

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ

И. Л. АКУЛИЧ, М. А. СКЕРСЬ

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Исследуются проблемы функционирования рынка образовательных услуг в сфере высшего образования Республики Беларусь. Даны определения основных понятий, обусловленных функционированием рынка образовательных услуг, выявлены спрос и предложение, а также охарактеризованы существующие уровни конкуренции на рынке услуг. Проанализированы материалы учреждений образования и других общедоступных республиканских ресурсов удаленного доступа.

Ключевые слова: конъюнктура рынка; рынок образовательных услуг; динамика цен; тенденции развития рынка.

УДК 338.12.017

В рыночных условиях хозяйствования определяющее значение имеет развитие человеческого капитала. Человеческий капитал и его качество становятся одним из важных условий успешного социально-экономического развития любого государства. Как утверждает лауреат Нобелевской премии, профессор экономики школы бизнеса Нью-Йоркского университета Пол Майкл Ромер, «экономика, располагающая ресурсами человеческого капитала и развитой наукой, имеет в долгосрочной перспективе лучшие шансы роста, чем экономика, лишенная этих преимуществ». В создании и развитии уровня человеческого капитала важную роль играют высшие учебные заведения. Повышение качества человеческого капитала — основная задача учреждений высшего образования. Многие исследователи говорят о следующих реалиях современного мира, с которыми сталкиваются учреждения образования и адекватная реакция на которые является очень важной для их дальнейшего развития:

Иван Людвигович АКУЛИЧ (akulich_i@bseu.by), доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой маркетинга Белорусского государственного экономического университета (г. Минск, Беларусь);

Мария Антоновна СКЕРСЬ (Skers_ma@grsu.by), специалист по информационной работе отдела информационно-аналитического и методического обеспечения идеологической и воспитательной работы Гродненского государственного университета им. Янки Купалы (г. Гродно, Беларусь).

усиливается конкуренция на рынке образовательных услуг и рынке труда между отдельными учебными заведениями;

возрастает зависимость финансовой устойчивости вуза от государственного заказа на подготовку кадров и соответствующего финансирования;

усиливается конкуренция на рынке научных услуг между научными и научно-производственными предприятиями, организациями и вузами;

для получения бюджетного финансирования необходимо поддерживать высокий научно-технический и кадровый потенциал и результативность научных исследований;

изменяется мотивация большинства потребителей образовательных и научных услуг вузов в направлении применения полученных знаний и технологий на рынке [1, с. 12].

Принимая во внимание указанные выше условия, вузам республики целесообразно более широко использовать концепцию социально-этического маркетинга, направляя усилия на повышение привлекательности и узнаваемости вуза, на обеспечение высокого уровня качества образовательных услуг. Следует больше внимания уделять вопросам повышения конкурентоспособности вузов и привлечения на этой основе большего числа потребителей образовательных услуг, в том числе и из других стран. Для того чтобы успешно осуществить последнее, необходимо провести исследование рынка образовательных услуг, на котором работает или собирается работать вуз, и выявить тенденции его дальнейшего развития.

Современное высшее учебное заведение является мультизадачным, работает одновременно на многих рынках, основным из которых является рынок услуг в сфере высшего образования.

Образовательная услуга — «...это система знаний, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей индивида, общества и государства и направлены на приращение человеческого капитала» [2, с. 14].

На рынке образовательных услуг «товаром» вуза в реальном исполнении являются различные *образовательные программы* (основные — для обучающихся I и II ступеней; дополнительные — довузовские, послевузовские (повышение квалификации, курсы дополнительного образования и т. п.), а также программы для населения — кружки, курсы, клубы для школьников, учащихся колледжей и других категорий граждан).

При этом под образовательной программой следует понимать «...не только ее содержание, но и ее обеспечение в виде кадрового материально-технического и прочего обеспечения, позволяющего оказывать комплекс образовательных услуг» [1, с. 13].

Рынок образовательных услуг представляет собой, с одной стороны, совокупность лиц, которые хотят получить образование или будут иметь такую потребность в ближайшем будущем, а также тех, кто готов оплачивать это обучение (спонсоров или покупателей), с другой стороны, высшие учебные заведения, которые готовы предоставить необходимый для этого спектр образовательных услуг, а также организации-работодатели, которые заинтересованы в получении квалифицированных кадров посредством прямого взаимодействия с вузом или через посредников. При этом роль основного регулятора и контролера взаимоотношений на рынке образовательных услуг играет государство, что является отличительной особенностью рынка образовательных услуг.

