

МИРОВАЯ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА

УДК 339.3:[338.46:37]

Ораева Ш.А.

МИРОВОЙ РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ: ОСНОВНЫЕ ХАРАКТЕРИСТИКИ И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

*Ораева Ширинжемал Аллабердиевна**; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», РФ 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: prinsesa.180694@mail.ru

В статье раскрыты основные характеристики мирового рынка образовательных услуг и показаны главные тенденции его развития. Стоит отметить, что предоставление образовательных услуг в современном мире ежегодно выходит на новый уровень, что говорит о скоротечности его развития.

Ключевые слова: мировой рынок, образовательные услуги, тенденции развития, экспорт услуг, образование.

Oraeva Sh.A.

THE WORLD MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES: BASIC CHARACTERISTICS AND DEVELOPMENT TENDENCIES

Oraeva Shirinzhemal Allaberdievna; Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: prinsesa.180694@mail.ru

The article discloses the basic characteristics of the world market of educational services. It should be kept in mind that providing educational services in the modern world moves to a new level every day. It proves the rapidity of its development. Basic tendencies of this market will also be demonstrated in the article.

Keywords: world market, educational services, development tendencies, export of services, education.

Любой сектор мирового рынка постоянно меняется: в той или иной мере развивается или регрессирует. Это касается и рынка образовательных услуг, который на мировом рынке с каждым годом получает новые витки развития. С каждым годом на мировой рынок образовательных услуг приходят всё новые и новые игроки, в связи с чем определяются некоторые тенденции его развития. На данный момент сфера услуг стран Запада, куда входят и образовательные услуги, превышает удельный вес сфер услуг материального производства. Услуги – это нематериальный товар, а товар, попадающий на внешний рынок, образует мировой рынок услуг.

Технологический прорыв и широкое распространение информационных технологий, развитие такого вида обучения, как дистанционное, сделали мировой рынок образовательных услуг совершенно безграничным. Экспорт образовательных услуг на данный момент является одним из наиболее приоритетных в таких государствах, как США, Канада, Германия, Франция, Великобритания и т.д. Тому есть множество объективных причин:

- это один из наиболее выгодных видов услуг при подготовке специалистов из-за ру-

* Научный руководитель: Рудакова Ольга Викторовна, д.э.н., профессор; e-mail: rudakova71@yandex.ru

бежа;

- подготовка специалистов за рубежом – это определенный тактический и геополитический ход страны в реализации ее экономических интересов как внутри страны, так и за рубежом;

- подготовка специалистов из-за рубежа для дальнейшего развития сотрудничества в собственной стране при помощи подготовленных кадров (в особенности, это давно используемая стратегия Германии и США) [1];

- стремление одних государств привлекать в ряды своих студентов иностранцев вынуждает другие страны разрабатывать новые программы развития образовательных услуг в условиях мирового рынка; а это способствует развитию региональных образовательных учреждений и реорганизации их в международные научно-образовательные комплексы (которыми давно являются такие гиганты образовательных услуг, как всем известные Гарвардский университет, Оксфордский университет, Массачусетский технологический институт и др.).

Современный мировой рынок образовательных услуг ежедневно растет, и это видно из вышеуказанных характеристик. Глобализация и интернационализация образования делают сегодня особо интересным критерием сравнения уровень привлечения иностранных студентов в различных странах. Результаты экспорта образовательных услуг сегодня можно считать одним из наиболее значимых проявлений конкурентных преимуществ национальной системы образования. Такие результаты отражают выбор потребителей, опирающийся на множество параметров, в том числе не имеющих формализованной оценки (например, качество образования), однако все же каким-то образом оцениваемых обучающимися при выборе страны обучения [7].

Как следует из рейтинга Financial Times, в 2017 год лучшие бизнес-школы располагались не только в привычных государствах, которые у всех на слуху (США и Великобритания), но в этом же списке находятся и Франция, Германия, Испания, Новая Зеландия. Стоит отметить и такой факт, что лучшие бизнес-школы этих государств стали международными научно-образовательными комплексами – в них обучается около 80% иностранных студентов со всего мира [2].

Исходя из данных ряда экспертов, мировой рынок услуг сейчас оценивается в 40 миллиардов долларов США. Долевая статистика на 2017 год выглядит так: 14 млрд долл. приходится на долю США; 10 млрд долларов – на долю Германии, Франции и Испании; 5,7 млрд фунтов стерлингов – на долю Великобритании; 3,6 млрд долларов – на долю Австралии; 70 млн долларов – на долю России [6].

