – есть совокупность вариантов решения, из которых модель должна выбрать наименее затратный по времени и мощности. Методы машинного обучения разделяются на три обширные категории, в зависимости от способа формирования алгоритма: обучение с учителем (supervised learning), обучение без учителя (unsupervised learning) и обучение с подкреплением (reinforcement learning). Несмотря на то что машинное обучение находит широкое применение во многих сферах, решение всех задач сводится к задачам пяти категорий: регрессия, классификация, кластеризация, уменьшение размерности, выявление аномалий.

Практическое применение полученных результатов. Машинное обучение находит применение во многих сферах, в том числе в экономике. Категоризация документов в зависимости от их наполнения, оценка кредитоспособности и прогнозирование ухода клиентов. Алгоритмы машинного обучения ускоряют процесс принятия экономических решений в разы, обеспечивают целостность данных и расширяют возможности потребителей: клиенты получают адаптивные интерфейсы приложений и интеллектуальных помощников. Поиск аномалий и выявление подозрительных операций широко применяется в клиентской аналитике, банковском аудите и других видах бизнес аналитики.

УЛУЧШЕНИЕ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ КАЧЕСТВОМ УСЛУГ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

А. С. Иванова (студентка III курса)

Проблематика. Данная работа направлена на исследование проблем, связанных с улучшением качества товаров и услуг, так как оно имеет важнейшее направление интенсивного развития экономики. Система управления конкурентоспособности должна постоянно совершенствоваться. Проблема повышения конкуренто-

способности предприятия с помощью предоставления потребителю более качественных услуг и продукции является одной из наиболее актуальных и динамичных в рыночной экономике, поскольку она непосредственно влияет на целесообразность присутствия конкретного предприятия на определенном рынке.

Цель работы. Анализ системы управления качеством. Разработка мероприятий, направленных на повышение уровня качества услуг и совершенствования конкурентоспособности объекта исследования.

Объект исследования. Управление качеством предоставляемых услуг для роста конкурентоспособности Государственного предприятия «СМЭП Брестской области».

Использованные методики. Аналитический метод, экономико-статистические методы: сравнения, классификации.

Научная новизна. Научная новизна и практическая значимость исследования заключаются в разработке предложений по повышению качества предоставляемых услуг и обслуживания потребителей для повышения уровня конкурентоспособности предприятия. Результаты исследования могут быть использованы государственным предприятием «СМЭП Брестской области» в практической деятельности.

Полученные научные результаты и выводы. В результате анализа системы управления качеством выявлены «лидирующие» и «отстающие» направления, разработаны пути повышения качества услуг, которые можно развить с помощью внедрения новых технологий обеспечивая конкурентоспособность услуг, их качества и цены.

Практическое применение полученных результатов. Практическая значимость работы заключается в разработке практических мероприятий по совершенствованию конкурентоспособности предприятия. Предложенные мероприятия экономически обоснованы и могут быть применены на практике.

КЛАССИФИКАЦИЯ АТТРИБУТОВ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ЦЕННОСТНЫХ ОРИЕНТАЦИЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ

Е. А. Дворак (студентка I курса)

Проблематика. В настоящее время усиливается конкуренция между организациями практически во всех сферах деятельности вследствие роста числа организаций различного уровня и форм собственности, глобализации и необходимости конкурировать в мировом масштабе. Практика свидетельствует, что одним из наиболее эффективных способов достижения конкурентоспособного положения организаций является создание привлекательного позиционирования.

Цель работы. Выделение атрибутов позиционирования с учетом ценностной ориентации потребителей.

Объект исследования. Позиционирование как процесс создания конкурентной позиции организации на рынке.

Предмет исследования. Критерии позиционирования, основанные на ценностном восприятии потребителем товара/услуги, организации.

Использованные методики. Контент-анализ, классификация, индукция, опрос.