Рынок услуг в сфере высшего образования ограничен образовательными программами для обучения на I и II ступенях. По данным Национального статистического комитета Республики Беларусь «в число учреждений высшего образования включены классические университеты, профильные универси-

теты (академии, консерватории), институты, высшие колледжи» [3, с. 132]. В 2018/19 учебном году в Республике Беларусь действовало 51 учреждение образования, в которых обучалось 268,1 тыс. обучающихся [3, с. 133].

Спрос на рынке услуг высшего образования формирует несколько потенциальных клиентов: покупатели и потребители образовательных услуг (нередко это разные люди: в качестве потенциальных потребителей выступают абитуриенты, а покупателей — их родители), заказчики кадров (организации-работодатели и государство).

Спрос на образовательные услуги повышается ежегодно в период вступительной кампании. Для вузов важное значение имеет постоянное воздействие на абитуриентов и их родителей в течение всего года, в период вступительной кампании оно должно повышаться.

Для настоящего времени характерно падение спроса на образовательные услуги в сфере высшего образования. На основании данных Национального статистического комитета Республики Беларусь численность студентов с 2011 г. постоянно снижается. Так, если в 2011/12 учебном году в вузах Республики Беларусь обучалось 445,6 тыс. человек, то в 2018/19 учебном году численность составила всего 268,1 тыс., т. е. количество обучающихся сократилось более чем на 39,8 % (рис. 1) [4].

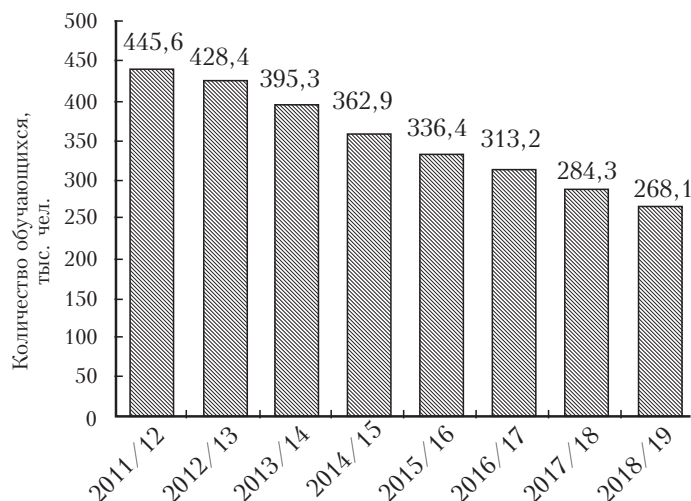


Рис. 1. Динамика спроса на образовательные услуги в вузах Республики Беларусь

Количество вузов также постоянно снижается. Так, если в 2014/15 учебном году функционировало 54 вуза, то уже в 2016/17 учебном году их осталось 51 (с тех пор количество не менялось) [3, с. 133].

Согласно данным Национального статистического комитета Республики Беларусь падение спроса наблюдается на все услуги сферы образования [3, с. 139]. Незначительный рост с последующим падением в период с 2012 по 2019 г. наблюдался только по специальности «Общественное питание. Бытовое обслуживание». Следует отметить, что с 2012 г. возросло число поступающих и обучающихся в магистратуре. Если в 2012/13 учебном году в магистратуру поступило 4 467 человек, то в 2018/19 учебном году — 8 177. Наибольшее изменение числа поступающих и обучающихся в магистратуре произошло в 2017/18 учебном году, когда в магистратуру поступило 10 396 человек (обучалось всего 14 947 человек) [3, с. 151]. Таким образом, произошло повышение спроса на обучение в магистратуре (даже несмотря на некоторое его падение в текущем году). Динамика спроса на обучение в магистратуре отображена на рис. 2.