Расходы на образование являются достаточно крупной статьёй бюджета большинства стран и считаются одним из ключевых показателей социально-экономического развития, так как отражают степень внимания, уделяемого государством и обществом образованию граждан. Уровень национальных расходов на образование представляет собой относительную величину, выражаемую в процентах от валового внутреннего продукта. Показатель рассчитывается за календарный год как общий объем государственных и частных расходов на образование, включая государственные бюджеты всех уровней, частные фонды, внешние заимствования, пожертвования и гранты от международных учреждений и неправительственных организаций [9].

В 2015 году в России на долю образования было выделено порядка 12,6 млрд долларов США, что составляет около 4% ВВП, в то время как ЮНЕСКО рекомендует затраты на образование около 6% ВВП. Для сравнения: затраты на образование в США составляют – 779,3 млрд долларов (7,4% ВВП), в Великобритании – 48,2 млрд фунтов стерлингов (4,1% ВВП), в Германии – 81,3 млрд евро (3,3% ВВП). По некоторым данным, всего в мире на данный момент насчитывается 2 миллиона иностранных студентов [11].

Следует рассмотреть тенденции развития продвижения образовательных услуг на мировом рынке в странах-лидерах по экспорту образовательных услуг США, Великобритании и Германии. Британские университеты стабильно занимают второе место по количеству ино-

странных студентов после Соединенных Штатов Америки. Еще в 1999 году премьер-министр Соединенного Королевства Энтони Блэр объявил о начале крупной политико-образовательной программы по привлечению иностранных студентов в университеты Великобритании. Тогда основной целью программы было увеличить объем экспортируемых образовательных услуг Великобритании на 25%. Программа подразумевала привлечение 50 тысяч иностранных студентов, что увеличило бы бюджет на 500 миллионов фунтов стерлингов. Также в программе предусматривалось и привлечение студентов постдипломного образования на 25 тысяч человек, что предполагало еще 200 миллионов фунтов стерлингов прибыли ежегодно [4]. Кабинет министров принял следующие решения: упрощение получения визы для иностранных студентов; предоставление студентам совмещения работы и учебы как во время каникул, так и во время учебы; улучшение информированности потенциальных студентов; предоставление курсов по подготовке студентов к английскому языку; улучшение социальной составляющей для студентов (различные льготы – общественный транспорт, питание, общежитие, библиотеки и т.д.) [6].

Также в Великобритании существует Британский Совет, основанный в 1934 году, который специализируется на продвижении образовательных услуг. С января 2000 года Британский Совет продвигает маркетинговые кампании образовательных услуг по всему миру, а исследованиями и мониторингом на рынке образовательных услуг занимается специальный орган, входящий в состав Совета, – Служба образовательного консультирования. Главными целями этих служб являются: расширение финансирования обучения; предоставление различного вида стипендий, грантов, премий, льгот для отличившихся студентов; проведение мировой рекламы образовательных услуг Великобритании, привлечение иностранных студентов.

Таким образом, можно сказать, что политика продвижения образовательных услуг Великобритании, начатая еще Энтони Блэром почти 20 лет назад, идет по тому же курсу, и сам курс практически не меняется, только лишь расширяется. На данный момент прибыль от продажи образовательных услуг в Великобритании составляет около 5,7 млрд фунтов стерлингов в год и имеет тенденцию к увеличению (например, в 2007 году прибыль составляла 4,9 млрд фунтов стерлингов в год) [10].

Германия обозначила свои цели по развитию образовательной системы в 2002 году. В числе приоритетных целей была указана модернизация системы внедрения образовательных услуг ФРГ на мировой рынок, обеспечение ее конкурентоспособности и повышение заинтересованности иностранных студентов. Федеральное министерство внутренних дел Германии разработало специальную программу, которая предполагала достижение поставленных целей перед государством. Главными аспектами политики внедрения образовательных услуг Германии на мировой рынок были:

- максимальное упрощение виз для въезда иностранных студентов;
- срок пребывания иностранных студентов в Германии был увеличен с 10 до 15 лет;
- вследствие предыдущего пункта продлевать пребывание на территории ФРГ стало возможным не на год, а на два;
- создание программы по резервации 5% мест в каждом вузе для иностранных студентов;
- создание программы по обучению студентов на английском и немецком языках.

В 2001 году была создана специальная программа «Международный маркетинг образовательного и исследовательского пространства Германии», которая функционирует и финансируется до сих пор. Финансирование получает из Министерства науки и исследований Германии, фонда Александра Гумбольдта, Конференции ректоров высших школ и т.д. Министерство науки и исследований Германии совместно с Немецким студенческим обществом ежегодно разрабатывает программы по привлечению иностранных студентов и аспирантов. Германская служба академических обменов ежегодно реализует до 380 программ, которые подразумевают финансовое привлечение иностранных студентов.

