

ЛИТЕРАТУРА

1. Долматов, Г.М. Международный туристический бизнес: история, реальность и перспективы / Г.М. Долматов. – Ростов-на-Дону: «Феникс», 2017. – 317 с.
2. Отчеты по данным Всемирной туристской организации. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.tohology.com/hospitality/industry/unwto-statistika-mezhhdunarodnyh-poezdok>. – Дата доступа: 21.11.2021.
3. Мировой туризм по итогам 2021 не продемонстрировал значительного роста. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/58410.html#:~:text>. – Дата доступа: 27.11.2021.
4. В Беларуси изменился Топ-5 стран по числу туристов и экскурсантов. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://thinktanks.by/publication/2022/09/24>. – Дата доступа: 01.12.2021.
5. Туризм Республики Беларусь. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.belstat.gov.by/upload-belstat/upload-belstat-pdf/oficial_statistika/2022/infographics-turism-2022-1.pdf. – Дата доступа: 21.11.2021.

УДК 338.004

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ EDUCATIONAL SERVICES AS A TOOL FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE COUNTRY

Хохлова Н.М., старший преподаватель кафедры «Маркетинг» Белорусского национального технического университета, Минск, natalihohlova@yandex.by
Лебедева Е.М., магистрант кафедры «Маркетинг» Белорусского национального технического университета, специалист по внешнеэкономической деятельности

ООО Фурнитур-ВУ, Минск, phat@tut.by

Khokhlova N.M., Senior Lecturer of the Marketing Department of the Belarusian National Technical University, Minsk, natalihohlova@yandex.by

Lebedeva E.M., Master's student of the Department of Marketing of the Belarusian National Technical University, specialist in foreign economic activity of LLC Furnitur-VU, Minsk, phat@tut.by

Аннотация. Рынок образовательных услуг в настоящее время претерпевает значительную трансформацию. Это уже не просто совокупность экономических отношений, а область взаимодействия науки, производства, образования, инновационных разработок и достижений научно-технического прогресса. Такая трансформация способствует развитию компетенций и повышению квалификации кадров. При этом от качества и гибкости образования зависит конкурентоспособность рынка образовательных услуг и позиции государства на мировой арене.

Ключевые слова: образование, рынок услуг, конкурентоспособность, инновации.

Abstract. The educational services market is currently undergoing a significant transformation. This is no longer just a set of economic relations, but an area of interaction between science, production, education, innovative developments and achievements of scientific and technological progress. This transformation contributes to the development of competencies and professional development of personnel. At the same time, the competitiveness of the educational services market and the position of the state on the world stage depend on the quality and flexibility of education.

Key words: education, service market, competitiveness, innovation.

Введение. Современные тенденции диктуют необходимость развития трудовых ресурсов не просто как источника физического труда, а как квалифицированные кадры, которые способны выполнять многоаспектные задачи и принимать нестандартные решения [1]. В данной связи стратегическое значение приобретает необходимость развития образовательных услуг. Это позволит повысить качество образования и занять лидирующие позиции на мировых рынках образовательных услуг.

Тенденции и перспективы развития рынка образовательных услуг. Рынок образовательных услуг достаточно специфичен, для него характерны тенденции глобализации и интернационализации [2]. А глобализация образовательного процесса обуславливает, в свою очередь, конкурентоспособность и престиж национального образования на мировой арене.

Инновации являются не только генераторами условий для снижения издержек на производстве, но и инструментами, способствующими повышению качества образования. С использованием современных достижений науки происходит раскрытие потенциала личности, увеличению количества квалифицированных кадров. А учреждения образования являются проводниками и способствуют профессиональному развитию.

Образование как часть внешней политики и экспорт образовательных услуг становятся одним из основных направлений дохода и повышения конкурентоспособности страны. Высшее образование сегодня занимает наибольшую долю во всем объеме экспорта [3]. Глобализация и интернационализация изменили требования к навыкам и компетенциям кадров. Становится обязательным владение иностранными языками, компетенциями и знаниями в области международных стандартов и технологий.