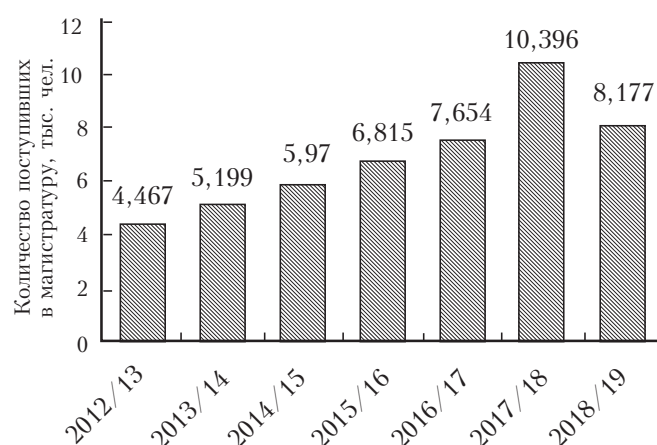


Рис. 2. Динамика спроса на обучение в магистратуре

Основную часть абитуриентов составляют выпускники школ, которые получили общее среднее образование (в 2018 г. среди всех поступивших они составили 66 % (38,9 тыс. человек), при этом в текущем году — 56 % (32,3 тыс. человек) от общего количества поступивших) [3, с. 144]. Среди выпускников школ наблюдается тенденция к падению их количества: если в 2012 г. окончили школу 68,9 тыс. человек, то в 2018 г. — 59,5 тыс. человек, при этом наименьшее значение было достигнуто в 2015 г., когда количество выпускников составило 56,6 тыс. человек [3, с. 58]. Более того, только 54,3 % выпускников школ (2018 г. выпуска) поступили в вузы в 2018 г.

Также значительную долю поступающих в вузы составляют абитуриенты, которые имеют среднее специальное образование (в 2018 г. — 26,7 % (или 15,7 тыс. человек) от общего количества поступивших, при этом в 2019 г. получили общее образование 17,5 % (10,3 тыс. чел.) [3, с. 144]. При этом выпуск специалистов со средним специальным образованием в 2017/18 учебном году составил 36,4 тыс. человек (в 2019 г. — 33,8 тыс. человек). Это позволяет сделать вывод, что только 28,3 % выпускников средних специальных учебных учреждений поступают в вуз непосредственно после окончания учебы [3, с. 110, 144]. Более того, количество выпускников средних специальных учреждений образования с каждым годом уменьшается: в 2012/13 учебном году выпустилось 48,7 тыс. человек, а в 2018/19 учебном году — только 33,8 тыс. человек [3, с. 110].

В то же время количество иностранных обучающихся в вузах наоборот постоянно растет (рис. 3) [3, с. 154].

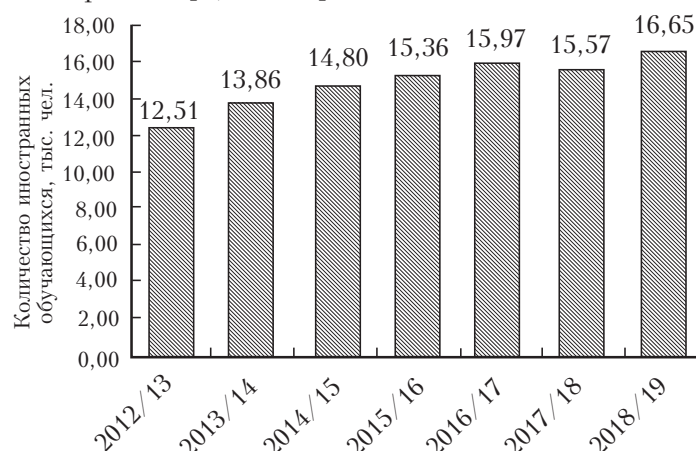


Рис. 3. Динамика роста спроса на «белорусское высшее образование» со стороны иностранных граждан

Таким образом, спрос на образовательные услуги в сфере высшего образования все последние годы снижается и в ближайшем будущем тенденция к уменьшению числа абитуриентов только усилится. Это значит, что на рынке услуг высшего образования ведущую роль будут играть не вузы, а абитуриенты, т. е. покупатели услуг. Именно они будут в большей мере регулировать спрос на те или иные образовательные программы, отдавая предпочтение отдельным из них. Это касается и выбора вузов. В дальнейшем важную роль станут играть имидж вуза и состав его профессорско-преподавательских кадров, товарная политика (сколько и по каким направлениям образования будет предложено образовательных программ, уникальность, новизна и востребованность в обществе) и, конечно, уровень и качество подготовки специалистов. Все это должно постоянно сопровождаться обоснованной маркетинговой деятельностью вузов.

Наиболее перспективными направлениями для продвижения образовательных услуг являются магистратура и образовательные программы, адаптированные для обучения иностранных граждан.

