

Наибольшей конкурентоспособностью в системе цена—качество обладает — “Ржаной бездрожжевой”, наименьшей — “Вязьинский”. При рассмотрении соотношения фактической и реальной цены можно отметить, что стоимость “Вязьинского” выше реальной стоимости на 10,4 %. Сумма переплаты в данном случае составляет 126,1 р. В то же время фактическая стоимость хлеба “Ржаной бездрожжевой” значительно ниже его реальной и предприятие имеет значительный резерв повышения цены на данную продукцию.

Проанализировав конкурентоспособность изделий, испеченных из пшеничной муки, можно отметить, что хлеб “Ракаўскі” (хлебзавод № 1) имеет наиболее высокое качество. Наибольшей конкурентоспособностью в системе цена—качество обладает хлеб “Ракаўскі”, наименьшей — “Сонейка”.

При рассмотрении соотношения фактической и реальной цены можно отметить, что хлеб “Раковский” и “Сонейка” имеют стоимость, превышающую реальную. При этом фактическая цена “Ракаўскага” выше реальной на 124 р., “Сонейка” — на 720,3 р.

Таким образом, конкурентоспособность товара определяется совокупностью тех свойств, которые представляют явный интерес для покупателя и обеспечивают удовлетворение конкретной потребности.

*И.О. Глинская*  
БГЭУ (Минск)

## **ОБ ОЦЕНКЕ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОЙ ОРГАНИЗАЦИИ**

Вся целесообразная деятельность человека так или иначе связана с проблемой эффективности. В основе этого понятия лежат ограниченность ресурсов, желание экономить время, получать как можно больше продукции из доступных ресурсов. Проблема эффективности — всегда проблема выбора. Выбор касается того, что производить, какие виды продукции, каким способом, как их распределить и какой объем ресурсов использовать для текущего и будущего потребления.

Эффективность — получение максимума возможных благ от имеющихся ресурсов — является краеугольным камнем национальной экономики. Уровень эффективности оказывает влияние на решение целого ряда социальных и экономических задач, таких, как быстрый экономический рост, повышение уровня жизни населения, снижение инфляции, улучшение условий труда и отдыха. Эффективность присуща и сфере товарного обращения. Торговля, осуществляя товарно-денежный оборот и обслуживание населения на потребительском рынке, сама должна быть эффективной.

В условиях рыночной экономики любая организация ставит перед собой основную цель — получить как можно больше прибыли при наименьших затратах, а эта цель определяет основные задачи торговой организации в экономическом плане — повышение эффективности, а в социальном — обеспечение достойного уровня заработной платы работников в соответствии с величиной затрат труда, уровня его производительности и эффективности.

Эффективность торговой организации можно определить как отношение результатов хозяйственной деятельности к затратам ресурсов, которые необходимы для осуществления этой деятельности. Эффективность выступает в двух аспектах: социальном и экономическом.

*Социальный аспект* предполагает оценку степени влияния торговли на различные стороны уровня жизни, удовлетворение спроса, качество обслуживания потребителей. *Экономическая эффективность* есть результативность реального процесса торговой деятельности. Она отражает уровень развития и степень использования ресурсов, текущих затрат и характеризуется успехами в достижении прибыли — конечного результата хозяйственно-финансовой деятельности.

Основным элементом в процедуре управления эффективностью торговли являются показатели, с помощью которых измеряется количественная характеристика эффективности с ее качественной определенностью. Хозяйственная практика пока не располагает научно обоснованной системой показателей оценки экономической и социальной эффективности торговли.

Разработка такой системы показателей оценки эффективности должна базироваться на общепринятой методологии. В то же время необходимо учитывать специфику торговли.

К специфическим особенностям торговли и занятого здесь труда относятся следующие: торговля — отрасль обслуживающая, а поэтому здесь должен присутствовать раздел показателей, характеризующих качество торгового обслуживания потребителей; поскольку эффективность торговли проявляется на разных уровнях иерархии управления, система показателей должна отражать эффективность на макро- и микроуровне.

Социальная эффективность, на наш взгляд, основывается на реализации определенных мер по повышению экономической эффективности, что выражается не только в росте экономической результативности, но и путем решения социальных задач. Это обстоятельство обуславливает правомерность рассматривать показатели социальной эффективности как обособленную систему и составную часть всей системы показателей эффективности деятельности торговой организации.