Результатом проводимых программ стало то, что с 2002 по 2004 год приток иностранных студентов каждый год составлял 75%. Германия является третьей страной в мире по экспорту образовательных услуг после США и Великобритании соответственно. На данный момент в Германии обучается около 14-15% иностранных студентов от общего количества по всему земному шару. В 2004 году количество иностранных студентов в Германии было 300 тысяч человек, в 2014 – около 415 тысяч человек, в 2017 – около 435 тысяч человек [4].

Соединенные Штаты Америки являются бесспорным лидером по экспорту образовательных услуг уже не первый десяток лет. Во второй половине нулевых количество иностранных студентов, которые проходят обучение в университетах и колледжах, увеличилось на 64%, в первой половине 10-х – на 69%. Итогом этого стало то, что в США обучается самый большой процент иностранных студентов в мире – 598 475 человек. По данным различных исследователей, это самый большой и колоссальный показатель за последние 20 лет. Наибольшее количество иностранных студентов составляют представители Азии – 56%. Представители Индии составляют около 56 тысяч человек в год. Из России – около 2-3 тысяч человек в год [13].

В 2000 году был проведен специальный меморандум, который был посвящен политике по привлечению иностранных студентов в США. Основной ее задачей стало совершенствование уже существующих программ по привлечению иностранных студентов и экспорту образовательных услуг Америки. К этим усовершенствованиям необходимо отнести следующие, наиболее значимые меры:

- объединение всех государственных и частных образовательных учреждений для привлечения иностранных студентов в Соединенные Штаты Америки;
- абсолютное снятие барьеров, которые могут препятствовать мобильности иностранных студентов;
- усиление финансирования существующих программ по привлечению иностранных студентов посредством подключения к спонсорству различных частных компаний;
- увеличение части бюджета, выделяемого на среднее и высшее образование;
- развитие современных технологий обучения.

Департамент США также вел политику в области экспорта образовательных услуг, основными целями которой являлись:

- изучение системы обучения студентов других стран для внедрения улучшений в систему американского образования;
- поддержание международной, экономической и социальной политики США в целях увеличения доли экспорта образовательных услуг на мировом рынке;
- распространение информации об образовании в США, проведение пропагандистской политики в партнерских странах для привлечения иностранных студентов.

Для осуществления данной политики США осуществляет следующие действия:

- проводит различные международные конкурсы и мероприятия, связанные с образовательной системой и знакомством с процессом обучения в США;
- каждый год модернизируется программа по обмену студентами; проведение партнерских форумов и конференций с представителями других стран;
- ежегодно проводится финансирование различных мероприятий, посвященных иностранным студентам в США;
- привлекаются иностранные студенты из других государств путем проведения в их родных странах различных программ, мероприятий, фестивалей, интеллектуальных шоу и т.д.

На данный момент в век развития компьютерных технологий наиболее популярными дисциплинами среди иностранных студентов в США являются требуемые по всему миру специальности: компьютерные науки и инженерные дисциплины. Наличие такого огромного количества иностранных студентов возможно не только благодаря красочной рекламной кампании и привлечению студентов яркими и увлекательными мероприятиями, но и, действительно, качественными образовательными программами, которые разработаны в соот-

ветствии с мировыми стандартами.

Стоит выделить такой занимательный факт: Китай имеет официальную договоренность с США, по которой американцы подготавливают китайских студентов за 1 миллиард долларов в год [2]. Департамент торговли заявляет, что экспорт образовательных услуг является пятым по счету сектором экспортируемых услуг в США.

Говоря о России, следует отметить тот факт, что СССР занимал второе место по количеству иностранных студентов после США. После распада СССР количество иностранных студентов сократилось примерно в 3 раза, но появилась тенденция обучения иностранных студентов из стран бывшего Советского Союза. В 1996 году количество иностранных студентов сократилось еще в 1,3 раза, и тенденция продолжала расти примерно до 2010-2011 года. После этого студенты из бывших стран СНГ, некоторых стран Африки и Латинской Америки выровняли статистику, и она остается стабильной – около 1,7% иностранных студентов от общего числа студентов [12]. Однако серьезной программы по привлечению иностранных студентов в Россию пока не разработано.

Таким образом, можно сказать, что мировой рынок образовательных услуг развивается с каждым годом. Если в 1990-2000 гг. основными экспортерами образовательных услуг были Соединенные Штаты Америки, Великобритания и Германия, то в 2010-е гг. к ним уже присоединились Австралия, Новая Зеландия, Испания, Франция, Япония, КНР. Мобильность студентов также растет. Следует сделать вывод, что экспорт образовательных услуг – это не только элемент образовательной системы, но и развитый экономический сектор, который ежегодно развивается с огромной скоростью.

