

Е.М. Самородова, О.А. Землянская

СПЕЦИФИКА И ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МИРОВОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ СЛУГ

Наряду с международным экспортом и импортом капитала, рабочей силы, технологий движение образовательных услуг в последнее десятилетие становится одним из наиболее перспективных направлений развития внешнеэкономических связей. Обучение иностранных граждан становится одним из главных двигателей интенсификации экономического роста в мировой экономике.

Ключевые слова: мировой рынок, образование, услуга, информация, знания, рынок образовательных услуг.

Наряду с международным экспортом и импортом капитала, рабочей силы, технологий движение образовательных услуг в последнее десятилетие становится одним из наиболее перспективных направлений развития внешнеэкономических связей. Обучение иностранных граждан становится одним из главных двигателей интенсификации экономического роста в мировой экономике.

Под образовательной услугой понимают систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения разнообразных образовательных потребностей личности, общества, государства. Также под услугами понимается определенные действия или определенная деятельность. В рамках указанного определения образовательной услуги услугой будет именно деятельность учебного учреждения по передаче учебной и/или научной информации [5].

Рынок международных услуг выполняет ряд функций, таких как регулирование спроса и предложения, обеспечение высококвалифицированных кадров, ценообразование и удовлетворение потребностей людей. Успешное выполнение рынком этих функций зависит от социально-экономических событий в стране, и от государственной политики, проводимой в отношении рынка образовательных услуг, в том числе и того его сегмента, который ориентирован на внешнего потребителя.

В настоящее время рынок образовательных услуг все больше вовлекается в сферу действия Генерального соглашения о торговле услугами (GATS). GATS - это набор правил, призванный регулировать международную торговлю в сфере услуг (вступил в силу с 1 мая 1995 г. под эгидой ВТО). По содержанию GATS сводится к трем основным разделам: общие правила и обязательства, правила для определенных секторов, специфические обязательства стран-участниц. Соглашение охватывает 12 секторов услуг, среди которых бизнес, телекоммуникации, строительство, здоровье, туризм. Образование стоит в данном

списке на пятом месте. В соответствии с данным соглашением существуют 4 способа торговли услугами: потребление услуг за рубежом при посещении страны-поставщика, поставка услуги через границу без участия потребителя, коммерческое присутствие поставщика в стране-потребителя, присутствие физических лиц из страны-поставщика в стране-потребителя [6].

До 1990-х годов на рынке образовательных услуг наблюдалось кризисное состояние. Основной причиной являлась территориальность, то есть неспособность предоставить всем желающим возможность получения необходимого образования, внедрение в область образования рыночных отношений, неравенство среди учреждений высшего образования. Суть мирового кризиса образования заключалась в том, что научно-техническая революция вызвала беспрецедентный скачок в развитии и изменении социальных условий. Системы образования также развивались и изменялись быстрее, чем когда-либо, но все же отставали по темпам изменений. Возникший в результате этого разрыв между образованием и условиями жизни общества и являлся основной причиной кризиса рынка образовательных услуг. Начиная с 2000 года можно констатировать спад напряжения, чему способствовал ряд причин. Во-первых, глобализация мирового рынка образовательных услуг, во-вторых, появление образовательных ТНК, упрощение визового режима, открытие филиалов различных учебных заведений в странах, интенсивность рекламы, ценовые скидки.

Глобализация сферы образования проявляется в различных формах. Одним из наиболее ярких примеров является так называемое транснациональное образование. Под ним понимаются все виды программ высшего образования, или комплексы образовательных курсов, или образовательные услуги (включая услуги дистанционного образования), при которых обучающиеся находятся в стране, отличной от той, в которой базируются образовательные учреждения. Поскольку основаниями для роста образовательного экспорта параллельно с государственной политикой отдельных стран являются и рыночные процессы, то основными направлениями деятельности ТНК стали международный маркетинг, продвижение национальных образовательных услуг и оптимизация внутристрановых усилий [3]. Для выстраивания рыночной стратегии ТНК придется отслеживать процессы, происходящие в существующих и потенциальных странах-поставщиках студентов:

- как развивается промышленность и какие технологии внедряются; какова кадровая потребность;
- как растут государственные и личные доходы; какие демографические изменения происходят; каким образом нормируется правовое пространство;
- в чем заключается образовательная позиция национальных правительств и т. д.

Если не учитывать подобного рода факторы, то можно забыть не только о расширении границ рынка и об увеличении прибыли, но и об экспорте вообще. Сегодняшние образовательные ТНК - это в основном неправительственные организации с негосударственным финансированием, но с мощной государственной поддержкой. Таких ТНК немало: DAAD (Германия), British Council (Вели-

кобритания), CIMO (Финляндия), IDP Education Australia (Австралия), EduFrance (Франция), NAFSA (США) и другие. Представляя национальные интересы на международном рынке образовательных услуг, они создали свои представительства по всему миру. Сеть British Council, например, действует в 117 государствах. У EduFrance в России шесть представительств и 25 пунктов в вузах.

В ежедневную практику ТНК входят сотни проектов. Они поддерживают программы распространения родного языка, организуют обмен студентами и учеными, оказывают информационно-консультативные услуги, рекламируют национальное образование, конкретные учебные заведения и программы. И, как показывает их опыт, формат ТНК оказывается весьма продуктивным [6].

