

## 2.4 Экономическая теория и маркетинг

УДК 339.138

### УПРАВЛЕНИЕ ТОВАРНЫМ АССОРТИМЕНТОМ ОРГАНИЗАЦИИ НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ МЕТОДИК ПРОГНОЗИРОВАНИЯ

**Калиновская И.Н., к.т.н., доц., Керриев К.Н., маг.**

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

В современных условиях перехода к цифровой экономике необходимо повышать обоснованность управленческих решений, что требует разработки и применения оптимальных экономико-математических моделей, дающих возможность субъектам хозяйствования решать стоящие перед ними задачи и обеспечивать экономическую стабильность. При этом вопросы прогнозирования товарного производства являются особенно актуальным как на макро-, так и на микроуровне [1].

Учитывая сложность экономических процессов, изменчивость внешней среды и количество факторов, воздействующих на прогноз товарного ассортимента, целесообразно применять технологии искусственного интеллекта. Использование технологий искусственного интеллекта при прогнозировании производства и реализации продукции предприятия позволяет снизить временные и денежные ресурсы, а также сократить затраты человеческого труда. Таким образом, применение данных технологий поможет достичь:

- получение более точных прогнозных значений изучаемого экономического фактора;
- повышение обоснованности управленческих решений;
- эффективное распределение всех видов ресурсов предприятия;
- оптимальное стратегическое планирование деятельности предприятия;
- рост продуктивности в деятельности маркетинговых подразделений [2].

На сегодняшний день одним из действенных методов прогнозирования является построение нейронных сетей, обладающих способностью к обучению и имитирующих деятельность человеческого мозга. Нейронная сеть – это система соединённых и взаимодействующих между собой простых процессоров (нейронов).

Нейросетевой анализ при прогнозировании предполагает использование исторических данных, причем при составлении прогноза используются не сами значения объемов производства и продаж, а их изменения, поскольку они, как правило, гораздо меньше по амплитуде. При выборе входных данных необходимо учитывать и тот факт, что между последовательными значениями объемов производства и продаж присутствует высокий уровень корреляции [3].

Для повышения качества обучения нейронной сети целесообразно обеспечить статистическую независимость входных значений, то есть отсутствие высокого уровня корреляции. Поэтому в качестве входных переменных необходимо выбирать статистически независимые величины – изменения объемов производства и продаж или логарифм относительного их приращения.

#### СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Калиновская, И. Н. Прогнозирование производства товаров легкой промышленности в Республике Беларусь / И. Н. Калиновская, К. Н. Керриев // Международная научно-практиче-

ская конференция «Инновационные технологии в текстильной и легкой промышленности» : материалы конференции, 13-14 ноября 2019 / УО ВГТУ. – Витебск, 2019. – С. 206-209.

2. Прогнозирование товарных рынков : конспект лекций / И. Н. Калиновская. – Витебск : УО «ВГТУ», 2018. – 82 с.

3. Инновационная экономика для современного мира : монография. Раздел: «Применение искусственного интеллекта в когнитивном маркетинге» / И.Н. Калиновская [и др.]. – Одесса: из-во Куприенко С. В. – С. 53–59.

УДК 339.138

## **ИССЛЕДОВАНИЕ СБЫТОВОЙ ПОЛИТИКИ ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ» И РАЗРАБОТКА НАПРАВЛЕНИЙ ЕЁ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**Рудницкий Д.Б., ст. преп., Волынцева М.А., студ.**  
*Витебский государственный технологический университет  
г. Витебск, Республика Беларусь*

В условиях глобализации экономики создаются предпосылки для более простого и быстрого выхода предприятий на зарубежные рынки, интенсифицируется международный обмен товарами. Белорусский рынок в русле мировых тенденций становится все более открытым как для потоков товаров извне, так и для исходящих потоков товаров.

Легкая промышленность Республики Беларусь имеет высокую степень экспорт ориентированности.

Продукция концерна «Беллепром» в 2019 году экспортировалась в 58 стран мира, включая страны Западной Европы и США. Основным регионом для предприятий отрасли при осуществлении экспорта является Российская Федерация (порядка 72,5 % от общего объема экспорта) [1].

Основная номенклатура экспорта – швейные изделия, обувь, трикотажные изделия, кожаные товары, ткани хлопчатобумажные, льняные, шерстяные, искусственные и синтетические, ковры и ковровые изделия, пряжа льняная и объемная.

Основное стратегическое направление в сбыте продукции ОАО «Витебские ковры» – постоянный поиск крупных оптовых покупателей, охват большего количества регионов Российской Федерации, Казахстана, Украины, Молдовы, Туркменистана и стран Балтии. Одновременно идет сотрудничество со средними и более мелкими партнерами из этих стран.

К сдерживающим факторам сбыта ковровой продукции ОАО «Витебские ковры» за пределы Республики Беларусь, в первую очередь, необходимо отнести:

- 1) конкуренцию со стороны других крупных производителей (производители Бельгии, Турции, российские производители);
- 2) невысокую покупательскую способность населения, что налагает серьезные ограничения по формированию отпускной цены;
- 3) высокие расценки на рекламу в российских средствах массовой информации (в частности, на телевизионную рекламу).

В настоящее время ОАО «Витебские ковры» создана экспортно-ориентированная товаропроводящая сеть, которая постоянно развивается и устойчиво функционирует на следующих