

- 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.

<http://edoc.bseu.by>

*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.

Вторая модель жизненного цикла рабочей силы – жизненный цикл специалиста. Рабочая сила по определенной профессии, специальности или квалификации как товар проходит различные стадии – от зарождения специальности (профессии, квалификации) до ее угасания и отмирания. На стадии зарождения и расширения сферы применения такого товара, как рабочая сила, спрос на него растет, в дальнейшем он становится устойчивым; на стадии угасания и отмирания – сокращается. Длительность каждой стадии определяется прежде всего жизненным циклом техники и технологии, породивших данную специальность (профессию, квалификацию), то есть уровнем развития НТП.

Третья модель – жизненный цикл карьеры специалиста. Каждая стадия жизни человека характеризуется потребностью работать над определенными задачами развития, прежде чем он может более или менее передвинуться на следующую стадию. Для специалиста является важным продвижение по службе, или карьера.

Концепция жизненного цикла товара «рабочая сила» в условиях новой экономики интересна в силу ряда причин. Во-первых, жизнь товара «рабочая сила» стала короче. Во-вторых, новые профессии и специальности требуют значительных затрат, т.е. увеличиваются инвестиции в человеческий капитал. В-третьих, возможно предвидеть изменения в потребностях потребителей рабочей силы, конкуренции. В-четвертых, дает хорошую базу для планирования товара «рабочая сила» и его эффективного использования.

Бутеня В.Е.

УО «БГЭУ» (Минск)

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА КОМПАНИИ

Успех современного бизнеса определяется умением учитывать изменения глобального рынка. При обоснованном выборе скорости приспособления к постоянно меняющимся условиям рынка учитываемые факторы могут превратиться в конкурентные преимущества для фирмы. Лидерство на рынке и формирование стандартов – непростая задача для любой компании. Для этого необходимо умение предвидеть будущее, прогнозировать потребности большинства потребителей и многое другое. Успех компании в большей степени зависит от интеллектуальных и сервисных возможностей, чем от ее материальных активов. Их получение, применение возможны при изменении традиционного экономического мышления, создании и реализации новых идей, привлечении стратегических партнеров и тем самым получении конкурентных преимуществ. Основой успеха компании является обеспечение конкурентных преимуществ. Для этого необходимо создавать и осваивать инновации быстрее, чем конкуренты.

Конкурентные преимущества компании определяются разработкой стратегии обновления. Постоянно обновляться – это необходимое условие выживания на современном рынке. Для осуществления данной стратегии необходимо проводить соответствующие исследования и разработки.

Стратегия обновления – это готовность рисковать. При этом важно постоянно увеличивать скорости обновления.

Успех стратегии обновления достигается развитием способностей сотрудников. Инвестиции в человеческий капитал – это источник больших и маленьких идей, способствующих увеличению продуктивности и сохранению конкурентоспособности компании.

Использование данной стратегии предполагает разработку новой предпринимательской культуры, центральным элементом которой является движение вперед, через риск и умение быстро исправлять допущенные ошибки.