

зано с продолжением реализации инновационных проектов начатых в 2009 г. и планируемых к реализации до 2015 г., а также с недостаточным финансированием проектов за счет средств государственного бюджета и инновационного фонда.

Собственные средства организации, направляемые на финансирование инновационных проектов, составляют 70,5 % от общего объема инвестиций, причем большинство из них относится к амортизационному фонду предприятия и распределяется в основном на финансирование технического переоснащения и модернизацию производственных мощностей ОАО «Красный пищевик».

Для активизации инновационной деятельности ОАО «Красный пищевик» предполагается приобретение, монтаж, а также сдача в эксплуатацию линии по производству мягкой карамели. Производительность линии должна составить 500 кг в час. Для реализации данного проекта планируется закупить технологическое оборудование на общую сумму 14000 млн руб. с НДС.

Для осуществления проекта планируется взять оборудование в лизинг с помощью ОАО Лизинг «Беларусбанк». Авансовый платеж в размере 4200 млн. руб. будет выплачен предприятием из средств, выделенных на инновационное развитие предприятия.

Срок реализации проекта 3 года. За этот период ЧДД от проекта составит 2746 млн. руб. Простой срок окупаемости составит 2,13 г., а динамический – 2,53 г. ВНД проекта 52,8 %, индекс рентабельности составит  $1,2 > 1$ , что свидетельствует о его прибыльности. Данное мероприятие позволит активизировать инновационную деятельность предприятия, которая стала в мире ведущей производительной силой.

©БГСХА

## **ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОАО «ПОСТАВСКИЙ МОЛОЧНЫЙ ЗАВОД»**

*А.Э. ОБОЛЕВИЧ, С.И. АРТЕМЕНКО*

In the conditions of market economy for any managing subject the problem of increase and maintenance of its competitiveness is actual

Ключевые слова: конкурентоспособность предприятия, операционная эффективность, стратегическое позиционирование, коммуникационная политика

В ходе исследования изучены известные на сегодняшний день в экономической литературе подходы к определению сущности конкуренции и конкурентоспособности предприятий, на основе чего синтезирован универсальный подход к определению факторов и источников конкурентоспособности хозяйствующих субъектов. Кроме того, проанализированы существующие методики оценки конкурентоспособности предприятий их недостатки.

Оценив конкурентоспособность ОАО «Поставский молочный завод» на основании операционной эффективности и стратегического позиционирования в сопоставлении с основным производителем молока и молокопродуктов Витебской области – ОАО «Молоко» можно констатировать то, что показатель конкурентоспособности ОАО «Поставский молочный завод» составил 1,036, то в 2010 году он снизился до 0,972. Таким образом, конкурентоспособность исследуемого субъекта хозяйствования может быть охарактеризована как относительно низкая и имеющая тенденцию к снижению, что обуславливает необходимость разработки и внедрения мероприятий по повышению конкурентоспособности ОАО «Поставский молочный завод».

В качестве основного резерва повышения конкурентоспособности исследуемого субъекта хозяйствования на региональном рынке Витебской области необходимо рассмотреть рост операционной эффективности предприятия за счет оптимизации материальных затрат. Для этого планируется осуществить оптимизацию ассортимента исследуемого субъекта хозяйствования с последующей разработкой коммуникационной политики.

Целесообразно увеличить объемы реализации социально значимых товаров представленных ассортиментных групп (молоко, кефир, сметана, творог) через объекты фирменной торговли в среднем на 28,75 %, преимущественно в Витебской области на 19,62 %. Планируется сократить поставки молочной продукции в Минскую область в среднем на 20 %, что объясняется возникновением затруднений при сбыте товаров предприятия в данном регионе.

С целью активного освоения новых рынков сбыта и повышения реализации молокопродуктов ОАО «Поставский молочный завод» на существующих сегментах стимулированию необходимо подвигать как конечных потребителей продукции, так и посредников, партнеров.

Поэтому необходимо активное проведение предвыставочной рекламной кампании, и в первую очередь – прямая почтовая рассылка именных приглашений, которая должна проводиться по тщательно выверенной персональной адресной базе.

