

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

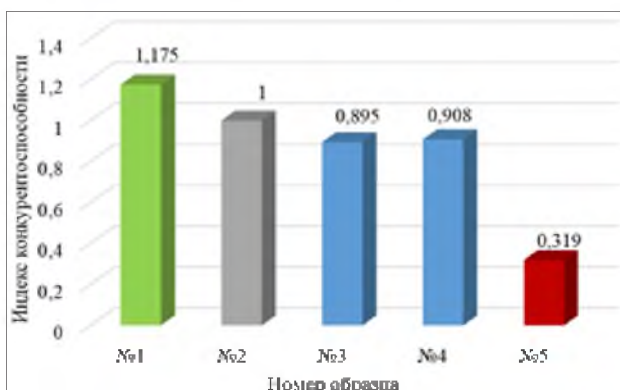
тенденцию к росту. Наибольшая доля среди стран-экспортеров принадлежит Российской Федерации, при этом наблюдается увеличение импорта из Кипра, Турции и Австрии.

Для проведения оценки конкурентоспособности и выбора базового образца была проведена оценка качества по разработанной 20-балльной шкале пяти образцов сока ананасового, реализуемых в торговой розничной сети г. Минска. По результатам оценки исследуемые образцы получили следующие суммы баллов: № 1 — 19,4; № 2 — 19,6; № 3 — 15,9; № 4 — 18,1; № 5 — 16,5. В качестве базового образца был выбран сок ананасовый торговой марки Villa Dini, который по результатам оценки унифицированным балльным методом набрал наибольшую сумму баллов. Итоговые результаты расчетов представлены в таблице. Для лучшего восприятия данные по индексу конкурентоспособности образцов представили в виде диаграммы (см. рисунок).

Оценка конкурентоспособности образцов ананасового сока

Образец	Комплексный обобщенный показатель	Фактическая стоимость, бел. руб./л	Реальная стоимость, бел. руб./л	Индекс конкурентоспособности
№ 1 «№ 1», РБ	0,989	2,73	3,21	1,175
№ 2 Villa Dini, РБ	1,000	3,25	3,25	1,000
№ 3 ABC, РБ	0,811	2,85	2,64	0,895
№ 4 Rich, РФ	0,923	3,29	2,99	0,908
№ 5 Pfanner, Австрия	0,841	8,55	2,73	0,319

Источники: собственная разработка.



Индекс конкурентоспособности исследуемых образцов

Если индекс конкурентоспособности $K < 1$, то оцениваемый товар уступает базовому образцу по конкурентоспособности, если $K > 1$, то превосходит его, а если $K = 1$, то конкурентоспособность товаров равна.

Таким образом, при проведении оценки конкурентоспособности образцов сока ананасового восстановленного было установлено, что только у одного образца реальная стоимость выше фактической, у остальных образцов реальная стоимость ниже фактической, сумма переплаты варьирует от 0 руб. 31 коп. до 5 руб. 82 коп. Наиболее конкурентоспособным является образец № 1 — сок ананасовый восстановленный торговой марки «№ 1», так как индекс его конкурентоспособности составил 1,175.

Е. А. Комарова, В. А. Корзун

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — О. П. Ефимова-Стадник, канд. экон. наук, доцент

МЕЖДУНАРОДНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ФРАНЧАЙЗИНГА-2021

Франчайзинг значительно облегчает процесс открытия своего дела, начинающий предприниматель получает поддержку и помощь от франчайзера по ведению бизнеса. Согласно статистике процент закрывающихся франчайзи в течение 5–6 лет после запуска куда ниже, чем частных предпринимателей. Именно поэтому франчайзинг становится все популярнее. Рассмотрим, в каких сферах развивается франчайзинг за рубежом и лидеров франшиз на Западе и в Беларуси.

В сентябре-октябре 2021 г. прошли выставки франшиз Franchise Expo в Париже и Лондоне. Было представлено большое количество франшиз в сфере лекарственной марихуаны. Хотя международная легализация каннабиса может занять еще не один год, данный вид франчайзинга стремительно растет. Согласно экспертам франшизы по уходу на дому являются отраслью со стабильным ростом, на которую стоит обратить внимание, так как в будущем ее ожидает внедрение инноваций. Далее рассмотрим четыре самые популярные франшизы в США и Канаде, изучив рейтинг 2021 Franchise 500.

Первое место отводится Тасо Bell — сети мексиканской кухни. Сеть насчитывает более 7 тыс. ресторанов, из которых 5,5 тыс. работают по франшизе. Первоначальные инвестиции — от 576 тыс. до 3,4 млн дол. США. Второе место — Dunkin donuts — сеть кофеен с пончиками. Более 12 тыс. точек в 45 странах. Первоначальные инвестиции — от 438 тыс. до 1,8 млн дол. США. Третье место — почтовый сервис The UPS Store. Первоначальные инвестиции — от 185 тыс. до 474 тыс. дол. США. Более 5 тыс. точек в США и Канаде. Четвертое