

ношениями с потребителями, обслуживанием потребителей, спросом, выполнением заказов, производственным потоком, снабжением, разработкой продукции и доведением ее до коммерческого использования, возвратными потоками. В усовершенствованной модели SCM управление представляет собой цикл Деминга (PDCA — планирование, выполнение (деятельность), контроль и усовершенствование — изменение).

Основные компоненты управления цепочками поставок (третий элемент модели SCM) представляют собой две группы управленческих переменных, при помощи которых бизнес-процессы интегрируются и управляются в пределах всех цепочек поставок. *Первая группа* (физическая и техническая) включает наиболее явные материальные измеряемые компоненты, которые легче всего изменять. К ним относятся: методы планирования и контроля, инфраструктура потоков и видов деятельности, связанных с работой, организационная структура, инфраструктура коммуникационного и информационного потока, инфраструктура потока продукции. *Вторая группа* состоит из компонентов управления и поведения. К ним относятся: методы управления, структура распределения полномочий и лидерства, распределение рисков и вознаграждений, культура и отношения. Основа для успешного SCM создается на основе восприятия каждого из указанных компонентов и того, как они взаимодействуют друг с другом.

Усовершенствованная модель позволяет интерпретировать SCM на более высоком эволюционном уровне. Она обеспечивает идентификацию участников цепочек поставок, с которыми важно установить связи, процессов, которые нужно связать с каждым из ключевых участников, а также типы или уровни интеграции применительно к каждому процессу, добиваясь максимальной конкурентоспособности логистической.

*А.А. Носова, аспирантка
БГЭУ(Минск)*

СУЩНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ

В условиях рыночной экономики деятельность системы образования как социального института, обеспечивающего воспроизводство интеллектуального потенциала общества, выступает как образовательная услуга.

В настоящее время в зарубежной и отечественной научной литературе существуют различные подходы к определению дефиниции «образовательная услуга». В каждом из подходов рассматриваются различные аспекты образовательной услуги, но в целом им присущ ряд общих черт. Во-первых, образовательная услуга рассматривается как процесс; во-вторых, образовательная услуга как продукт представлена в виде образовательной программы. Между тем в условиях обострившегося интереса исследователей к данной категории, феномен образовательных услуг еще недостаточно конкретизирован.

В современной терминологии «образовательная услуга» — это:

- учебно-педагогическая деятельность;
- взаимодействие участников образовательного процесса;
- комплекс действий воспитательного и обучающего характера;
- результат научно-педагогической деятельности;
- результат деятельности образовательного учреждения;
- процесс передачи определенных знаний, умений и навыков для удовлетворения потребностей потребителя, бизнеса и государства.

С позиций маркетинга образовательные услуги удовлетворяют:

- личные потребности (конечный потребитель). В данном случае образовательная услуга представляется как частная полезность;
- групповые потребности (бизнес). Образовательная услуга рассматривается через миссию образования, его общественную полезность;
- общественные потребности (государство). Образовательная услуга рассматривается как глобальная полезность.

Образовательная услуга как экономическая категория обладает следующими характеристиками: нематериальность, неосвязаемость до момента их приобретения; неотделимость от субъектов, оказывающих их; непостоянство по качеству; несохраняемость; отсутствие возможности владения образовательной услугой; значительная протяженность во времени; потребитель образовательных услуг должен обладать определенным набором качеств; образовательные услуги производятся и потребляются одновременно; в потреблении образовательных услуг обязательно активное участие (интеллектуальное) потребителя; дополнение сопутствующими услугами (общешитие, медицинские услуги, спортивные центры, столовая и др.); обязательный государственный контроль качества производства (потребления); потребитель, оплачивая образовательную услугу, ожидает в дальнейшем от этой услуги возможность получения дохода; образовательные учреждения действуют одновременно на двух взаимосвязанных рынках — рынке образовательных услуг и труда.

Таким образом, образовательная услуга представляет собой взаимодействие производителя и потребителя услуги в процессе усвоения образовательных программ и обладает рядом особенностей.

*Ал. Орешенков, канд. экон. наук, доцент
ВГТУ(Витебск)*

ИССЛЕДОВАНИЕ ИНТЕНСИВНОСТИ ОБОРОТА ТОВАРОВ ЛИДИРУЮЩЕГО СЕКТОРА ЭКОНОМИКИ ВО ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

Проведенные исследования позволили выдвинуть следующие гипотезы.