

сурсами и предприятиями; несоответствие квалификации выпускников учебных заведений потребностям работодателей; отсутствие механизма прогнозирования потребностей рынка труда; отсутствие системы профориентации.

С учетом мирового опыта и специфики нашей страны перспективными направлениями регуляции занятости, в частности молодежной, могут быть: формирование в рамках государственной системы профессионального образования необходимой правовой, социально-экономической, материальной базы ее развития; качественное обновление форм и методов работы с молодежью, в том числе системы профориентации; обеспечение целостности функционирования различных структур в системе профессионального образования, включая учебные заведения, службы занятости, социальные службы, молодежные организации.

В стране должно осуществляться текущее и перспективное прогнозирование потребностей рынка труда в рабочих кадрах в профессиональном разрезе на высоком профессиональном уровне. Такие прогнозы должны образовывать основу профориентационной работы в государстве.

О.Г. Черненко
БГЭУ (Минск)

ТОВАРНАЯ СТРАТЕГИЯ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ

Товарное предложение фирмы, согласно Ф. Котлеру, можно представить товарной номенклатурой, товарным ассортиментом и отдельными товарными позициями. Товарная стратегия (в оригинале «товарная политика») определяется данным автором как многомерная и сложная сфера деятельности, требующая принятия решения о конкретных особенностях товарной номенклатуры, товарного ассортимента, использования марочных названий, упаковки и услуг. Товарная стратегия требует согласующихся между собой решений, касающихся отдельных товарных единиц, товарного ассортимента и товарной номенклатуры. В данном подходе можно выделить следующие моменты: 1) в рамках товарной стратегии предприятия предлагается рассматривать элементы, относящиеся к составляющим продукта; 2) предлагается рассматривать товарную стратегию на трех уровнях детализации товарного предложения.

Иной точки зрения придерживается П.С. Завьялов, по мнению которого товарная стратегия (в оригинале «товарная политика») предполагает определенный курс действий товаропроизводителя или наличие у него заранее обдуманых принципов поведения. Она служит: для формирования ассортимента и его управления; поддержания конкурентоспособности товаров на требуемом уровне; нахождения для товаров оптимальных товарных ниш (сегментов); разработки и осуществления

4 Беларускай дзяржаўнай эканамічнай універсітэту. Бібліятэка.

Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.

Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by>

стратегий упаковки, маркировки и обслуживания товаров. Согласно концепции данного автора, продуманная товарная стратегия не только позволяет оптимизировать процесс обновления товарного ассортимента, но и служит для руководства указателем общей направленности действий. Наиболее привлекательными в рамках изложенного подхода являются следующие моменты: 1) формулировка стратегии как определенного курса действий; 2) выделение стратегических установок: соотношение старых и новых изделий в программе, темп и уровень обновления товаров; 3) введение в процесс формирования товарной стратегии алгоритма оптимизации существующего товарного предложения фирмы.

В соответствии с подходом Д.Н. Баркана задача товарной стратегии (в оригинале «ассортиментной политики») состоит в том, чтобы в данный момент (и в разумной перспективе) набор товаров, выпускаемых фирмой, оптимально соответствовал нуждам потребителей как по качественным характеристикам, так и в отношении количественных объемов. Таким образом, автор предлагает включить в содержание товарной стратегии количественные показатели предлагаемых товаров или услуг. Но наиболее оптимальным видится использование количественных оценок при формировании товарной стратегии на этапе анализа объемов рыночного спроса. Производственная же программа выпуска, обладая меньшим уровнем значимости в сравнении со стратегией, должна являться логическим продолжением последней. Тем более, что стратегия более постоянна во времени, тогда как производственная программа может более оперативно корректироваться в зависимости от изменения внешних и внутренних факторов.

По мнению А.П. Градова, товарная стратегия вырабатывает правила и приемы исследования и формирования потенциальных рынков товаров и услуг, отвечающих миссии фирмы. Она определяет методы поиска предпочтительных для фирмы зон хозяйствования (СЗХ), а также методы их образования и управления, обеспечивая внешнюю гибкость фирмы. Помимо формирования товарной стратегии и разработки методологии формирования ассортимента фирмы автор относит к основным ее задачам анализ жизненного цикла спроса и технологии, что видится нелогичным и требует доработок.

А.С. Смоляга
БГЭУ (Минск)

РОЛЬ УПАКОВКИ В СИСТЕМЕ ЛОГИСТИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ

В условиях конкурентной борьбы и изменяющихся внешних условий любая организация должна концентрировать внимание не только на текущих проблемах, но и вырабатывать долгосрочную стратегию, которая бы позволяла успешно работать, несмотря на происходящие