

Лучшим магазином обуви среди магазинов Белвест был признан магазин на пл. Победы (30%) и магазин на ул. Людникова (20%). Вежливый персонал, приятная атмосфера, широкий ассортимент – вот главные преимущества этих торговых точек.

Самая запоминающимися у потребителей видами рекламы обуви Белвест оказались: реклама по ТВ (80%), реклама в/на общественном транспорте (48%).

По результатам анализа предлагаются следующие мероприятия, направленные на повышение потребительской удовлетворенности: борьба со стереотипом «дорогой и скучной обуви», эффективные рекламные послания, замена дисконтной карты на «клубную карту покупателя». Реализация этих мероприятий предполагает репозиционирование обуви СООО «Белвест» для целевого сегмента.

Список использованных источников

1. Котлер, Ф. Маркетинг. Менеджмент. – Санкт-Петербург: Питер, 2007. – 800 с.

УДК 378 (476)

## СОСТОЯНИЕ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

Асс. Кочеткова И.А.

Витебский государственный технологический университет

Образовательная услуга – это деятельность по передаче индивиду знаний, умений и опыта посредством специальных образовательных программ в целях удовлетворения потребностей как самого индивида, так и общества в целом.

Данная тема является актуальной, т.к. кадровый потенциал является одним из важнейших факторов, определяющих успешное инновационное развитие экономики страны. Другими словами, для успешного перевода экономики страны на инновационный путь развития необходимо соответствующее обеспечение научной и производственной сферы квалифицированными кадрами.

В таблице 1 представлен состав вузов по подчиненности в Республике Беларусь.

Таблица 1 – Состав ВУЗов Республики Беларусь в 2013 году\*

Орган подчинения учебного заведения	Академия	Университет	Институт	Высший колледж
Министерство образования		23		1
Министерство культуры	2	1		
Министерство здравоохранения		5		
Министерство внутренних дел	1			
Министерство по чрезвычайным ситуациям			2	
Министерство обороны	1			
Министерство сельского хозяйства и продовольствия	2	2		
Министерство спорта и туризма		1		
Министерство связи и информации				1
Министерство транспорта				1
Администрация Президента Республики Беларусь	1			
Национальный банк Республики Беларусь		1		
Частные вузы Республики Беларусь		2	8	

\* Источник: составлено автором на основе 2

Как видно из таблицы, в настоящее время в Республике Беларусь функционирует 45 государственных и 10 частных учреждений высшего образования, находящихся в подчинении 10 министерств, Администрации Президента и Национального Банка Республики Беларусь.

По форме собственности в общем количестве вузов преобладает государственная форма собственности - 81,82%, частная соответственно составляет 18,18%.

Анализ вузов по подчиненности показал, что наибольшее количество вузов подчинено Министерству образования – 43,64 %, наименьшее – Министерством внутренних дел, обороны, спорта и туризма, связи и информации, транспорта, Администрации Президента и Национальному Банку (по 1,81 %).

На рисунке 1 представлен анализ вузов по видам.

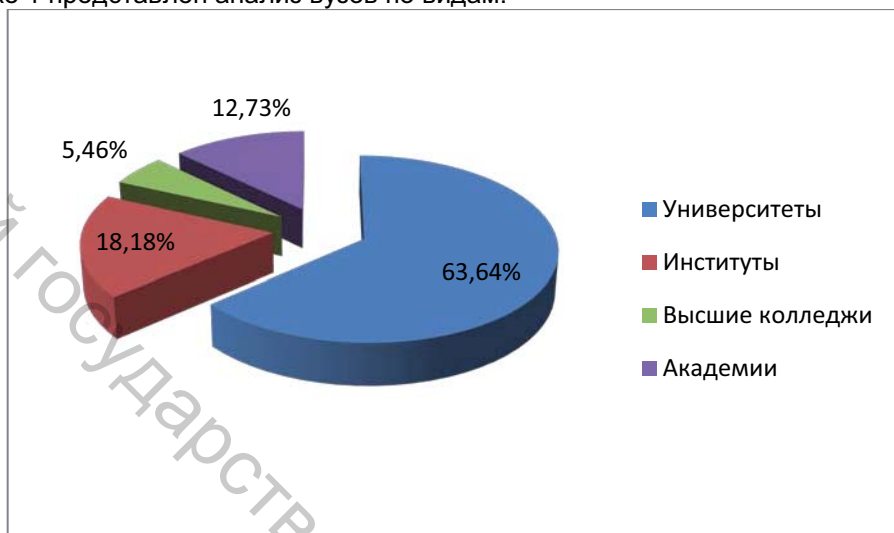


Рисунок 1 – Анализ вузов по видам\*

Источник: составлено автором на основе 2.

Как мы видим из рисунка, в структуре вузов преобладают университеты – 63,63%.

На рисунке 2 представлена структура профилей обучения отечественных студентов в зарубежных странах.

