

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ОБРАЗОВАНИЯ  
«РЕСПУБЛИКАНСКИЙ ИНСТИТУТ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ»

**ВЫСШАЯ ШКОЛА:  
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ**

XV Международная научно-методическая конференция  
Минск, 18 ноября 2021 года

Сборник материалов

Минск  
РИВШ  
2021

УДК 378(061.3)  
ББК 74.58  
В93

Рекомендовано  
редакционно-издательской комиссией  
ГУО «Республиканский институт высшей школы»  
(протокол № 6 от 28 декабря 2020 г.)

Рецензенты:  
кандидат исторических наук *И. В. Титович*;  
кандидат экономических наук, доцент *С. А. Касперович*

**Высшая школа: проблемы и перспективы** : сборник материалов XV Меж-  
В93 дунар. науч.-метод. конф., Минск, 18 нояб. 2021 г. – Минск : РИВШ, 2021. –  
332 с.

ISBN 978-985-586-520-0.

В сборнике представлены материалы, посвященные совершенствованию качества образования, проблемам экономики и управления высшей школы, интернационализации и международного сотрудничества. Обсуждаются вопросы развития академической мобильности и модернизации высшего образования.

Адресован работникам системы образования и научной сферы, аспирантам и всем интересующимся проблемами развития высшей школы.

УДК 378(061.3)  
ББК 74.58

ISBN 978-985-586-520-0

© Оформление. ГУО «Республиканский институт высшей школы», 2021

воспитания для студентов-иностранцев, развивающие их уровень коммуникативных умений и творческий потенциал.

#### Список использованных источников

1. Гребенникова, И. А. Адаптация иностранных студентов: механизмы и факторы / И. А. Гребенникова // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. – 2011. – № 3. – С. 98–100.
2. Бараева, Е. И. Психология одаренной личности / Е. И. Бараева, Т. Ю. Шлыкова. – Минск: РИВШ, 2017. – 314 с.
3. Kozula, M. Adaptacja studentów zagranicznych na uczelniach jako główne wyzwanie edukacji migracyjnej w Polsce / M. Kozula // Kultura–Społeczeństwo–Edukacja. – № 1. – 2018. – S. 91–103.

УДК 378:005.336.4(476)

### ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫЙ КАПИТАЛ КАК ВАЖНЫЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ УЧРЕЖДЕНИЙ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ

*В. А. Коржак*

Белорусский государственный экономический университет, Минск, Беларусь

*Тренды современного образования показывают, что рынок онлайн образования растет, а вузовские программы теряют спрос по сравнению с неакадемическим сектором. Поэтому актуальным становится вопрос использования и управления интеллектуальным капиталом учреждения высшего образования, который состоит из человеческого, клиентского, организационного и социального капиталов. Грамотное управление всеми структурными элементами позволит повысить конкурентоспособность учреждений и их программ.*

*Ключевые слова: интеллектуальный капитал; неакадемический сектор; УВО; онлайн образование; конкурентоспособность.*

### INTELLECTUAL CAPITAL AS AN IMPORTANT FACTOR IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN THE REPUBLIC OF BELARUS

*V. A. Korzhak*

Belarusian State University of Economics, Minsk, Belarus

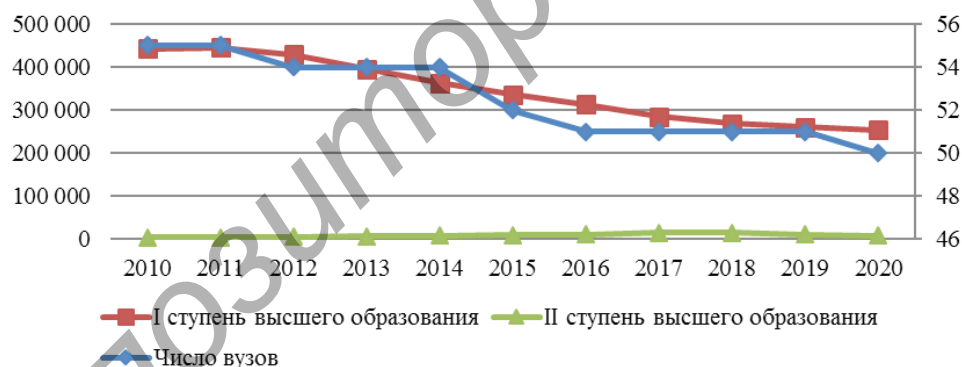
*Trends in modern education show that the online education market is growing, and university programs are losing demand compared to the non-academic sector. Therefore, the issue of using and managing the intellectual capital of a higher educational institution, which consists of human, client, organizational and social capital, becomes relevant. Competent*