Что касается предложения на рынке услуг высшего образования, то оно ограничено 51 вузом, из них 42 государственных учреждения образования (в 2018 г. обучалось 250,7 тыс. человек) и 9 частных (17,4 тыс. человек в 2018 г.) [3, с. 133–134], которые обучают студентов по 2 000 образовательных программ (специальностей, направлений специальностей и специализаций) [5].

Большинство вузов сосредоточено в Минске (55 %), в областях расположено 45 % вузов (рис. 4).

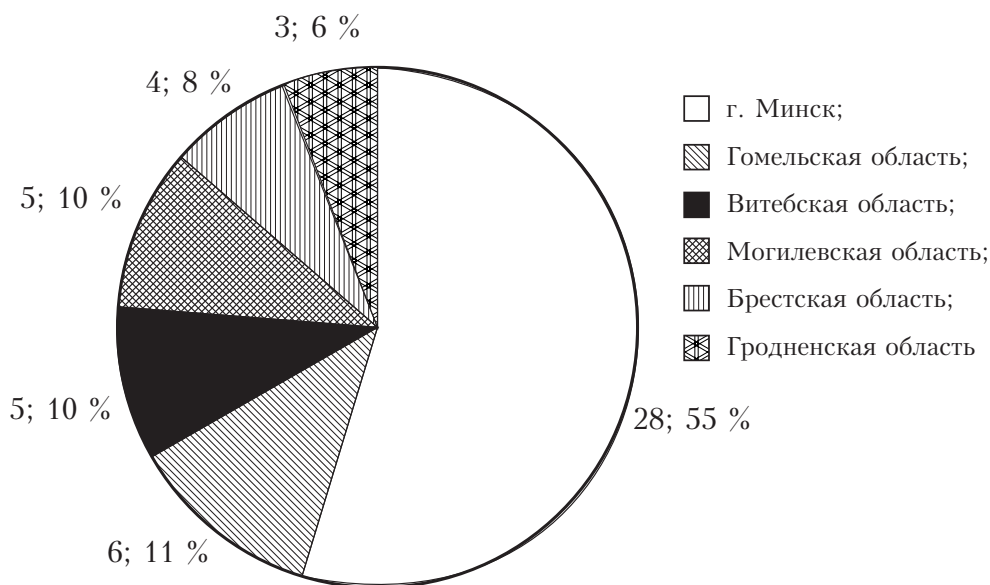


Рис. 4. Распределение вузов по областям Республики Беларусь (первая цифра — количество вузов в регионе; вторая — процентное соотношение к общему числу вузов Республики Беларусь)

Уровень конкуренции на рынке можно оценить как высокий. В качестве основных игроков на рынке услуг высшего образования в Республике Беларусь можно рассматривать высшие учебные заведения, которые находятся на верхних строчках (первая пятерка вузов) международных рейтингов среди высших учебных заведений по Республике Беларусь. В качестве такого рейтинга в данном исследовании был выбран Webometrics Ranking of World (см. таблицу) [6].

Рейтинг Webometrics Ranking of World Universities среди белорусских вузов (июль 2019 г. в сравнении с январем 2019 г.)

Наименование учреждения высшего образования	Позиция в Республике Беларусь		Позиция в мировом рейтинге	
	Январь 2019	Июль 2019	Январь 2019	Июль 2019
Белорусский государственный университет	1	1	1 119	684
Белорусский национальный технический университет	2	2	2 844	2 715
Гродненский государственный университет им. Я. Купалы	3	3	3 618	3 382
Белорусский государственный университет информатики и радиоэлектроники	4	4	3 821	3 814
Гомельский государственный университет им. Ф. Скорины	6	5	4 405	3 910

Оценить основных конкурентов рынка можно относительно уровня цен. Для анализа цен были выбраны специальности, которым обучаются студенты в большей части из представленных вузов.

Анализ цен вузов первой пятерки рейтинга Webometrics Ranking of World Universities показал, что в региональных вузах цена на обучение ниже, чем в столичных. Наименьшая цена на обучение установлена в Гомельском государственном университете им. Ф. Скорины, в ГрГУ им. Я. Купалы цены несколько выше (в среднем на 19,7 %). Однако по сравнению со столичными вузами цены в ГрГУ ниже (например, по сравнению с БГУ цены ниже в среднем на 17,4 %).

