Комплексные показатели конкурентоспособности второго уровня, объединяющие показатели первого уровня: доступность транспортного рынка; эффективность взаимодействия в стыковых и транзитных пунктах при доставке продукции; экономичность доставки продукции; выполнение договоров и нормативных документов.

В итоге получен обобщенный показатель конкурентоспособности, основанный на транспортных издержках в конечной цене продукции.

На основе предлагаемого обобщенного показателя конкурентоспособности транспортных услуг, основанного на транспортных издержках в конечной цене продукции, может быть выбран способ доставки продукции, в том числе по отдельным родам грузов и видам сообщений с учетом ценовой ситуации на рынке товаров.

Г.Т. Медведева, канд. экон. наук
БФ НИСЗ (Брест)

ЭЛЕМЕНТЫ СТРАТЕГИИ ПОВЕДЕНИЯ ФИРМ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В странах с реальной рыночной экономикой давно сложился и эффективно функционирует рынок образовательных услуг. Механизм функционирования данного рынка аналогичен его действию в других сферах; основными категориями данного рынка также являются спрос, предложение и цена. В условиях свободной конкуренции форма собственности образовательных структур не имеет принципиального значения.

В рамках нашей социально-экономической системы (в условиях Республики Беларусь) говорить о реальном функционировании рынка образовательных услуг пока не приходится. Данный рынок находится на начальной стадии своего становления. Традиционно данная сфера деятельности – образование – была полностью монополизирована и находилась в собственности государства. Государство определяло чему учить, кого учить и в каком количестве.

С появлением и развитием различных форм собственности рынок образовательных услуг становится весьма привлекательной сферой приложения капитала. Пожалуй, впервые в рамках нашей экономической системы образовательные структуры становятся реальными субъектами хозяйствования. Естественно, что появление большого количества субъектов хозяйствования значительно расширило сектор образовательных услуг. На нынешнем этапе развития рынка образовательных услуг в их перечень, в основном, входят: получение высшего образования (первого, базового); переквалификация или получение второго высшего образования на базе уже имеющегося; проведение краткосрочных семинаров по целевым проблемам; последипломное образование по программе "Master of business administration"; переквалификация по наиболее де-

фицитным в современных условиях специальностям; обучение по специальным целевым программам.

Основными субъектами хозяйствования на данном рынке являются: государственные высшие учебные заведения; высшие учебные заведения негосударственной формы собственности; центры занятости; экспериментальные учебно-методические центры; центры подготовки персонала; различные субъекты хозяйствования в рамках малого и среднего бизнеса, в уставах которых определена образовательная деятельность; институты повышения и переподготовки и ряд других субъектов хозяйствования.

Ограничим сферу рассмотрения лишь вопросами подготовки специалистов с высшим образованием. Здесь на рынке образовательных услуг действует два вида субъектов – высшие учебные заведения государственной и негосударственной форм собственности.

Анализ деятельности этих двух видов образовательных структур свидетельствует о наличии элементов конкуренции между ними в области предоставления платных услуг. Стартовые условия конкурентной борьбы между ними заведомо неравные. У государственных вузов – это мощная поддержка государства (экономическая, политическая и идеологическая), существующий менталитет основной части населения: мощная уже сформированная учебно-производственная база, опытный профессорско-преподавательский состав; система неформальных связей на более высоких уровнях управления и ряд других факторов.

Негосударственные вузы – разные, различны и их истинные цели и задачи. Как и в любой другой области бизнеса есть фирмы-однодневки, главная цель которых – максимизировать прибыль в краткосрочном периоде времени. Но есть и другие – те, кто пришел работать в образование всерьез и надолго.

Чтобы участвовать в конкурентной борьбе с государственными вузами, необходимо иметь четкую стратегию экономического и социального поведения фирмы (т.е. негосударственного вуза) на рынке образовательных услуг. Основными элементами данной стратегии, с нашей точки зрения могут служить следующие:

– формирование благоприятного имиджа образовательной структуры в сознании основной массы потребителей данного вида услуг;

– формирование собственной материальной базы;

– формирование интеллектуального потенциала – профессорско-преподавательского состава. По степени значимости – это, безусловно, важнейший элемент стратегии поведения образовательной структуры на рынке. Еще Ли Якокка, один из ведущих менеджеров нынешнего столетия, утверждал “...для успешной деятельности на рынке нужны три вещи: деньги, технологии, люди. Но если у Вас нет третьего, то никогда не будет ни первого, ни второго”. Для негосударственных вузов важность данного элемента стратегии объясняется еще и тем, что на рынке образовательных услуг они заняты те ниши, которые были относительно свободными;

– разработка передовых технологий в области образования.

Этот элемент стратегии применим для любого блока дисциплин – как социально-гуманитарных, так и дисциплин специализации. Он включает в себя использование самых современных информационных технологий, технических средств обучения и опыт относительно новой группы преподавателей – специалистов-практиков;

– комплексное исследование рынка образовательных услуг.

Для любого субъекта хозяйствования разработка стратегии поведения на рынке – одна из важнейших областей деятельности. И для негосударственных образовательных структур разработка такой стратегии и четкая ее реализация – без преувеличения – вопрос выживаемости в условиях зарождающейся конкуренции на рынке образовательных услуг.

К. В. Буйкус
БАТУ (Минск)

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ КАЧЕСТВА ВОССТАНОВЛЕНИЯ ДЕТАЛЕЙ В СФЕРЕ СЕРВИСА

Возвращение работоспособности машин восстановлением является объективной необходимостью, которая обусловлена техническими и экономическими причинами. Восстановление деталей – не только экономически оптимальное решение, но и является основой ресурсо- и энергосбережения в народном хозяйстве Республики Беларусь.

Известно, что наибольшее число отказов (до 80 %) обусловлены процессами изнашивания или комплексными причинами, где изнашивание играет доминирующую роль. Как правило, износу подвергается поверхностный слой, который в большинстве случаев можно восстановить и упрочнить, сохранив или увеличив конструктивную прочность и работоспособность детали. Нанесение покрытий играет первостепенную роль при восстановлении изношенных деталей и узлов. Современное ремонтное производство располагает множеством различных способов восстановления деталей и, используя для нанесения покрытий материалы с высокими триботехническими свойствами, можно значительно повысить срок службы восстановленной детали по сравнению с новой. Многократное нанесение покрытий обеспечивает долговечность даже таких быстро выходящих из строя деталей, как валы.

Однако в условиях рыночных отношений, повышенных цен на новые запасные части, а также создания малых предприятий по ремонту автомобилей, тракторов и сельскохозяйственных машин слабым звеном ремонтного производства является технология восстановления изношенных деталей. Это приводит к значительным расходам материальных средств и приближает стоимость ремонта к стоимости новых машин и механизмов без повышения их долговечности, причем качество ремонта зачастую не удовлетворяет требова-