*management of all structural elements will increase the competitiveness of institutions and their programs.*

*Keywords: intellectual capital; non-academic sector; university; online education; competitiveness.*

В Беларуси по состоянию на учебный 2020–2021 год обучалось свыше 254 тысячи учащихся на первой ступени высшего образования и 8984 – на второй. Всего в стране действует 50 высших учебных заведений, которые предоставляют разные услуги образовательного характера [1]. Несмотря на внушительное количество учащихся, число вузов за последние 10 лет сократилось на 5 учреждений (рис. 1), общее количество учащихся в них также сокращается. Это говорит о том, что необходимо пересмотреть подходы к изучению спроса на рынке образования и, возможно, преобразовать существующие формы и методы подачи образовательных программ.

Последние 5–7 лет с вузами активно конкурирует неакадемический сектор: корпорации активно участвуют в создании образовательных продуктов – от дополнительных до основных онлайн программ. С одной стороны, корпоративный сектор дает конкретные навыки, которые нужны для выполнения задач «здесь и сейчас» и это востребовано рынком. С другой, у таких программ нет той фундаментальной подготовки, которую дает университет. А наиболее востребованными образовательными дистанционными продуктами являются Micro-credentials («Микро-квалификации») и Micromasters («Микро-степени») [2].



*Рис. 1. Динамика количества учащихся на 1-й и 2-й ступенях высшего образования и количества вузов за 2010–2020 гг. в Республике Беларусь*

*Примечание: собственная разработка на основе данных [1].*

На рисунке 2 представлен рост российского рынка онлайн образования в 2020 г. Как видно, спрос на образовательные услуги неакадемического сектора возрос стремительными темпами: в среднем +50% ежемесячно по отношению к обороту за февраль 2020 г. Этому способствовала и пандемия, однако, эксперты считают, что она лишь ускорила его рост [3].

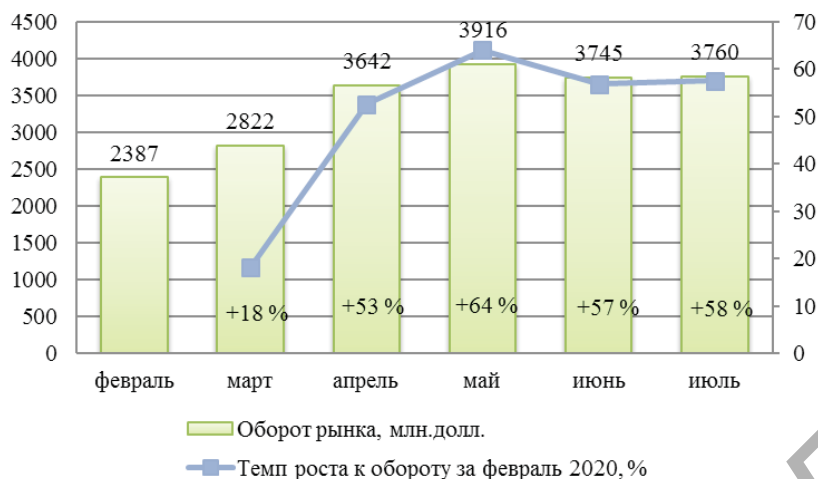


Рис. 2. Оборот российского рынка онлайн образования за февраль-июль 2020 г.

Примечание: собственная разработка на основе данных [3].

Качественной статистики по белорусскому рынку найти не удалось, но, учитывая тенденцию роста в России, можно предположить схожую ситуацию и в Беларуси. Поэтому острым в данной ситуации становится вопрос о повышении конкурентоспособности образовательных программ высших учебных учреждений. И здесь на первое место выходит качественное управление интеллектуальным капиталом этих учреждений.

