

#### Литература

1. *Семак, Е.* Формирование единого бюджетного пространства Таможенного союза / Е. Семак; БГУ. – Минск, 2011. – 14 с.
2. *European Union Public Finance – Fourth edition // Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities, 2008. – 427 p.*

©ГрГУ

### СТРАТЕГИЧЕСКОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РОЗНИЧНОГО ТОВАРООБОРОТА ТОВАРОПРОВОДЯЩЕЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ

**В.А. КУРЬЯН, Р.В. АНДРУШКО**

The research subject are practical aspects of the retail trade turnover. The object of the research are retail stores of industrial enterprise JSC «Grodno footwear factory «Neman». Research objective - development of strategy of management growth of retail commodity turnover of shops of factory of footwear «Neman»

Ключевые слова: розничный товароборот, стратегические ориентиры, сбалансированность

Развитие розничного товарооборота должно быть тесно увязано с такими экономическими категориями как спрос, поступление товаров, товарные запасы [1, с. 195]. Сбалансированность спроса и предложения товаров обеспечивается при следующем условии:

$$I_{п} > I_{т} > I_{тз} > I_{с}, \quad (1)$$

где  $I_{п}$  – индекс роста поступления товаров;  $I_{т}$  – индекс роста объема розничного товарооборота;  $I_{тз}$  – индекс роста товарных запасов;  $I_{с}$  – индекс роста спроса населения.

Определим стратегические ориентиры развития розничного товарооборота товаропроводящей сети промышленного предприятия «Гродненская обувная фабрика «Неман» с помощью данной модели сбалансированности спроса и предложения. Цепочка показателей будет выглядеть следующим образом:  $(I_{п} = 1,483) > (I_{т} = 1,453) < (I_{тз} = 1,544) < (I_{с} = 1,570)$ .

Полученная взаимосвязь позволяет сделать следующие выводы:

1. Увеличение товарных запасов более быстрыми темпами, чем рост розничного товарооборота свидетельствует о возникновении излишков нерезализованной продукции.

2. Более быстрый рост спроса населения, чем рост товарных запасов и, при этом, относительно медленное увеличение розничного товарооборота говорит о том, что спрос населения растет на определенные (ходовые) товары, которые в товарных запасах не залеживаются. В товарных запасах оседают те товары, которые не пользуются спросом или пользуются спросом в меньшей степени.

Таким образом, товарное предложение сети магазинов обувной фабрики «Неман» не позволяет полностью удовлетворить спрос населения. То есть баланс между спросом и предложением не достигается. Это связано с тем, что пользующаяся спросом обувь представлена в магазинах в недостаточном количестве.

Исходя из этого, стратегический ориентир развития розничного товарооборота товаропроводящей сети «Гродненской обувной фабрики «Неман» – достижения роста физического объема продаж посредством следующих стратегических мероприятий:

- расширение товаропроводящей сети обувной фабрики «Неман» за счет открытия новых магазинов;
- повышение эффективности маркетинговых мероприятий за счет таких тактических действий, как:
  - о проведение маркетинговых исследований по изучению покупательского спроса;
  - о применение инструментов стимулирования продаж;
  - о активное рекламирование магазинов;
  - о оптимизация и регулярное расширение товарного ассортимента.

#### Литература

1. *Максименко, Н.В.* Экономика предприятий торговли: учеб. пособие / Н.В. Максименко. – Минск: Вышэйшая школа, 2005. – 542 с.

©БГСХА

### ЭКОНОМИКО-МАТЕМАТИЧЕСКОЕ МОДЕЛИРОВАНИЕ ПАРАМЕТРОВ РАЗВИТИЯ МОЛОЧНОГО СКОТОВОДСТВА В СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННОМ ПРЕДПРИЯТИИ (НА ПРИМЕРЕ ЧСУП «РАДУНЬСКОЕ» ОРШАНСКОГО РАЙОНА)

**В.В. ЛАГУНОВА, Е.В. ГОНЧАРОВА**

The work was justified optimal program of development of dairy cattle in the private agricultural enterprise "Radunskoe, and the suggested actions in the substantiation of prospects of development of milk production and improvement of its efficiency at the enterprise

Ключевые слова: сельское хозяйство, молочное скотоводство, эффективность производства, экономико-математическое моделирование

В последние годы экономическое положение в отрасли улучшается, а именно происходит рост численности коров, их продуктивности и увеличение производства молока.

