

белки сои, чечевицы, топинамбур, облепиха, полисолодовые экстракты, крапива, натуральный мед, полисахариды и т.д.).

Общепринятой практикой является производство продуктов, обогащенных дефицитными витаминами, макро- и микроэлементами. Для Беларуси актуальным является обогащение кисломолочных напитков йодом, веществами-радиопротекторами: пектинами, флавоноидами, каротином и др.

В ближайшее время вполне перспективным для республики может стать обогащение продуктов лактулозой, которая благотворно влияет на рост и жизнедеятельность микрофлоры организма человека. Она активизирует бифидобактерии и подавляет токсичные метаболиты и вредные ферменты, а также обладает антиканцерогенным эффектом, существенно снижает риск заболеваний желудочно-кишечного тракта.

<http://edoc.bseu.by>

Н.Н. Поликарпова
БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТОРГОВЛИ

Формирование рыночных отношений требует изменения стратегии деятельности предприятий на рынке. Конкуренция является важнейшим стимулом развития предприятий. Конкуренты вынуждены для выживания на рынке повышать эффективность своей деятельности. Для улучшения своих позиций они снижают уровень издержек обращения, повышают качество реализуемых товаров и торгового обслуживания, увеличивают перечень оказываемых дополнительных услуг и улучшают их качество, осваивают достижения научно-технического прогресса.

Следует отметить, что мнения специалистов в определении сущности конкурентоспособности предприятия достаточно противоречивы и носят по-прежнему дискуссионный характер. Очевидно, что конкурентоспособность предприятия — понятие относительное: одно и то же предприятие в рамках, например, региональной отраслевой группы может быть признано конкурентоспособным, а в рамках отраслей мирового рынка или его сегмента — нет.

Конкурентоспособность торгового предприятия определяется в разрезе двух ее составляющих: качество торговли и экономическая эффективность.

Оценка конкурентоспособности торговых предприятий, производимая на основе методов рангов, сравнения и экспертных оценок, включает:

анализ хозяйственной деятельности торгового предприятия по основным направлениям деятельности и показателей рынка, где оно функционирует. Нами проведены анализ и оценка конкурентоспособности универсама “Беларусь” по следующим направлениям деятельности:

- торгово-производственная деятельность;
- коммерческая деятельность;
- финансовая деятельность;
- эффективность использования трудовых ресурсов;
- сравнение позиций данного предприятия на рынке и предприятий-конкурентов, выявление сильных и слабых сторон деятельности;
- анализ факторов, влияющих на деятельность предприятия;
- обоснование путей повышения конкурентоспособности торгового предприятия.

Конкурентоспособность УП “Универмаг Беларусь” изучалась на базе сравнения его показателей с показателями хозяйственной деятельности универсама ЦУМ “Минск”. Для более полной оценки конкурентоспособности было проведено анкетирование потребителей, где покупатели смогли выразить свое мнение по поводу достоинств и недостатков работы двух универсамов г. Минска — “Беларусь” и ЦУМ “Минск”.

Для оценки конкурентоспособности универсама “Беларусь” были проанализированы следующие показатели: товароборот, товароборот на 1 м² торговой площади, на одного работника и на одного торгово-оперативного работника, уровни валового дохода и издержек обращения, товарооборачиваемость, рентабельность продаж, прибыль на 1 м² торговой площади и на одного работника, коэффициенты текущей, промежуточной, абсолютной ликвидности, коэффициенты автономии, финансовой напряженности и финансовой неустойчивости. В результате сравнения выявлено, что универсам “Беларусь” имеет более высокие показатели: по товаробороту на 1 м² торговой площади (3,8 против 3,45 млн р.), товарооборачиваемости (59 против 62 дней), коэффициентам автономии, финансовой напряженности и финансовой неустойчивости, т.е. из 16 сравниваемых показателей универсама “Беларусь” занял первые места лишь по пяти.

Следовательно, важнейшими задачами универсама “Беларусь” являются разработка мероприятий по поиску конкурентных преимуществ и повышению эффективности деятельности, проведение работ по анализу рыночной ситуации, оценке деятельности конкурентов, поиску новых покупателей, выявлению новых потребностей.