

## **АНАЛИЗ ЭКСПОРТА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ**

Экспорт товаров и услуг является одним из основных приоритетов развития национальной экономики. Экспорт образовательных услуг получил большое распространение в последние десятилетия среди развитых стран (США, Великобритания, Франция, Германия и др.), поэтому целью нашей работы стал анализ состояния экспорта образовательных услуг Белорусского государственного экономического университета.

Правительства многих государств оказывают серьезное содействие своим вузам, стимулируют, в том числе и финансово, их деятельность по привлечению иностранных студентов. Сравнивая экспорт образовательных услуг Республики Беларусь с другими странами, нами были выявлены как преимущества (широкая доступность общего образования и массовый характер профессионального), так и недостатки (отсутствие государственных или негосударственных организаций, служб по содействию экспорту образовательных услуг и академическому обмену преподавателей и студентов). Проанализировав экспорт образовательных услуг Республики Беларусь, мы сделали следующие выводы:

- развитие экспорта образовательных услуг является перспективным направлением как в целом по Республике Беларусь, так и по БГЭУ;
- наблюдается тенденция увеличения количества иностранных студентов (в 2008 г. — 5426 чел., в 2013 г. — 13 160 чел.), в том числе поступающих в БГЭУ (по состоянию на 01.01.2013 г. — 710 чел., на 01.01.2015 г. — 793 чел.);
- наибольший удельный вес в общей численности иностранных студентов в Республике Беларусь занимают такие страны, как Туркменистан (59,75 %), Россия (13,29 %), Китай (7,14 %);
- одна из проблем экспорта образовательных услуг в Республике Беларусь — недостаточная работа вузов в области продвижения своих услуг.

В связи с этим нами были рассмотрены такие инструменты продвижения образовательных услуг БГЭУ, как выставочная деятельность и сайт в интернет-пространстве. Эффективное участие в выставках — это не только особое оформление стенда (определенный стиль, образованный, привлекательный персонал), но и наличие информативного материала на иностранных языках. На наш взгляд, следует изменить оформление выставочного материала (от строгого и порой непонятного до молодежного и яркого), расширить его языковую панель (предложить информацию на различных языках).

Для сравнительного анализа сайта БГЭУ с сайтами других вузов страны (БГУ, БГМУ, БНТУ, БГУИР) нами был использован метод экспертных оценок. Оценка производилась по 5-балльной шкале по таким критериям, как технологичность, информативность, наличие обратной связи и функциональность. Эксперты отметили сайт БГМУ, а сайты БГЭУ, БНТУ, БГУ и БГУИР воспринимаются одинаково, и значительных отличий не наблюдается. На основании полученных данных нами были предложены рекомендации по улучшению сайта БГЭУ: 1) создать полноценную английскую версию сайта с необходимой для иностранного абитуриента информацией; 2) расширить спектр новостей, предлагаемых сайтом; 3) активизировать обратную связь с созданием отдельной страницы с часто задаваемыми вопросами; 4) особое внимание уделить дизайну сайта; 5) установить бесперебойную работу сайта.

Предложенные нами рекомендации, на наш взгляд, помогут усилить заинтересованность иностранных студентов к Республике Беларусь, а БГЭУ стать наиболее привлекательным вузом среди университетов нашего региона.

### Литература

Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. — Дата доступа: 02.04.2015.

Портал информационной поддержки экспорта [Электронный ресурс]. — Минск, 2015. — Режим доступа: <http://www.export.by/>. — Дата доступа: 02.04.2015.

Щербич, Г. А. Курс лекций по маркетинговым коммуникациям / Г. А. Щербич, И. М. Баско. — Минск : БГЭУ, 2012. — 171 с.

**К.О. Страх**  
БГЭУ (Минск)

Научный руководитель — Ю.Е. Анкинович

## ОСОБЕННОСТИ ПРОВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА B2B РЫНКЕ

Маркетинговые исследования потребителей (покупателей) продукции различаются в зависимости от типа рынка, поэтому применяются разные подходы к их проведению. Отличия рынка b2b от b2c представлены в таблице.

Основные отличия рынка b2b от b2c

Показатель	Рынок b2b	Рынок b2c
Информация	Вторичная	Первичная
Вид исследования	Кабинетное	Полевое

БДЭУ. Беларускі дзяржаўны эканамічны ўніверсітэт. Бібліятэка.

БГЭУ. Белорусский государственный экономический университет. Библиотека.°

BSEU. Belarus State Economic University. Library.

<http://www.bseu.by/elib@bseu.by>