

ПРОБЛЕМЫ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В БЕЛАРУСИ

Вузы в процессе своей деятельности создают образовательные услуги и, реализуя их на рынке услуг, удовлетворяют потребности общества в образовании. В настоящее время для рынка образовательных услуг Беларуси характерно следующее:

- количество выпускников общеобразовательных учебных заведений снижается (по данным Минобразования Беларуси, в 2009 г. количество выпускников было приблизительно 99 тыс. человек, в 2010 г. – 88 тыс., в 2011 г. – 75 тыс., в 2012 г. – 65 тыс., в 2015 г. их количество составит менее 55 тысяч);
- по некоторым специальностям (экономисты, юристы) происходит сокращение мест ввиду перенасыщения рынка труда;
- в течение ближайших трех лет Министерство образования планирует поэтапно сократить долю студентов заочной формы обучения до 30-40 % от количества обучающихся в вузе (сейчас их доля около 60 %). Соответственно доходы вуза от заочной формы обучения могут сократиться в два раза;
- в вузах обучаются около 10 тыс. студентов из 84 стран (более 2 % от общего числа обучающихся в вузах; для сравнения в России – 5 %, Японии – 4 %, Испании – 3 %). В основном в Беларусь приезжают учиться из России, Азии, Латинской Америки и Африки;
- практически отсутствуют преподаватели, которые могут проводить обучение на иностранных языках;
- не соответствуют образовательные программы международным стандартам;
- белорусские университеты имеют невысокий рейтинг в мире и др.

Соответственно растет конкуренция среди вузов, в особенности предоставляющих гуманитарное образование. А также перед вузами стоит вопрос повышения экономической эффективности. Для увеличения привлекательности вузов, как для внутреннего, так и внешнего рынков, представляется необходимым:

- внедрять новые образовательные услуги, востребованные

студентами, но пока нешироко представленные на образовательном рынке (например, дистанционное обучение и т.д.);

- привести образовательные программы в соответствие с международными стандартами и ускорить вхождение Беларуси в Болонский процесс;

- использовать более активно рекламу предоставляемых образовательных услуг, а также более тесно контактировать с целевой аудиторией (проводить встречи с учениками выпускных классов, ярмарки образовательных услуг, развивать партнерские отношения с коммерческими организациями и т.д.);

- проводить рекламные мероприятия в других странах по продвижению белорусских образовательных услуг;

- оптимизировать расходную часть бюджета вуза, что позволит предлагать образовательные услуги по более привлекательным ценам и др.

Таким образом, в настоящее время в связи со сложившейся ситуацией на рынке образования для вузов Беларуси актуальными являются задачи повышения их эффективности и конкурентоспособности. При этом приоритетным является развитие на внешнем рынке и увеличение экспорта образовательных услуг. Перед вузами Беларуси стоит задача до 2015 года увеличить экспорт услуг в сфере образования в три раза.

Е.А. Данилова

*УО «Белорусский государственный экономический университет»
(Республика Беларусь, Минск)*

СОЦИАЛЬНАЯ ОТВЕТСТВЕННОСТЬ СОВРЕМЕННОГО БЕЛОРУССКОГО БИЗНЕСА

Важным направлением в экономической социологии стало изучение корпоративной социальной ответственности (КСО) бизнеса. И хотя КСО в Беларуси в том или ином виде имеет давнюю историю, ее современная практика начала складываться с нулевых годов, что связано, в том числе, с присоединением нашей страны к Глобальному договору ООН. Эмпирической базой данного материала являются два социологических опроса представителей белорусского бизнеса, проведенных сотрудниками БГЭУ в 2008 г. в рамках ГКПНИ (n=400) и в 2011 г. по заказу Международного социально-экономического фонда «Идея»