Несмотря на то что указанная пятерка вузов находится на вершине одного из международных рейтингов, цены значительно разнятся: в региональных вузах они ниже, в столичных — выше. Следует учитывать не только территориальное положение учебных заведений, но и специализации. Если региональные вузы и БГУ представляют собой классические учебные заведения, которые предлагают разные профили высшего образования по наиболее востребованным специальностям, то БНТУ и БГУИР — профильные вузы. В то же время БГУ — ведущий вуз страны, ГрГУ им. Я. Купалы — ведущий вуз только Гродненского региона.

По количеству обучающихся Белорусский государственный университет также среди лидеров. Доля рынка по критерию «количество студентов» представлена на рис. 5.

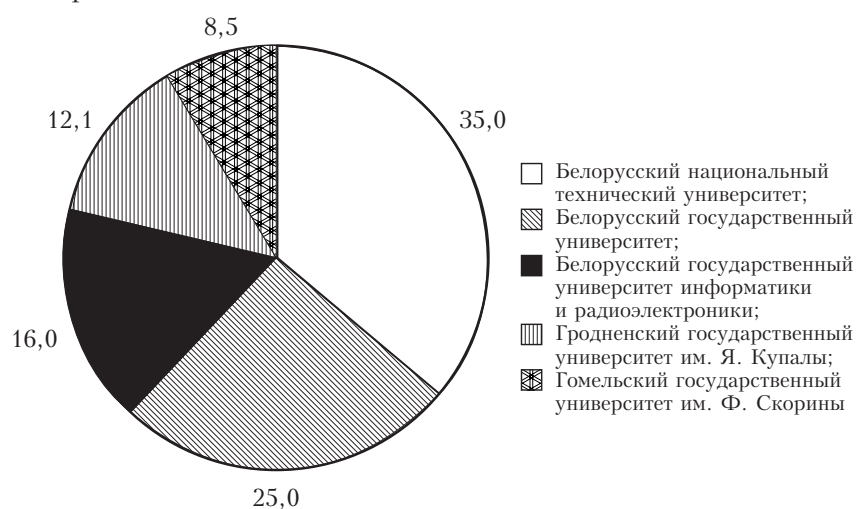


Рис. 5. Количество обучающихся в лидирующей пятерке вузов Республики Беларусь, тыс. чел.

Примечание: наша разработка на основе официальных сайтов университетов.

Абитуриенты чаще делают свой выбор в пользу столичных вузов, где сконцентрировано основное количество ведущих республиканских высших учебных заведений. Региональным вузам трудно конкурировать с ними, поэтому они устанавливают цены на обучение ниже, привлекают студентов из регионов, тогда как минские вузы привлекают абитуриентов со всей страны.

Следует отметить сосредоточенность основной массы конкурентов в столице Республики Беларусь г. Минске, где находится более 50 % высших учебных заведений. Рынок характеризуется высоким уровнем монополизации со стороны государства (более 82 % высших учебных заведений имеют государственную форму собственности). При этом говорить об отсутствии конкуренции невозможно, так как государственные вузы конкурируют между собой (за абитуриентов, иностранных обучающихся, наукоемкую продукцию, доходы от различных форм внебюджетной прибыли и т. д.).

Исходя из сказанного современное состояние рынка образовательных услуг (в сфере высшего образования) и его конъюнктура характеризуются тенденцией к падению спроса, уменьшению количества белорусских граждан среди обучающихся и увеличению числа иностранных граждан. Предложение также падает, сокращается количество вузов, повышаются проходные баллы на наиболее популярные специальности. При этом растут спрос и предложение на обучение в магистратуре. Количество бюджетных мест в магистратуру ограничено, но многие вузы не ограничивают количество платных мест, что позволяет максимально удовлетворять спрос на обучение в магистратуре.

Необходимо отметить тенденцию к повышению стоимости обучения на рынке образовательных услуг. Например, стоимость платного обучения по специальности «Начальное образование» с 2015 по 2019 г. в УО «ГрГУ им. Я. Купалы» выросла более чем в 3 раза. В том же университете стоимость обучения на первом курсе по специальности «Информация и коммуникация» за пять лет выросла более чем на 61 %.

Еще одной важной характеристикой рынка услуг в сфере высшего образования Республики Беларусь является расширение количества учебных программ (специальностей и специализаций), по которым ведется обучение, что позволяет вузам обеспечивать себе конкурентные преимущества.