Повышение продуктивности отрасли и увеличение производства молока обеспечивают продовольственную безопасность страны в молочной продукции.

Объект исследования: частное сельскохозяйственное предприятие «Радуньское».

Предмет исследования: производственно-экономическая, сбытовая деятельность частного сельскохозяйственного предприятия «Радуньское», параметры развития отрасли молочного скотоводства на данном предприятии.

Цель работы: анализ состояния производства молока и обоснование оптимальной программы развития молочного скотоводства в частном сельскохозяйственном предприятии «Радуньское».

Методы исследования: монографический, аналитический, абстрактно-логический, графический, экономико-математический.

Производственное направление ЧСУП «Радуньское» – молочно-мясное скотоводство с развитым производством зерна. За период с 2008 по 2012 г. поголовье КРС увеличилось на 35 % или на 397 голов, в том числе поголовье коров – на 34,7 % или на 151 голову, удой молока на 1 среднегодовую корову увеличился на 24,7 %. Прибыльными для хозяйства в 2012 г. оказалось производство молока (35 %), что на 15,7 % выше, чем в среднем по району (19,3 %). Наиболее убыточным в животноводстве было выращивание КРС на мясо (-58,5 %).

В работе была обоснована оптимальная программа развития молочного скотоводства в исследуемом хозяйстве и предложены мероприятия по обоснованию перспектив развития производства молока и повышению его эффективности на предприятии.

При проведении предложенных в проекте мероприятий, поголовье коров возросло на 25,1 % или 147 гол. Это связано с тем, что производство молока является рентабельным, поэтому увеличение поголовья коров, объемов производства и реализации молока поможет увеличить прибыль предприятия в целом. Была оптимизирована структура рациона. Реализация молока увеличилась на 6 %. Общая стоимость товарной продукции увеличилась на 13,1 %.

На основании фактических данных предприятия разработанная программа развития молочного скотоводства в частном сельскохозяйственном предприятии «Радуньское», а также перечень направлений повышения эффективности производства продукции молочного скотоводства позволит предприятию получить прибыль в размере 782 млн. руб., от реализации молока – 1830 млн. руб. и увеличить рентабельность производства до 3,7 %.

©БРУ

## **ПОВЫШЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ ИЗДЕЛИЙ ИЗ ПВХ ПРОФИЛЯ**

*О.В. ЛАЗАРЕВА, Т.Г. НЕЧАЕВА, С.Л. КОМАРОВА*

Within this research, the monitoring of the competition in the market of polyvinylchloride (PVC) profile structures has been carried out and competitive advantages of Mogilev enterprises specializing in this field have been evaluated. Based on the monitoring of competitors and in line with the concept of business development, the enterprise under study has been offered to purchase new equipment to expand the range of services offered in the market. Possible ways of raising funds for the reproduction of long-term assets have been analyzed and the most effective mechanism of funding has been selected by using the costs criterion

Ключевые слова: конкурентоспособность, маркетинговое исследование, уровень конкурентоспособности предприятия

В условиях рыночной экономики увеличивается значение конкуренции как основного механизма регулирования хозяйственного процесса.

Информация о конкурентах: их преимуществах и недостатках, стратегиях и проводимых мероприятиях, – определяет успешность компании в долгосрочной перспективе. В настоящее время проблема повышения конкурентоспособности занимает центральное место в экономической политике страны, и она касается всех уровней ее иерархии, но особую важность приобретает конкурентоспособность предприятия как основного звена экономики. Методологически неразрывно связанной с решением проблемы повышения конкурентоспособности предприятия является оценка его конкурентоспособности, поскольку только на основе такой оценки могут быть сделаны выводы о степени конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Основной целью оценки конкурентоспособности хозяйствующего субъекта является выявление сильных и слабых сторон предприятия, укрепление первых и устранение последних.

На рынке Могилевской области представлено более 40 компаний производителей изделий из ПВХ профиля. Мониторинг рынка изделий из ПВХ профиля показал, что конкурентами объекта ис-