В заключение хотелось бы отметить, что рынок образовательных услуг стремительно развивается. Если раньше на мировой арене выделялись только такие гиганты, как США, Великобритания и Германия, то сейчас всё больше и больше появляется новых желающих предложить свои образовательные услуги. Так как тенденция развития весьма высока, в скором времени можно ожидать появления и новых производителей образовательных услуг на мировом рынке.

Список источников:

1. Багиев Г.А. Маркетинг. – СПб.: УЭиФ, 2017. – 251 с.
2. Ващекин Н.П. Маркетинг. – М.: Норма, 2015. – 280 с.
3. Гейц И.В. Дело и Сервис. – М.: Экмос, 2018. – 254 с.
4. Мировой рынок образовательных услуг [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://studwood.ru/1313151/economics/vvedenie>.
5. Мордовин С.К. Модульная программа для менеджеров. – М.: Инфра-М, 2013. – 209 с.
6. Особенности проникновения российских образовательных услуг на мировой рынок [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://lawbooks.news/910_912/opredelenie-obrazovaniya-39996.html.
7. Рудакова О.В., Полянин А.В., Марченкова Л.М. Россия на рынке международного образования: мировые рейтинги // Среднерусский вестник общественных наук. – 2015. – Том 10. – №6. – С. 285-292.
8. Рудакова О.В., Полянин А.В., Марченкова Л.М. Россия на рынке международного образования: основные показатели участия // Экономическая среда. – 2015. – №2 (12). – С. 160-189.
9. Рудакова О.В., Полянин А.В., Марченкова Л.М. Современное состояние и основные тенденции развития мирового рынка образовательных услуг // Вестник ОрелГИЭТ. – 2015. – №3 (33). – С. 103-108.
10. Стратегии проникновения на рынок образовательных услуг [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://studfiles.net/preview/5725394/page:21/>.
11. Царегородцев Ю.Н. Организационно-экономический механизм профессионального развития человеческих ресурсов организаций сфера дополнительных образовательных

услуг: автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.05 – СПб., 2001. – 20 с.

12. Ченцов А.А. Инновационные стратегии на рынке образовательных услуг: автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.04 – М., 2008. – 35 с.

13. Щур Д.Л., Труханович Л.В. Образовательные услуги // Менеджмент в России и за рубежом. – 2013. – №6. – С. 30-34.

УДК 339.3:[338.46:37]

Ораева Ш.А.

**ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПРОДВИЖЕНИЯ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА МИРОВОМ РЫНКЕ И СТРАТЕГИИ
ПРОНИКНОВЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА РЫНОК**

*Ораева Ширинжемал Аллабердиевна**; Среднерусский институт управления – филиал ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», РФ 302028, г. Орел, бульвар Победы, д. 5А; e-mail: prinsesa.180694@mail.ru

В статье говорится об основных теоретико-методологических основах продвижения и стратегиях проникновения образовательных услуг на мировой рынок. Описаны основные признаки и сущность образовательных услуг, приведены различные стратегии для продвижения данного сегмента услуг на мировой рынок.

Ключевые слова: мировой рынок, образовательные услуги, стратегии продвижения, образование, маркетинг.

Oraeva Sh.A.

**THEORETIC-METHODOLOGICAL BASES OF EDUCATIONAL SERVICES
PROMOTION IN THE WORLD MARKET AND PENETRATION STRATEGY
OF EDUCATIONAL SERVICES IN THE MARKET**

Oraeva Shirinzhemal Allaberdiyeva; Orel Branch of The Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration; 5A Pobedy Boulevard, Orel 302028, Russian Federation; e-mail: prinsesa.180694@mail.ru

In the article the basic theoretic-methodological bases of promotion and penetration strategy of educational services in the world market are considered. The basic characteristics and the essence of educational services are described and various promotion strategies for the given services segment in the world market are presented.

Keywords: world market, educational services, promotion strategies, education, marketing.

В настоящее время ведущие экономики мира стали наиболее активно развивать рынок образовательных услуг. В современной мировой экономике рынок услуг – это один из крупнейших секторов рынка. Ведущие государства давно разработали программы по внедрению образовательных услуг на мировой рынок – данный сектор представляет собой целый спектр полезных для государства возможностей.

Одним из ключевых элементов глобальной конкуренции в начале XXI века стало соревнование национальных образовательных систем [5, с. 160]. Мировое образовательное

* *Научный руководитель: Рудакова Ольга Викторовна, д.э.н., профессор; e-mail: rudakova71@yandex.ru*