

- customs (эффективность работы таможи и пограничного контроля);
- infrastructure (качество торговой и транспортной инфраструктуры);
- international shipment (легкость организации и конкурентоспособность цен международных перевозок);
- logistics competence (компетентность специалистов в области логистики и качество логистических услуг);
- tracking & tracking (способность отслеживать и устанавливать состояние, местонахождение и факт доставки груза);
- timeliness (частота, с которой грузы достигают получателей в запланированные или ожидаемые сроки доставки).

Сравнение данных о рейтинге Беларуси по эффективности логистики с другими странами свидетельствует о том, что, несмотря на большую работу, проведенную в этой области в республике, ее общий рейтинг снизился с 74 в 2007 г. до 91 в 2012 г.

Позиция страны улучшилась по таким показателям-компонентам, как «легкость организации и конкурентоспособность цен международных перевозок» и «компетентность специалистов в области логистики и качество логистических услуг». Вместе с тем Беларусь особенно отстает от стран — участниц обзора по показателям «эффективность работы таможи и пограничного контроля», «способность отслеживать и устанавливать состояние, местонахождение и факт доставки груза», что требует широкого использования современных средств коммуникации, а также по «частоте, с которой грузы достигают получателей в запланированные или ожидаемые сроки доставки», отражающей надежность поставок.

*Т.М. Розина, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ПРОБЛЕМА ПОДГОТОВКИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ КАДРОВ СРЕДНЕГО ЗВЕНА

Сегодня спрос на специалистов по логистике существенно превышает предложение. С одной стороны, это вызвано ростом производства и объемов товарооборота, а с другой — признанием логистической концепции как эффективной стратегии развития. Специалисты по логистике требуются производственным, торговым, транспортным, экспедиторским, складским и многим другим организациям. В этой связи требуется рассмотреть варианты решения такой проблемы, как подготовка логистических кадров среднего звена в Республике Беларусь. Потребность в этих специалистах, имеющих среднее профессиональное образование, ощущается уже сегодня.

Для объективного изучения данной проблемы полезно обратиться к опыту соседних стран. В Российской Федерации в соответствии с приказом № 988 Министерства образования и науки Российской Федерации

в октябре 2010 г. был утвержден федеральный государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования (ФГОС СПО) по специальности 080214 «Операционная деятельность в логистике». Как отмечают компетентные специалисты, реализацию данного решения сдерживают следующие факторы: отсутствие компетентного профессорско-преподавательского состава; неподготовленность научно-методического обеспечения учебного процесса; слабая информированность потенциальных студентов (молодежи 15 и 17 лет) о профессии, ее возможностях и перспективах в отношении трудоустройства и карьерного роста; потенциальные работодатели не знают о появлении указанной специальности; руководители учебных заведений среднего профессионального образования обеспокоены вопросами организации и подбора баз для проведения учебной и производственной практики, а также возможностями трудоустройства выпускников, так как потенциальные работодатели занимают выжидательную позицию, поскольку не знают, какого специалиста по уровню знаний и профессиональным компетенциям они получат.

Таким образом, можно сделать вывод, что в Беларуси необходимо в качестве первоочередных задач:

- определить специальность и разработать государственный образовательный стандарт среднего профессионального образования для подготовки специалистов среднего звена в логистике;
- незамедлительно начать разработку программ обучения специалистов среднего профессионального образования (на базе колледжей);
- решить вопрос о подготовке профессорско-преподавательского состава;
- начать подготовку научно-методического обеспечения учебного процесса в колледжах с привлечением специалистов из сферы высшего образования;
- обеспечить информационную поддержку при проведении приема на обучение новой специальности в колледжи.

Представляется целесообразным изучить мнение практиков, преподавателей колледжей и вузов, а также других заинтересованных о возможных решениях указанных вопросов.

Важным и полезным источником при решении данной проблемы может стать опыт подготовки логистических менеджеров высшего и среднего звена за рубежом, где создана система непрерывного образования в следующем виде: колледж — вуз — дополнительное образование — работодатель. Европейская логистическая ассоциация (ELA) в начале 1990-х гг. провела исследование профессиональных обязанностей работников, занятых в сфере логистики. В результате выполнения этого проекта были разработаны «профили» специалистов, которые были использованы в качестве основы образовательных программ при их обучении и для создания общеевропейских стандартов подготовки логистических кадров. Всего было выделено семь укрупненных групп, в которые вошли 34 профиля (специальности) в сфере логистики. Каждая из

34 специальностей была подробно структурирована по функциональному содержанию, т.е. каждый специалист может получить представление о своих профессиональных функциях.

*О.А. Скуматова, магистр экон. наук
ПГУ (Новополоцк)*

СЦЕНАРИИ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ НА РЫНКЕ

В условиях постоянно усиливающейся конкуренции, высокой неопределенности развития внешней среды, изменения предпочтений потребителей использование сценарного подхода является одним из наиболее эффективных инструментов стратегического менеджмента. Разработка сценариев является важной частью сценарного планирования, однако сами по себе сценарии неэффективны без их использования в планировании. Применительно к области маркетинга сценарии могут использоваться для формирования стратегий и стратегических планов маркетинга, корректировки существующей маркетинговой стратегии, принятия управленческих решений в сфере маркетинга. С учетом возможных состояний ключевых факторов были разработаны сценарии развития маркетинговой деятельности предприятия и предложены соответствующие им направления совершенствования плана маркетинга (см. таблицу).

Сценарии маркетинговой деятельности предприятия на рынке

Сценарий	Состояние ключевых факторов	Направления совершенствования плана маркетинга
1	2	3
Лидерский	Вкусы потребителей создаются предприятием; конкурентов нет; объем продаж растет; политические, экономические, социальные факторы оказывают положительное влияние	Расширение рынков сбыта; открытие собственной сбытовой сети; дифференциация цен и товаров для привлечения новых потребителей; выход на зарубежные рынки
Благоприятный (перспективный)	Вкусы потребителей стабильны, поддаются влиянию и находятся под контролем маркетологов предприятия; конкурентов мало; объем продаж растет; политические, экономические, социальные факторы влияют благоприятно	Наращивание объемов производства; осуществление выпуска дифференцированной продукции; проведение активной рекламной кампании; возможность выхода на зарубежные рынки