

УДК 338.24

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ**И.А. ЯКОВЛЕВ***(Представлено: канд. ист. наук, доц. Н.В. ДОВГЯЛО)*

Представлены теоретические аспекты функционирования рынка образовательных услуг в Республике Беларусь, а также рассмотрены факторы, влияющие на конкурентоспособность университета в современных реалиях рынка.

После обретения независимости в 1991 году, Республика Беларусь получила в наследство от БССР образовательную систему, которая действовала в рамках общей для всего СССР системы образования. Однако, в связи с изменением большинства процессов и принципов управления новым государством, система образования также подверглась серьезному реформированию. Главные изменения системы коснулись ее перехода от непосредственно системы образования к рынку образовательных услуг.

Под рынком образовательных услуг необходимо понимать систему взаимоотношений участников образовательного процесса (учащиеся, организации, предоставляющие образовательные услуги, лица и организации, оплачивающие эти услуги) по поводу получения необходимых знаний, умений и навыков. [1]

Проще говоря, рынок образовательных услуг – это совокупность всех участников образовательного процесса, а также место согласования интересов потребителей образовательных ресурсов и производителей образовательных услуг и продуктов.

На рынке профессионального образования взаимодействуют не две стороны (производитель и потребитель), а четыре типа субъектов [2, с. 83-85.]:

- потребители – студенты, слушатели, непосредственно получающие образовательные услуги;
- покупатели, оплачивающие образовательные услуги и влияющие на выбор образовательного учреждения (родители);
- работодатели, которые заинтересованы в обновлении кадров организаций и в повышении квалификации сотрудников, осуществляющих оплату обучения своих сотрудников, а также служащие базой для прохождения производственной практики студентами;
- государство – заказчик и потребитель, заинтересованный в формировании квалифицированной рабочей силы.

Стоит отметить, что в советскую эпоху, само государство предоставляло образовательные услуги, и оно же формировало спрос на них путем ведения плановой экономики и плановой подготовки кадров. В современном мире на рынке образовательных услуг действуют рыночные механизмы, которые призваны осуществлять наиболее эффективное функционирование рынка образовательных услуг и рынка труда.

В качестве производителей образовательных услуг выступают юридические или физические лица, имеющие лицензию на данный вид деятельности: школы, лицеи, гимназии, колледжи, техникумы, учреждения высшего образования, различные учебные центры, бизнес-школы, бизнес-центры.

В последние годы активно внедряются на рынок образовательных услуг в качестве производителей коммерческие образовательные центры, прошедшие соответствующую аккредитацию и получившие лицензию на право ведения образовательной деятельности, предлагающие различного рода услуги дополнительного образования (краткосрочные курсы, семинары, индивидуальное консультирование) [2]

Главный потребитель рынка образовательных услуг – рынок труда. Именно этот рынок должен формировать спрос для учебных заведений, так как кадры, выпускаемые системой образования, сразу попадают на рынок труда.

Все эти факторы в сумме с возможностью получения платного образования, привели к появлению конкуренции на рынке образовательных услуг, что повлекло за собой ощутимые изменения в политике управления университетом.

На сегодняшний день высшие учебные заведения представлены на рынке образовательных услуг Республики Беларусь следующим образом:

На территории страны располагается 52 учреждения высшего образования. 43 их них государственные ВУЗы, а 9 остальных частные. Из 52 учреждений высшего образования 21 находится в ведомстве министерства образования, 4 в ведомстве министерства сельскохозяйственной продукции, 4 в ведомстве министерства здравоохранения. [3]

Таким образом, учреждения высшего образования распределены по областям довольно пропорционально и сбалансированно.

Всего в высших учебных заведениях страны проходит обучение 362,9 тысячи человек, из которых 328 тысяч обучаются в государственных университетах. Республика Беларусь имеет 471 студента на 10 тысяч граждан, что выводит ее в лидеры стран по данному показателю. В мировом рейтинге университетов, главный ВУЗ страны (Белорусский государственный университет) занимает 609 место. [4]

Возникновение конкуренции среди высших учебных заведений на рынке образовательных услуг повлекло за собой усложнение коммуникативной деятельности учебных заведений в информационном и рыночном пространстве.

