

УДК 339.138

НАПРАВЛЕНИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТОРГОВОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В. А. ПОКЛАД

Научный руководитель Е. Н. ШЕРОБУРКО
Белорусско-Российский университет

Конкурентоспособность предприятия представляет собой противостояние на рынке другим поставщикам аналогичной продукции (конкурентам).

В ходе исследования была проведена оценка конкурентоспособности ОАО «Универмаг «Центральный».

ОАО «Универмаг «Центральный»» был основан 23 мая 1947 г. и начал свою торговую деятельность 8 июня 1947 г. Универмаг осуществляет розничную торговлю, имеет свой товароборот, прибыль, рентабельность, логотип, товарный знак.

Для оценки конкурентоспособности ОАО «Универмаг «Центральный»» было использовано два метода. Первый метод – это «многоугольник конкурентоспособности», который представляет собой графические соединения оценок характеристик самого предприятия и конкурентов по преимущественно значимым направлениям деятельности, которые представлены в виде векторов. Определены ключевые критерии конкурентоспособности, такие как ассортимент, цена, срок годности, качество персонала и т. д. Второй метод – это оценка конкурентоспособности индексным методом. Произведена оценка конкурентоспособности товаров ОАО «Универмаг «Центральный»» с товарами конкурентов ОАО «Магнит» и ОАО «Панорама» по балльной оценке, где 1 балл – самая низкая оценка, 10 – самая высокая.

В качестве направлений по повышению конкурентоспособности торгового предприятия ОАО «Универмаг «Центральный»» можно порекомендовать постоянно использовать нововведения, добиваться отличия товаров (услуг) предприятия от товаров (услуг) конкурентов, роста объемов реализации продукта, улучшения качества выпускаемого продукта, уменьшения расходов, использования только высококачественного сырья и материалов.

Предложенные мероприятия позволят повысить уровень конкурентоспособности ОАО «Универмаг «Центральный»» и укрепить свою позицию на рынке.