Интеллектуальный капитал – это совокупность потенциала учреждения, интеллектуальной собственности и форм взаимосвязи информации с целью повышения имиджа и конкурентоспособности учреждения, поиска и привлечения новых клиентов, партнеров и сотрудников, которые, взаимодействуя между собой, увеличивают его ценность и рентабельность оказываемых образовательных услуг, а также создания базы знаний для последующего роста и развития.

Интеллектуальный капитал образовательного учреждения состоит из четырех структурных элементов (человеческого, организационного, клиентского и социального капиталов). Человеческий капитал представлен общими знаниями и навыками сотрудников, их творческими способностями и моральными ценностями, уровнем образования, их участием в программах и мероприятиях, профессиональной культурой, предприимчивостью и умением решать проблемы и т. д. Организационный капитал является совокупностью интеллектуальной собственности кафедр и их работников (патенты, товарные знаки, программы, книги, лекции и т. д.) и инфраструктурных активов (общий чат, онлайн-площадки, локальная сеть и т. д.), а также методов принятия решений и управления персоналом. Клиентский капитал на сегодняшний день – один из самых важных элементов интеллектуального капитала – включает лояльность абитуриентов, количество поступающих, коммуникационные каналы (СМИ, реклама, лендинги, сайт, мероприятия, курсы, вебинары и др.), маркетинг отношений профессорско-преподавательского состава кафедр со студентами, информацию об учащих, историю взаимоотношений с ними и т. д. Социальный капитал представлен неформальным общением сотрудников учреждения с потенциальными клиентами (чаты, форумы и т. д.) и несет за собой характер укрепления имиджа учреждения [4].

К сожалению, эффективное управление интеллектуальным капиталом в отечественной практике встречается редко. Вероятно, это было связано с отсутствием острой рыночной конкуренции между образовательными учреждениями. Но с приходом в образование неакадемического сектора и различных онлайн программ высшим учебным заведениям просто необходимо задействовать по максимуму свой интеллектуальный потенциал, чтобы в дальнейшем повысить свою конкурентоспособность и получать прибавочную стоимость от эффективности его использования. При этом в первую очередь следует рассмотреть именно клиентский капитал, который даст более четкое представление о потребностях рынка и поможет сфокусироваться на том, что действительно сейчас актуально.

Таким образом, на сегодняшний день интеллектуальный капитал является важнейшим фактором повышения конкурентоспособности учреждений высшего образования в Республике Беларусь.

#### Список использованных источников

1. Национальный статистический комитет Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://belstat.gov.by/>. – Дата доступа: 20.10.2021.
2. Козлова, Д. Университет-корпорация и микро-степени: что ждет образование в будущем [Электронный ресурс] / Д. Козлова // Деловое информационное пространство РБК. – 2020. – 16 дек. – Режим доступа: <https://trends.rbc.ru/trends/education/5fd9d0bc9a7947847b7f1511>. – Дата доступа: 20.10.2021.
3. Лукашина, Е. Рынок онлайн-образования в 2020 году [Электронный ресурс] / Е. Лукашина // Поисковая платформа в EdTech-индустрии. – 2020. – 1 нояб. – Режим доступа: <https://eddu.io/blog/rynok-onlajn-obrazovaniya/>. – Дата доступа: 20.10.2021.
4. Жемчуева, К. А. Элементы интеллектуального капитала образовательной организации [Электронный ресурс] / К. А. Жемчуева. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/elementy-intellektualnogo-kapitala-obrazovatelnoy-organizatsii/viewer>. – Дата доступа: 15.10.2021.

УДК 378.046.4

### ПОДХОДЫ К СТРАТЕГИЯМ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЯ ВУЗОВ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

*В. Н. Курбацкий*

Республиканский институт высшей школы, Минск, Беларусь

*В данной работе рассмотрены подходы к стратегиям позиционирования вузов на рынке образовательных услуг. Определена роль рыночных позиций вуза в оценке его стратегического потенциала для цифровой трансформации.*

*Ключевые слова: оценка конкурентоспособности; рыночные позиции; стратегия конкурентной борьбы.*