Наиболее выгодную позицию в этой конкуренции занимают столичные ВУЗы, ведь именно в них стремятся поступить все наиболее перспективные студенты. Однако страна располагает большим количеством региональных ВУЗов, которые ставят своей задачей привлекать к себе на обучение не только местных студентов, но и перспективных абитуриентов из других районов страны, а также абитуриентов из-за границы (в основном из стран СНГ).

Также стоит отметить географию расположения университетов в Республике Беларусь: учреждения высшего образования пропорционально и сбалансировано распределены по областям Республики Беларусь. Если посмотреть на географию расположения некоторых региональных университетов, то мы можем увидеть, что есть университеты, которые работают на достаточно большую площадь и обеспечивают студентам отдаленных районов республики возможность получать высшее образование, не уезжая далеко от своего места жительства.

В это же время есть университеты, которые располагаются достаточно близко к другим образовательным центрам и таким образом создают дополнительные условия для конкуренции.

Республика Беларусь 25 лет является независимым и суверенным государством. За это время в стране сформировалась своя экономика со своими положительными сторонами и своими проблемами. Одной из важнейших проблем белорусской экономики является ее положение переходящей к рыночной экономике.

Переход к рыночным механизмам отразился и на сфере образования, где начал формироваться рынок образовательных услуг со свойственной любому рынку конкуренцией.

Сегодня одной из важнейших проблем для регионального ВУЗа, является привлечение потока абитуриентов. Решить такую задачу возможно с помощью имиджевой и коммуникативной политики. Открытие новых коммуникативных каналов, средств передачи информации, методов воздействия на целевую аудиторию, а также возможность приблизить коммуникацию непосредственно к самим студентам, дает возможность региональному ВУЗу максимально эффективно реализовывать свою коммуникативную политику.

В связи с дифференциацией образования, появлением рынка образовательных услуг и в связи с осложнением демографической ситуации в стране среди целевых групп вуза, в которую входят студенты, родители студентов, потенциальные абитуриенты, администрация вуза и профессорско-преподавательский состав, а также иные сотрудники вуза; работодатели; вузы-конкуренты; службы занятости, биржи труда, ассоциации образовательных учреждений; регулирующие органы (Министерство образования), главной становятся абитуриенты.

Именно интересы и ожидания общества (целевой аудитории) обуславливают характеристики других факторов имиджевой коммуникации – а именно коммуникаторов, каналов коммуникации, параметров передаваемых сообщений (особенностей текстов и контекстов). В зависимости от этого подбирается форма информации, ее объем и структура, а также средства ее передачи, т. е. используется тот или другой вид коммуникации.

Исходя из рассмотренных выше понятий, таблиц, данных, мы можем сделать умозаключение о том, что коммуникативная политика для современного ВУЗа, проводимая в рамках всеобщего рынка образовательных услуг играет большую роль в привлечении студентов в региональные вузы.

Именно престиж, который зависит от имиджевой компании, сетей коммуникаций ВУЗа, а также брендингу учебного заведения оказывает большое влияние на поток абитуриентов в региональный ВУЗ.

ЛИТЕРАТУРА

1. Олешкевич, Е.Н. Формирование рынка образовательных услуг и его регулирование / Е.Н. Олешкевич // Весн. Беларус. дзярж. эканаміч. ун-та. – 2009. – № 2. – С. 12.
2. Баталова, О.С. Субъекты рынка образовательных услуг и их специфика / О.С. Баталова // Молодой ученый. – 2010. – № 7. – С. 83–85.
3. Высшее образование [Электронный ресурс] // М-во образования Респ. Беларусь. – 2016 – Режим доступа: <http://edu.gov.by/page-6081>.
4. Образование в Республике Беларусь, 2016 / Нац. статист. ком. Респ. Беларусь Белстат. – С. 115.