Современное состояние и роль белорусского рынка образовательных услуг не всегда соответствует мировым тенденциям и характеризуется невысокими международными рейтингами [4]. Это объясняется и низкой практической значимостью научных исследований, и медленными темпами модернизации программ обучения, и недостаточным масштабом англоязычных программ, за счет которых можно как пополнить бюджет учебных заведений, так и расширить перспективы трудоустройства студентов и повысить престиж учебного заведения за счет возможности привлечения иностранных профессоров.

Для преодоления негативных тенденций необходимо сосредоточить усилия на повышении практической направленности образования, его интеграции с реальным сектором экономики, реформировании студенческой научно-исследовательской работы, активизации работы в области экспорта образовательных услуг [5].

Основными направлениями решения этих задач может стать: использование в образовательном процессе цифровых инновационных технологий, развитие системы дистанционного образования, обновление материально-технической базы и средств сопровождения образовательного процесса, пересмотр образовательных программ с учетом мирового опыта, обеспечение сбалансированности между потребностями производственной сферы и возможностями системы образования, то есть практикоориентированность, взаимодействие учреждений образования с заказчиками кадров, привлечение для обучения иностранных граждан.

Это позволит достичь уровня образования, соответствующего современным тенденциям, сложившимся на рынке труда, развить профессиональные компетенции и инновационный потенциал учреждений образования.

Заключение. Таким образом, качественное развитие образовательных услуг на базе инновационных подходов будет способствовать повышению их привлекательности и конкурентоспособности на мировом рынке и, как следствие, расширит возможности экспорта образовательных услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Абабков, Ю.Н. Современные технологии маркетинга на рынке образовательных услуг / Ю.Н. Абабков // Техничко-технологические проблемы сервиса. – 2019. – № 9. – С. 77–87.
2. Еремина, С.Л. Мировой рынок образовательных услуг: состояние и структура / С.Л. Еремина, И.Е. Яловега // Известия Томского политехнического университета, инжиниринг георесурсов. – 2013. – № 6. – С. 38–41.
3. Белорусское образование в контексте международных показателей. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edu.gov.by/sm.aspx?guid=1311473>. – Дата доступа: 07.12.2022.
4. Национальный рейтинг университетов. – [Электронный ресурс] / Рейтинг вузов. – Режим доступа: http://www.univer-rating.ru/rating_common.asp. – Дата доступа: 29.11.2022.
5. Ориентир – мировой рынок образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://expert.ru/ural/2013/48/orientir--mirovoj-ryinok-obrazovaniya>. – Дата доступа: 06.12.2022.

УДК 339.138:004

ИНТЕГРИРОВАНИЕ МАРКЕТИНГА В МЕТАВСЕЛЕННУЮ INTEGRATION OF MARKETING INTO THE METAUNISE

Цеханович А.В., студентка,

Белорусский национальный технический университет, Минск, linalina_19@mail.ru
Tsekhanovich A.V., student, Belarussian National Technical University, Minsk,
linalina_19@mail.ru

Аннотация. В данной научной статье приводится характеристика технологии виртуальной реальности, приводится классификация, определяются особенности. Автор описывает способы рекламы товара и продаж в метавселенных, дает оценку эффективности использования данного маркетингового инструмента по средствам анализа преимуществ и недостатков цифрового пространства.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, метавселенная, VR (виртуальная реальность), AR (дополненная реальность), цифровизация маркетинга, реклама в метавселенной.

Abstract. This scientific article describes the technology of virtual reality, provides a classification, defines the features. The author describes the methods of product advertising and sales in the metaverses, evaluates the effectiveness of using this marketing tool by analyzing the advantages and disadvantages of the digital space.

Key words: digital marketing, metaverse, VR (virtual reality), AR (augmented reality), marketing digitalization, advertising in the metaverse.

Введение. Уровень развития информационных технологий растет в геометрической прогрессии с каждым годом, так же, как и количество потребителей новой цифровой системы, соответственно. Сеть Интернет представляет собой экосистему, позволяет сделать все необходимые операции в один клик. Увеличение опыта клиентов, а также приток новых поколений пользователей указывает на необходимость нового взаимодействия маркетинга с целевой аудиторией по средствам технологий виртуальной реальности.

Основная часть. Метавселенная – это виртуальный (искусственный) мир в сети Интернет, действующий на постоянной основе и представленный в виде цифрового