

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