

современной рыночной системы.

1. Рынок характеризуется динамичностью, подвижностью, сложностью.
2. Технология способствует разделению потребительского рынка на многие групповые и индивидуализированные сегменты с усложняющимися потребностями; спрос становится более избирательным, а производство - адресным.
3. Происходят изменения в направлениях динамики потребительского рынка, изменяется структура потребностей - растет количество потребностей в сфере культуры и образования.
4. Препявляются новые требования к содержанию понятия «качество жизни».

*Калинин Д.С., БРУ (Мозилев)*

## **ТЕНДЕНЦИИ ОРГАНИЗАЦИИ МЕЖДУНАРОДНОГО БИЗНЕСА**

Многочисленные исследования феномена международной корпорации позволяют сделать некоторые выводы о их сущности. Во-первых, это многоотраслевые компании, беспрецедентные по масштабам экономической и интеллектуальной мощи. Их технологической основой являются, как правило, передовые, наукоемкие отрасли обрабатывающей промышленности. Во-вторых, для них характерна филиальная система организации и развитые связи между филиалами и дочерними компаниями, созданными в разных странах на основе прямых капиталовложений и внутрифирменного разделения труда, т.е. созданием в рамках своих организационных структур внутренних рынков в ответ на несовершенство внешних рыночных отношений в сфере труда, капитала, передачи неосязаемых активов.

В условиях нарастания интенсивности конкурентной борьбы во всех секторах рынка, неизбежно появляется необходимость достижения наивысшей эффективности всех операций компании, стремящейся к завоеванию стабильного и долговременного преимущества над конкурентами. Достичь самостоятельно максимального повышения результативности всех операций компании практически невозможно, а иногда и нецелесообразно. До совершенства можно довести выполнение лишь ключевых функций.

В последние годы наметилась тенденция организации специальных промежуточных компаний. Последние на контрактной основе передают часть своих предпринимательских функций, прежде всего производственных, подрядчикам из других стран.

Создание подобных компаний дает им явное преимущество перед традиционными вертикально-интегрированными корпорациями, которые перегружены многочисленными уровнями управления и контроля своих подразделений. Важнейшим преимуществом является присутствие организации во многих странах мира, а также возможность завоевывать рыночные позиции везде, где есть такая возможность, с наименьшими затратами. Сетевая организации консолидирует ресурсы по всему миру с целью добиться наилучшего качества продукции при максимально низкой стоимости, что является одним из решающих факторов для достижения устойчивого преимущества над конкурентами.

*Калинушкин А.В., БГЭУ (Минск)*

## **УНИВЕРМАГ КАК ЭФФЕКТИВНАЯ ТОРГОВАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**

Типичный универмаг представляет собой магазин с торговой площадью свыше 6 тыс. кв. м и универсальным ассортиментом товаров, включающим одежду, обувь, товары для дома, косметику и различные аксессуары, иногда бытовую технику, товары для дома

и даже продукты питания; товарные группы распределены по этажам по тематическому принципу; соблюдено единство экспозиции каждого этажа с открытой выкладкой товаров и несколькими кассами, расположенными в разных местах зала; распределение товаров на этажах подчинено общей логике и хорошо просматривается из любой точки; всегда есть сервисная служба для покупателей.

Повышение эффективности работы торговой организации в формате универмага заключено прежде всего в оптимизации ее товарных, денежных и информационных потоков. Это предполагает реализацию следующих мероприятий: получение контроля над товарной и ценовой политикой поставщиков товаров - для формирования ценовых преимуществ; расширение информационного контроля над производственными программами производителей и получение информации о деятельности конкурентов; работу с новыми товарами и покупательскими сегментами, развитие культуры потребления на рынке; активное внедрение технологий прямого маркетинга; организацию совместных проектов с партнерами и арендаторами; увеличение своей рыночной доли на среднеценовом сегменте; улучшение механизмов финансового планирования, разработку и внедрение технологии бюджетирования.

*Кандаурова Г.А., (Минск)*

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРОДУКЦИИ**

Рост издержек вызывает рост цен на продукцию, что обуславливает устойчивую тенденцию снижения конкурентоспособности продукции. Все это требует совершенствования управления издержками предприятия и механизма взаимодействия макро- и микроуровней при решении проблемы снижения затрат.

При прогнозировании и планировании издержек возникают серьезные проблемы, связанные с отсутствием достоверной информации о внешних факторах. Разрабатываемые на предприятиях плановые калькуляции быстро теряют свою актуальность, так как цены и тарифы на сырьевые и топливно-энергетические ресурсы растут более высокими темпами по сравнению с предполагаемыми. Поэтому целесообразно создание доступной для предприятий и предпринимателей базы данных по факторам внешней среды на краткосрочный период и перспективу. Это позволит принимать эффективные управленческие решения о целесообразности производства того или иного вида продукции, формирования оптимальной структуры ассортимента товаров и дать правильную оценку эффективности инвестиций в инновации.

*Kants Kalev, RISEBA (Riga)*

## **КАНАЛЫ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ И ИХ РАЗВИТИЕ НА ЛАТВИЙСКОМ РЫНКЕ**

Одной из характерных черт рынка потребительских товаров Латвии является наличие на нем крупных сетей, таких как Rimi, VP Market, Drogas, Nelda, Beta, SKY, Meگو. Основными характерными особенностями таких рыночных структур являются как наличие централизованного управления, так и единая идеология осуществления поставок.

Первоначально в Латвии развивались собственные торговые сети, самыми известными из которых стали Interprego и Nelda. Впоследствии, с приходом скандинавского капитала, появилась широко известная в Республике торговая сеть Rimi. Наряду