С целью совершенствования коммуникационной политики, предлагается провести мероприятия «День семьи» в г. Витебске совместно с некоммерческой организацией «Красный крест». Данное мероприятие позволит повысить имидж исследуемого предприятия и увеличит интерес к продуктам-новинкам.

В то же время следует поместить информацию о планируемом участии в выставке на собственном сайте, в отраслевых специализированных СМИ. Это заранее настроит посетителей на доверительное и положительное отношение к предприятию, что в дальнейшем позволит расширить клиентскую базу предприятия.

Таким образом, все предложенные выше мероприятия по оптимизации ассортимента и коммуникационной политики для ОАО «Поставский молочный завод» направлены на повышение конкурентоспособности ОАО «Поставский молочный завод».

©БТЭУ

## **КАЧЕСТВО И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ТОВАРА КАК ОСНОВА ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

*А.М. ОРЕХОВА, В.Е. СЫЦКО*

The novelty of investigation is that the author has thoroughly studied the assortment, quality and competitiveness of stocking and sock articles. The recommendations on forming optimal structure of competitive assortment for Zhitkovichy district consumer society taking into account import replacement have been developed. The results of the investigation have been recommended for application in Zhitkovichy district consumer society and in educational process at Belorussian Trade and Economic University of Consumer Cooperatives

Ключевые слова: ассортимент, качество, конкурентоспособность, импортозамещение, чулочно-носочные изделия

Важнейшая задача трикотажной промышленности – полное удовлетворение потребностей людей в высококачественных товарах. Особое место в решении этой задачи отведено увеличению выпуска и расширению ассортимента чулочно-носочных изделий.

Рынок чулочно-носочных изделий принято считать одним из наиболее перспективных и динамичных рынков товаров народного потребления. Данная особенность вытекает из специфики самого товара, а именно постоянного спроса на него. Из всех предметов одежды чаще всего приходится приобретать именно чулочно-носочные изделия – чулки, носки, колготки и др. Все они по праву считаются предметами первой необходимости. Динамичность рынка проявляется в частом обновлении ассортимента и постоянной работе над созданием новых видов.

Современный этап развития производства чулочно-носочных изделий характеризуется использованием высокопроизводительных процессов вязания изделий на автоматах. В нашей стране на предприятиях Брестский чулочный комбинат, ОАО «КИМ», ОАО «8 Марта», ООО СП «Конте» и др. с каждым годом увеличивается производство, расширяется ассортимент и улучшается качество чулочно-носочных изделий за счет использования новых видов сырья, ускорения научно-технического прогресса и создания полностью автоматизированных производств.

Выпуск чулочно-носочных изделий в Республике Беларусь в 2011 году составил 124 млн. пар.

В работе изучено состояние рынка чулочно-носочных изделий в Республике Беларусь и перспективы его развития. Представлен анализ структуры торгового ассортимента чулочно-носочных изделий, реализуемых Житковичским райпо за 2009-2011 гг. Проведен социологический опрос оценки покупательских предпочтений на чулочно-носочные изделия.

90% потребителей считают, что основными потребительскими свойствами при выборе чулочно-носочных изделий являются: формоустойчивость, гигроскопичность, колористическое оформление, устойчивость к истиранию, оригинальность, электризуемость.

Оценка уровня конкурентоспособности (К) чулочно-носочных изделий отечественных производителей, России «Е-тех» и Украины «Вагсе» показала, что конкурентоспособность импортных ( $K=0,72$ ) значительно ниже отечественных ( $K=1-0,92$ ), что позволяет сделать вывод о сокращении импорта.

Разработан алгоритм проведения экспертизы качества, что предоставляется очень важным, так как на современном этапе развития экономических отношений углубляются процессы активной интеграции Республики Беларусь в мировой рынок. Новые условия требуют более глубоких знаний вопросов ассортимента, качества, экспертизы и определения конкурентоспособности товаров, для формирования оптимальной структуры ассортимента, с учетом импортозамещения.

Обстоятельно изучен ассортимент, качество и конкурентоспособность чулочно-носочных изделий и разработаны рекомендации по формированию оптимальной структуры конкурентоспособного ассортимента для Житковичского райпо. Расчет экономического эффекта составил 135,05 млн р.