

продукции он является определяющим фактором при покупке множества видов продуктов питания, бытовой химии, технических изделий и т.д.); 3) определенное эмоциональное отношение.

Различные системы позиционирования сегодня используются во всех сферах экономики. С их помощью — за счет определения местоположения и отслеживания перемещения объектов — компаниям удается контролировать работу людей и техники, обеспечивать безопасность производственных процессов и повышать эффективность бизнеса. Применение того или иного вида позиционирования зависит от специфики деятельности и задач конкретной организации. В целом технологии позиционирования можно разделить на три больших типа: 1) глобальное позиционирование; 2) локальное позиционирование; 3) гибридное позиционирование.

Основные принципы позиционирования бренда: стратегия должна быть актуальной, реализуемой и выделять вас на фоне конкурентов. Процесс позиционирования торговой сети на рынке может состоять из следующих этапов: 1) выбора критериев позиционирования и определения показателей по выбранным критериям; 2) построения карты позиционирования или восприятия (это наглядное позиционирование с применением ряда оценочных параметров.); 3) перепозиционирования или репозиционирования.

Далее необходимо убедиться в возможности для торговой сети провести выбранное позиционирование. В завершение надо убедиться в согласованности выбранного позиционирования с другими маркетинговыми факторами: ценой, коммуникацией и сбытом.

Е. М. Дубовик
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — И. А. Леднева, канд. экон. наук, доцент

РОЛЬ ЭФФЕКТИВНОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТОВАРНЫМ ОБЕСПЕЧЕНИЕМ И ТОВАРНЫМИ ЗАПАСАМИ В ПРОЦЕССЕ ПОДДЕРЖАНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ

Рыночная экономика основана на концепции конкуренции, которую следует рассматривать как главную движущую силу развития отношений субъектов, действующих в этой среде. Обеспечение конкурентоспособности объективно является главной стратегической целью любой организации. Известно, что уровень конкурентоспособности определяется большим количеством факторов. В связи с этим анализ существующих подходов и методов в определении и оценке конкурентоспособности торговой организации имеет особое значение.

Более детальное изучение этих вопросов поможет определить приоритеты повышения конкурентоспособности организации в условиях быстрых изменений в сфере конкурентных отношений.

Управление товарными запасами и товарным обеспечением является одним из ключевых аспектов повышения эффективности деятельности торговой организации, так как, с одной стороны, торговый бизнес не может функционировать без товарного обеспечения и запасов, а с другой — доля товарных запасов в организациях торговли составляет порядка половины всех оборотных средств, т.е. существует угроза замораживания финансовых ресурсов организации и, следовательно, утраты эффективности работы. В торговле процесс снабжения и управления запасами является определяющим с точки зрения повышения конкурентоспособности организации и эффективности ее деятельности.

Только четкий механизм формирования запасов с учетом определенных характеристик каждой поставки (количества товаров, частоты завоза, структуры ассортимента) обеспечит необходимые условия для успешного функционирования организации. Достичь оптимального уровня товарных запасов можно с помощью хорошо налаженной системы управления. Система управления запасами включает: оперативный учет, нормирование, контроль запасов и регулирование.

Улучшить процесс управления товарным обеспечением и товарными запасами можно, используя методы, которые позволяют достигнуть необходимых размеров товарных запасов, позволяющих при полноценных бесперебойных и точных поставках наиболее полно удовлетворить покупательский спрос. Рациональным шагом станет использование моделей управления товарными запасами, которые позволяют выявлять проблемные сегменты, связанные с запасами на разных этапах операционного и финансового цикла, и принимать управленческие решения по оптимизации их размера и структуры.

Д. М. Егорова, Д. К. Семенчукова

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — С. Н. Лапина, канд. экон. наук, доцент

ОЦЕНКА КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СОКОВ АНАНАСОВЫХ

Рынок соков Республики Беларусь является одним из наиболее развивающихся. За последние два года выявлено увеличение экспорта соков ананасовых в 2,5 раза в количественном и в 2 раза в денежном выражении. Отмечается увеличение экспорта соков ананасовых более чем в 4 раза в такие страны, как Армения, Российская Федерация, Азербайджан, Казахстан. Импорт ананасовых соков также имеет