

- быстрая реакция – дифференцирование (высокий уровень обслуживания потребителей);
- эффективность (минимизация затрат);
- оптимальный уровень обслуживания при допустимых (неминимальных) затратах.

Основное требование к цепи поставки заключается в обеспечении с ее стороны выбранной стратегии, что в свою очередь определяет требования к структуре и участникам цепи, степень ее внутренней и внешней интеграции, взаимосвязи программ методов, методикам преподавания и т.д.

Формализация процесса в терминах цепи поставки предусматривает конкретизацию таких понятий, как пары «поставщик – потребитель», «время доставки», «уровень обслуживания» (планируемый и фактический) и т.п.

<http://edoc.bseu.by>

*Бурмистрова Н.А.
БТЭУ ПК (Гомель)*

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ ТОРГОВОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ В РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛЕ

Управление качеством торгового обслуживания является важной составной частью коммерческой деятельности субъектов хозяйствования розничной торговли. Собственники понимают важность потребителей в их бизнесе и необходимость выявления и наиболее полного удовлетворения их потребностей.

Управление качеством торгового обслуживания – это одна из самых сложных управляющих систем для хозяйствующих субъектов розничной торговли. Система управления качеством торгового обслуживания состоит из четырех классических подсистем: подсистемы планирования, подсистемы организации, подсистемы мотивации и подсистемы контроля.

Суть процесса управления качеством торгового обслуживания можно свести к непрерывному повторению цикла «планирование – организация – мотивация – контроль». Для завершения действия процесса в системе управления, необходимо, чтобы достигли своей цели, своего предназначения процессы, протекающие во всех четырех подсистемах.

Управление качеством торгового обслуживания – это имеющая циклический процесс развития сложная система, состоящая из комплекса подсистем, главной функцией которой является получение необходимого социального и экономического эффекта, выраженного в максимально возможном для определенного периода времени соответствии качества торгового обслуживания требуемому его уровню обслуживания при комплексном удовлетворении потребностей населения и обеспечении оптимальных экономических результатов деятельности хозяйствующих субъектов розничной торговли.

Основной целью управления качеством торгового обслуживания в розничной торговле является обеспечение планомерного повышения качества торгового обслуживания и максимально возможного удовлетворения спроса населения на товары и услуги.

Основными задачами управления качеством торгового обслуживания, решение которых способствует реализации вышеуказанной цели, являются:

- совершенствование организации розничной продажи товаров и обслуживания покупателей;
- повышение обоснованности и результативности работы по изучению спроса населения и формированию товарного ассортимента;

- совершенствование состояния материально-технической базы розничной торговли;
- постоянное улучшение всех элементов торгово-технологического процесса;
- эффективная организация труда;
- стимулирование усилий коллективов и исполнителей для всех структурных подразделений по повышению качества своего труда и качества торгового обслуживания населения;

- сведение до минимума затрат времени покупателей на приобретение товаров;
- постоянный анализ деятельности конкурентов;
- соблюдение законодательства в области розничной торговли.

Для успешного развития организаций розничной торговли важно учитывать факторы, влияющие на управление качеством торгового обслуживания. Эти факторы подразделяются на факторы внешней и внутренней среды хозяйствующих субъектов розничной торговли. Факторы внешней среды позволяют субъекту сориентироваться на рынке и определить дальнейшую стратегию своего развития. К факторам внутренней среды следует отнести факторы, определяющие качество результата торгового обслуживания, факторы, определяющие качество самого процесса торгового обслуживания, и факторы, влияющие как на качество результата торгового обслуживания, так и на качество процесса торгового обслуживания. При оптимальном соотношении внутренних факторов в хозяйствующих субъектах розничной торговли может быть создана эффективная система управления качеством торгового обслуживания.

Бусел Н.Н.
УОБГЭУ (Минск)

ЖИЗНЕННЫЙ ЦИКЛ ТОВАРА «РАБОЧАЯ СИЛА»

Переход общества в новую, постиндустриальную, фазу своего развития, где решающую роль играет человеческий капитал, приводит к необходимости более тщательного рассмотрения такого понятия, как жизненный цикл товара «рабочая сила».

Рабочая сила представляет собой товар особого рода, производственные созидательные качества которого целиком определяют конкурентоспособность и прибыльность предприятия. Она является основным ресурсом и определяется совокупностью физических, умственных и духовных способностей, благодаря которым человек может участвовать в трудовой деятельности.

В соответствии с ролью и целями субъекта на рынке рабочей силы можно выделить три основные модели жизненного цикла данного специфического товара:

- жизненный цикл совокупной рабочей силы в сфере использования;
- жизненный цикл специалиста;
- жизненный цикл карьеры специалиста.

Для модели жизненного цикла совокупной рабочей силы в сфере производства характерна четкая зависимость между жизненным циклом производимого предприятием продукта и жизненным циклом совокупной рабочей силы. При выводе продукта на рынок начинается спрос на рабочую силу. Естественно, на этапах роста спроса, зрелости продукта и насыщения рынка продуктом сначала растет, а затем стабилизируется профессионально-квалификационный состав рабочей силы. На этапе спада спроса на продукт происходит и снижение спроса на труд.