

Таким образом, налоговая конкуренция на международном уровне – явление, имеющее как позитивное влияние, так и ряд негативных аспектов. Эта конкуренция может создать базис для улучшения условий налогообложения и формирования благоприятной среды для ведения бизнеса, однако одновременно с этим создает возможности для злоупотреблений.

Литература

1 Саргсян, Л. М. Структура международной системы регулирования оффшорных зон: современное состояние и перспективы развития / Л. М. Саргсян // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 25: Международные отношения и мировая политика. – 2016. – № 2. – С. 31–54.

М. С. Баранова

Науч. рук. **Т. М. Шоломицкая,**
ст. преподаватель

ОРГАНИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГОВОГО ПРОЦЕССА НА ПРЕДПРИЯТИИ

Стратегическое маркетинговое планирование составляет часть бизнес-процессов управления в организации. Текущая маркетинговая деятельность входит в основные бизнес-процессы, обеспечивающие создание добавленной стоимости, ценности для потребителя.

Маркетинговый процесс на предприятии включает маркетинговые исследования, планирование маркетинговой деятельности по направлениям, реализацию планов, аудит и контроль маркетинга. Маркетинговый процесс предполагает реализацию всех функций маркетинга – аналитической, производственной, коммуникативной, сбытовой, а также функции управления и контроля.

К принципам организации маркетингового процесса отнесем принципы системности, развития и совершенствования, соответствия ценностям бренда, централизации и децентрализации, автоматизации, адаптивности, контроля.

Одним из направлений маркетинговых исследований выступает сегментация рынка. По результатам исследования выделяют целевые сегменты, что позволяет компании сфокусировать свои ресурсы на тех потребителях, для которых может потребоваться особый продукт или комплекс маркетинга. Далее предприятие разрабатывает комплекс маркетинга (“marketing mix”) – набор контролируемых инструментов для воздействия на целевой рынок.

Классическая концепция «4Р» (продукт, цена, место, продвижение) может дополняться до «5Р»: включение пятого элемента «люди» (People) подчеркивает важность персонала при взаимодействии с клиентами.

Исследование 2023 г., охватившее 300 белорусских организаций из разных сфер экономической деятельности, показало: маркетинг и цифровизация выступают важными факторами развития (4,21 балла из 5 и 4,3 балла из 5 – соответственно) [1]. К вызовам для маркетологов в 2023 году отнесены «поиск новых подходов к привлечению и удержанию новых клиентов» (выбрали 48,1 % опрошенных), «падение спроса» (выбрали 40,4 % опрошенных), «необходимость перестройки логистических процессов» (выбрали 33,5 % опрошенных) [1]. Респонденты отметили важность использования в деятельности организаций сети Интернет и SMM, роль брендинга и маркетинг-стратегий [1]. Можно сделать вывод о развитии маркетинга бизнесов, охваченных исследованием, в глобальном векторе развития маркетинга.

По мнению Филипа Котлера, практика и теоретика маркетинга, усиление роли иммерсивного маркетинга является неизбежным, и к основным компонентам «цифрового стиля» целесообразно отнести контент, социальные сети, электронную коммерцию, искусственный интеллект, устройства (смартфоны, планшеты, ноутбуки и др.) [2, с. 49].

Таким образом, ценность организации маркетинга на предприятии заключается не столько в формальном следовании структурным моделям и процессам, сколько в способности к динамической адаптации и достижению результатов. Эффективность определяется гибкой интеграцией всех маркетинговых компонентов и их согласованием с современными рыночными тенденциями.

Литература

1 Маркетинг: перспектива 2023 // Факультет маркетинга и логистики Белорусского государственного экономического университета. – URL: <https://fmk.bseu.by/marketing-perspektiva-2023> (дата обращения: 01.05.2025).

2 Котлер, Ф. Маркетинг 6.0. Будущее за иммерсивностью, слиянием цифрового и физического миров ; пер. с англ. В. Г. Шереметьевой / Ф. Котлер, С. Айвен, К. Хермаван. – М. : Эксмо, 2024. – 240 с.

А. Н. Богословский

Науч. рук. О. В. Пугачева,

канд. экон. наук, доцент

НЕЙРОСЕТИ ДЛЯ РАБОТЫ С АУДИО

Нейросети, работающие с аудио, могут быть использованы в различных видах экономической деятельности, связанных с анализом аудио-отзывов и звонков клиентов для мониторинга качества обслуживания; исследованием предпочтений пользователей и предложением персонализированной аудиорекламы или подкастов в маркетинге; обработкой аудиозаписей финансовых консультаций для выявления потенциальных рисков и возможности инвестиций; интеграцией голосовых интерфейсов в приложения.

Исследуем возможности нескольких нейросетей, которые являются мощным инструментом в сфере звуковых технологий.

Beethoven AI – это платформа, использующая искусственный интеллект для создания музыкальных композиций и генерации мелодий. Она предлагает широкий набор инструментов и функций, позволяющих пользователям создавать музыку различных жанров и стилей [1].

Одной из особенностей Beethoven AI является возможность выбора темпа, стиля и настроения музыки, а затем загрузка видео, к которому автоматически подбирается соответствующая музыка. Этот процесс предлагает несколько вариантов композиций, что позволяет выбрать подходящий.

Минусы Beethoven AI:

- бесплатная версия предлагает ограниченный доступ к функциям и настройкам, что сокращает возможности создания музыкальных композиций;

- неоднозначное качество мелодий. Пользователи отмечают, что в одном случае мелодии могут идеально подходить под их требования, а в других случаях быть вообще не тем, что хотелось пользователю;

- ограниченный контроль над музыкой. Для профессиональных музыкантов и продюсеров может ощущаться недостаток полного контроля над создаваемой музыкой из-за ограниченных возможностей настройки и детализации мелодий.

Aiva – еще одна инновационная система, способная создавать музыку при помощи алгоритмов машинного обучения [2]. Она предлагает широкий набор инструментов и функций, позволяющих пользователям создавать музыку различных жанров и стилей.

Aiva отличается от Beethoven AI более обширным набором настроек и инструментов, что может вызвать некоторые трудности в начале работы. Однако Aiva предлагает ряд самых популярных созданных мелодий, что демонстрирует ее способность генерировать качественные и интересные композиции.

Минусы Aiva: сложность подбора настроек для желаемого звучания, сложность использования для новичков, неоднородное качество создаваемых мелодий.

Adobe Podcast – это инструмент, разработанный Adobe для улучшения качества звука и обработки аудио в подкастах, предоставляя инструменты для редактирования и улучшения звучания [1].