

Первостепенной задачей для товаропроизводителя в условиях рыночной экономики становится выпуск конкурентоспособной продукции с высокими потребительскими свойствами [1, с. 46]. Решение этой задачи видится в необходимости разработки и применения методов оценки конкурентоспособности специализированных хлебобулочных изделий, как на стадии их производства, так и в процессе реализации. На основе изучения данной группы пищевых продуктов, с точки зрения, товароведных, технологических и маркетинговых аспектов, автором разработан и обоснован авторский подход к оценке их конкурентоспособности. Предложенный алгоритм состоит из шести последовательных, взаимосвязанных этапов. Так, на первом этапе проводится исследование рынка, его сегментирование и выбор целевого сегмента потребителей. На основе результатов опроса и вторичной информации по проблеме проводится анализ отношения потребителей к специализированным хлебобулочным изделиям, а также определение комплекса индивидуальных потребностей относительно их. Второй этап предполагает комплексную оценку маркировки товара. При этом целесообразно рассмотреть идентификационные, регламентируемые и дополнительные аспекты, определяющие конкурентные преимущества специализированного продукта. На втором этапе по результатам исследования рынка и оценки маркировки формируется линейка товаров-конкурентов и производится выбор базового образца. Базовый образец выбирается путем построения диаграммы Исикавы. На третьем этапе проводится разработка номенклатуры показателей и их экспертная оценка. Четвёртый этап предусматривает оценку основных органолептических показателей качества с применением элементов дескрипторно-профильного анализа. Таким же образом может быть проведена оценка физико-химических показателей с предварительным переводом их в балльный формат. Пятый этап предусматривает выделение ступеней уровней качества, которые составляют конкурентный потенциал специализированных хлебобулочных изделий, определение их влияния на конкурентоспособность. В заключение проводится обработка полученных расчётных данных, расчёт группового, интегрального показателей и индекса конкурентоспособности функциональных хлебобулочных изделий.

Методика прошла апробацию при оценке конкурентоспособности специализированных хлебобулочных изделий, реализуемых в г. Минске, что позволило обосновать основные ее преимущества: в несколько раз позволяет сэкономить трудовые, временные и финансовые ресурсы при проведении исследований в области оценки конкурентоспособности пищевого продукта; возможность ее применения при решении различных производственных и исследовательских задач; наглядно демонстрирует качественные характеристики исследуемого пищевого продукта в их количественном выражении и позволяет сравнить несколько пищевых продуктов между собой; контроль стабильности органолептических характеристик в процессе реализации пищевого продукта.

Литература

1. Черных, В.Я. Инновационные хлебобулочные изделия для питания спортсменов / В.Я. Черных, Л.И. Пучкова // Хлебопекарное производство. — 2012. — № 1. — С. 45 — 50.

©БРУ

РАЗРАБОТКА НАПРАВЛЕНИЙ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ НА ОСНОВЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КОМПЛЕКСНОЙ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЕГО ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Е.С. ПЕТРОВА, О.Д. МАКАРЕВИЧ, В.С. ЖАРИКОВ

Efficiency of a trade organization functioning depends on the quality and timeliness of the accepted management decisions. These decisions determine the strategic orientation and the main purposes of the trade company activities. It requires from the personnel to make complete, system and detailed analysis of each trade organization branch and to optimize the trade organization activity as a whole. The developed approach to the efficiency evaluation of a trade organization commercial activity based on the logistics concept will help big trade companies to plan their strategic orientation and strengthen their market position

Ключевые слова: логистический подход, эффективность, кластерный и факторный анализ

В настоящее время для оценки деятельности торговой организации используется огромное число параметров. Разумеется, что объем анализируемых показателей значительно увеличивается при наличии у торговой организации множества филиалов, осложняя тем самым оценку их деятельности [1, с. 229].

В целях устранения существующих недостатков, разработан альтернативный подход к оценке эффективности функционирования торговой организации.

На первом этапе разрабатывается система логистических показателей для дальнейшей характеристики исследуемого предприятия. Торговая логистика рассматривает 4 блока важнейших показателей: закупка, транспортировка, складирование и сбыт.