Высшие учебные заведения не ограничиваются только рынком образовательных услуг — они стараются охватить как можно большее количество рынков необразовательных услуг и другой продукции, открыть новые рынки и стать на них первыми (особенно это касается научной продукции). В связи с этим все большее количество вузов переходит или планирует перейти на модель Университет 3.0, которая позволяет внедрять различные проекты в экономику страны и другие сферы ее жизнедеятельности.

Все сказанное выше позволяет сделать вывод, что успешная работа вузов является одним из важных факторов социально-экономического развития государства. Их эффективная деятельность обеспечивает по крайней мере такие эффекты, как повышение культурного и образовательного уровня населения; подготовка высококвалифицированных специалистов, что впоследствии способствует позитивному развитию общества и его членов, развитию науки, инновационному развитию страны, снижению социально-негативных явлений в обществе и др. Все это возможно только при условии должной организации деятельности всех вузов страны. Сделать свой вклад в создание благоприятных социальных эффектов, выполнить свою общественную миссию, равно как и получить стабильно высокий уровень конкурентоспособности в Республике Беларусь, вуз сможет только при условии успешной реализации концепции социально-этичного маркетинга.

Литература и электронные публикации в Интернете

1. *Белаш, О. Ю.* Маркетинговая деятельность технического университета / О. Ю. Белаш, Н. Г. Рыжов, М. Ю. Шестопалов // *Инновации*. — 2011. — № 3 (149). — С. 12–17.
Belash, O. Yu. Marketingovaya deyatel'nost' tekhnicheskogo universiteta [Marketing activity of technical university] / O. Yu. Belash, N. G. Ryzhov, M. Yu. Shestopalov // *Innovatsii*. — 2011. — N 3 (149). — P. 12–17.
2. *Зайчикова, С. А.* Стратегия маркетинга высшего учебного заведения в системе открытого образования : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / С. А. Зайчикова. — М., 2005. — 125 л.
Zaychikova, S. A. Strategiya marketinga vysshego uchebnogo zavedeniya v sisteme otkrytogo obrazovaniya [Higher education marketing strategy in open education] : dis. ... kand. ekon. nauk : 08.00.05 / S. A. Zaychikova. — M., 2005. — 125 l.
3. Образование в Республике Беларусь [Электронный ресурс] : стат. сб. // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — 2019. — Режим доступа: www.belstat.gov.by/upload/iblock/02f/02f0dcce5ea8e20041bca7728366684c.pdf. — Дата доступа: 15.10.2019.
4. Учреждения высшего образования по областям и г. Минску [Электронный ресурс] // Национальный статистический комитет Республики Беларусь. — 2019. — Режим доступа: www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/obrazovanie/godovye-dannye_5/uchrezhdeniya-vysshego-obrazovaniya-po-oblastyam-i-g-minsku/. — Дата доступа: 15.10.2019.
5. Систематизированный указатель специальностей, направлений специальностей, специализаций и квалификаций высшего образования [Электронный ресурс] // Абитурient.by — республиканский веб-сайт. — 2019. — Режим доступа: www.abiturient.by/spec_table/table6. — Дата доступа: 17.10.2019.
6. Рейтинг Webometrics [Электронный ресурс] // Учреждение образования «Гродненский государственный университет имени Янки Купалы». — 2019. — Режим доступа: www.grsu.by/component/k2/item/23412. — Дата доступа: 02.09.2019.

IVAN AKULICH, MARYIA SKERS

TRENDS IN THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET IN THE REPUBLIC OF BELARUS

Authors affiliation. *Ivan AKULICH* (akulich_i@bseu.by), *Belarus State Economic University (Minsk, Belarus)*; *Maryia SKERS* (Skers_ma@grsu.by), *Yanka Kupala State University of Grodno (Grodno, Belarus)*.

Abstract. The problems of the educational services market operation in the field of higher education in the Republic of Belarus are examined. The definitions of the basic concepts stipulated by the educational services market operation are given; the demand and supply are identified; the existing levels of competition in the market are characterized. The materials of educational institutions and other publicly available republican remote access resources are analyzed.

Keywords: market conditions; educational services market; price dynamics; market development trends.

UDC 338.12.017

*Статья поступила
в редакцию 05.03. 2020 г.*