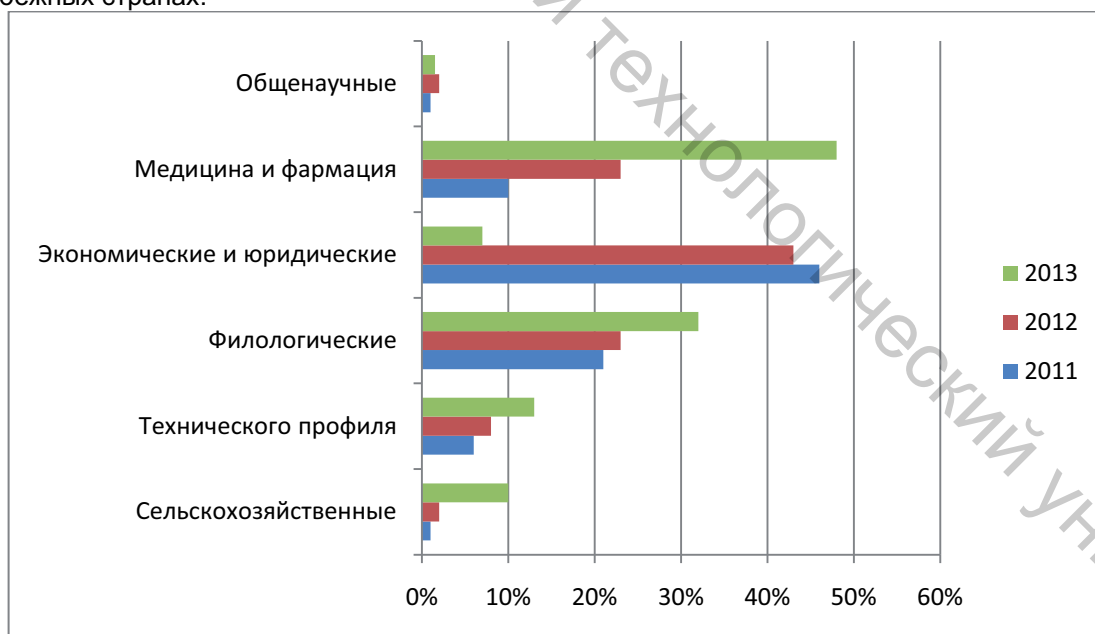


Рисунок 2 – Структура профилей обучения отечественных студентов в зарубежных странах\*

\*Источник: 1

Как видно из рисунка наметились следующие тенденции:

- значительное снижение привлекательности специальностей экономического и юридического профилей;
- рост привлекательности специальностей в области медицины и фармации.

Анализируя численность иностранных студентов, можно выделить следующие основные приоритетные регионы:

- страны Азии: Китай, Шри-Ланка, Сирия, Ливан, Турция, Вьетнам;

- страны Африки: Нигерия, Маврикий, Гана;
- страны СНГ.

Проанализируем структуру образовательных программ, наиболее востребованных иностранными гражданами (табл. 2).

Таблица 2 – Востребованность образовательных программ иностранными гражданами в РБ\*

Образовательные программы	%
Получение высшего образования	90
в том числе по направлениям:	
медицина и фармацевта	31,11
технические	18,89
общенаучные университетского профиля	16,67
экономические и юридические	15,56
педагогические	7,78
сельскохозяйственные	5,56
искусствоведческие	4,44
Подготовительные отделения учреждений, обеспечивающих получение высшего образования, курсы по изучению русского и белорусского языков	10

\*Источник: 1

Таким образом, наиболее востребованными у иностранных граждан являются специальности в области медицины и фармацевта. Необходимо заметить, что в импорте образовательных услуг так же преобладает данное направление

На наш взгляд, будущие реформы в системе высшего образования должны быть направлены на:

- увеличение экспорта образовательных услуг путем улучшения условий пребывания иностранных студентов (например, введение во всех вузах годовых курсов русского языка для иностранцев, создание базы данных по съемному жилью и т.д.);
- наращивание объема программ по получению двойных дипломов для выпускников путем развития связей с иностранными вузами;
- вхождение Республики Беларусь в Болонский процесс с целью признания отечественных дипломов за рубежом;
- установление институциональных отношений между учебными заведениями и организациями сферы производства и услуг;
- сдерживание оттока остепененных преподавателей из учебных заведений;
- расширение правовой и финансовой самостоятельности учебных заведений.

#### Список использованных источников

1. Крум, Э.В. Мировой рынок образовательных услуг: тенденции развития, методы урегулирования / Э.В. Крум. – Минск: РИВШ, 2013. – 226 с.
2. Образование в Республике Беларусь. Интернет-источник. Режим доступа: [www.belstat.by](http://www.belstat.by). Дата доступа: 1.05.2014.

УДК 339.13.012+0.04(476)

## **РОЛЬ И ОЦЕНКА ПОСТАВЩИКОВ И КЛИЕНТОВ В ОАО «ВИТЕБСКИЕ КОВРЫ» И РАЗРАБОТКА СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЗАИМООТНОШЕНИЯМИ С КЛИЕНТАМИ**

***К.т.н. Калиновская И.Н., д.э.н., доц. Яшева Г.А.***

*Витебский государственный технологический университет*

В современной науке маркетинга одним из новых направлений является маркетинг отношений (взаимодействия), который становится объектом стратегического планирования предприятий. Такой подход давно применяется за рубежом и начинает активно внедряться в странах СНГ. Специалисты определяют цель маркетинга отношений как создание эффективной маркетинговой