На втором этапе происходит «сжатие» выбранных показателей в рамках каждого блока, посредством факторного анализа. Важной характеристикой метода является возможность ограничиться наиболее информативными главными компонентами и исключить остальные из анализа, что упрощает интерпретацию результатов [2]. Таким образом, на основании имеющихся данных может быть получена эконометрическая модель оценки результатов деятельности в виде интегральных показателей, синтезирующих в себе многообразие показателей.

На третьем этапе с помощью кластерного анализа проводится сравнительная оценка деятельности филиалов торгового предприятия. Задача кластерного анализа заключается в том, чтобы разбить множество объектов на целое число кластеров (подмножеств) так, чтобы каждый объект принадлежал одному и только одному подмножеству разбиения и чтобы объекты, принадлежащие одному и тому же кластеру, были сходными, в то время как объекты, принадлежащие разным кластерам, были разнородными [3, с. 23]. Когда результаты кластерного анализа получены, можно рассчитать средние для каждой группы.

На четвертом этапе формируются выводы по каждому блоку логистических показателей, на основе интегральных показателей, полученных в результате проведения факторного и кластерного анализов. К субъектам хозяйствования, попавшим в один кластер можно применять одинаковые управленческие решения либо переносить опыт успешного управления с одного предприятия на другое, схожее по показателям своей работы.

Разработанная методика может найти практическое применение при планировании хозяйственной деятельности, изыскании резервов повышения эффективности работы предприятия, определении стратегии развития.

Литература

1. *Гриневич, М. Н.* Управление ресурсами холдинговых систем. Методологические и практические аспекты: монография / М.Н. Гриневич. – Могилёв: Бел.-Рос. ун-т, 2005. – 427 с.: ил.
2. Факторный анализ, его виды и методы / Анализ финансового состояния предприятия [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://afdanalyse.ru/publ/finansovyj_analiz/1/faktornyj_analiz_1/11-1-0-42
3. *Алехин, Е. И.* Многомерные статистические методы: методические рекомендации студентам факультета экономики и управления ОГУ / Е.И. Алехин. – Орел: ГУ ВПО «ОГУ», 2007.- 37 с.

©МГУП

ИНВЕСТИЦИОННАЯ СТРАТЕГИЯ И ЕЕ РОЛЬ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ МЯСОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩИХ ОРГАНИЗАЦИЙ

Е.В. ПИСКУНОВА, М.И. КАКОРА

Investment strategy proves to be an effective tool for prospective investment management of organizations. It is subordinated to the goals of overall development in the conditions of changing macroeconomic indicators, state regulation of the market processes and related uncertainties of the investment market

Ключевые слова: инвестиции, инвестиционная стратегия, эффективность

В современных условиях хозяйствования инвестиционная стратегия становится одним из определяющих факторов успешного и эффективного развития организации в условиях конкуренции. Разработанная инвестиционная стратегия обеспечивает механизм реализации долгосрочных общих и инвестиционных целей предстоящего экономического и социального развития организации, а также определяет соответствующую политику инвестиционной деятельности в рамках реализации наиболее важных стратегических инвестиционных решений.

Процесс разработки инвестиционной стратегии включает постановку целей инвестиционной стратегии; оптимизацию структуры формируемых инвестиционных ресурсов и их распределения; выработку инвестиционной политики по наиболее важным аспектам инвестиционной деятельности; поддержание взаимоотношений с внешней инвестиционной средой и др.

На формирование инвестиционной стратегии мясоперерабатывающих организаций оказывают влияние как внешние, так и внутренние факторы: уровень инфляции, эффективность инвестиционных вложений, инвестиционный риск, динамика спроса и предложения на рынке мясной продукции; технический уровень производства в организации; недостаток собственных средств для обновления основного капитала и др.

Анализ существующей инвестиционной стратегии ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» показал, что в организации большое внимание уделяется внедрению в производственный процесс различных инвестиционных проектов. Так за последние 3 года проводилась частичная реконструкция отдельных участков, выполнялся ремонт строительных конструкций, осуществлялась локальная замена технологического оборудования. Причем большая доля инвестиционных проектов осуществляется только за счет заемных средств.