Благодаря данным положительным факторам международная мобильность студентов в настоящее время значительно увеличилась и в 2010 г. составила 2,7 млн. человек. Прогнозы исследования рынка показывают, что к 2020 г. количество возрастет до 5,8 млн. человек, а к 2025 г. до 8 млн. человек. Основными потребителями на рынке международных образовательных услуг являются студенты из Азии (40,61%) и Европы (31,74%) [3].

Главными поставщиками на рынке международных образовательных услуг являются страны Европы (53,76%) и Северной Америки (29,10%). Очевидной причиной такого положения является качественная система образования на национальных уровнях в государствах, в первую очередь, Западной Европы и США. По числу иностранных учащихся первое место в мире занимают США (28%) – устойчивый лидер, контролирующий почти треть мирового финансового образовательного оборота. На втором месте по объемам образовательных продаж — Великобритания - 14%. Анализ показал, что эффективность функционирования системы высшей школы в США и Великобритании во многом может быть объяснена рыночной моделью образования, главными особенностями которой являются:

- университет функционирует как предпринимательская организация, предоставляющая образовательные услуги, и в значительной степени ориентирована на международный рынок;
- качество и востребованность образовательных услуг обеспечивается кафедрами университетов;
- бюджет университета ориентирован на удовлетворение спроса на образовательные услуги и поощряет преподавателей кафедр на инновационную деятельность;
- качество образовательных услуг оценивается независимыми от государства организациями и потребителям доступна достоверная информация о рейтинге услуг [4].

На третьем месте Германия (12%), на четвертом Франция (8%), и почти такое же количество иностранных студентов в Австралии (7%). В группу лидеров международных образовательных услуг входят также Канада и Испания. Россия занимает восьмое место в мире по количеству обучающихся иностранных студентов (если относить к ним и выходцев из стран СНГ) - 5%. Далее идет

Япония - 4%, Бельгия, Австрия и Италия (по 2%). Таким образом, в пяти странах: США, Великобритании, Германии, Франции, Австралии обучается - 70% от общего числа иностранных студентов. Значительное число иностранных студентов в этих странах - результат активной деятельности самих вузов, целенаправленной государственной экономической, политической, информационной поддержки.

В мировой практике сложились два основных понятия, используемые на образовательном рынке: страна-импортер и страна-экспортер образовательной услуги. Первое понятие характеризует страну, которая поставляет иностранных студентов в другие страны, а второе характеризует страну, принимающую иностранных студентов. В таблице 1 представлена структура экспорта образовательных услуг по регионам, принимающим иностранных обучающихся.

Таблица 1 – Структура экспорта образовательных услуг в мире: региональный разрез (2011 г.) [1]

Регион поставщика	Общий процент иностранных учащихся, %
Европа	54
Северная Америка	29
Азия	9
Австралия и Океания	6
Африка	1
Южная Америка	1

По данным таблицы 1 можно отметить, что лидерами по количеству принимающих стран являются страны Европы, а также страны Северной Америки, то есть в большей степени США и Канада.

В таблице 2 представлена страновая структура импорта образовательных услуг.

Таблица 2 – Страны-импортеры образовательных услуг (2011 г.) [1]

Регион потребителя	Общий процент выезжающих за рубеж студентов, %
Европа	35
Африка	20
Северная Америка	15
Азия	15
Южная Америка	9
Австралия и Океания	6

По данным таблицы 2 страны Европы также занимают лидирующее положение как регион-поставщик иностранных студентов. Это объясняется тем, что внутри региона Западной Европы студенты мигрируют из одной страны в другую с целью получения различного рода образовательных услуг.

Ассортимент на рынке образовательных услуг с каждым годом расширяется. Основные продукты образовательного рынка представлены в таблице 3.

Таблица 3 – Ассортимент продукции рынка образовательных услуг и их доля на рынке [3]

Услуга	Доля в общей структуре, %
Высшее образование	32
Бизнес - курсы	25
Языковые курсы	18
Курсы повышения квалификации	5
Дополнительное образование	7

Также на мировом рынке образовательных услуг присутствует ассортимент выбираемых студентами специальностей. Предпочтение отдают бизнес-образованию, которое включает в себя маркетинг, менеджмент и другие экономические дисциплины. Почти 20% студентов изучают технические и инженерные науки, самые популярные из них - информационные технологии. Дальше идут естественные науки, чаще всего выбирают математику. Замыкают список профессий социальные специализации (7 - 8%), искусство (5 - 6%), медицина (4-5%).

Для осуществления данного вида услуг страны выработали основные приоритеты, которые они стремятся достичь в процессе предоставления услуг. Существуют 3 группы приоритетов, в рамках которых страны-экспортеры (предоставляющие образовательные услуги) осуществляют свою деятельность:

- геополитические,
- научно-образовательные,
- материально-финансовые.

К геополитическим относятся: повышение международного влияния через подготовку интеллектуальной элиты будущих лидеров зарубежных стран; повышение международного влияния через распространение культуры и языка; подготовка благоприятной ситуации для решения экономических вопросов (предрасположенность выпускников использовать товары, технику страны).

К научно-образовательным приоритетам относятся: привлечение талантливой молодежи из других стран; обмен передовым опытом в области науки и образования через выпускников и обмен студентами и преподавателями; компенсация недостатка исполнителей научных работ.

К последней группе относятся материально-финансовые приоритеты, что включает в себя: обеспечение работой преподавателей учебных заведений; повышение уровня внебюджетных доходов учебных заведений; повышение уровня косвенных доходов (плата за питание, проезд, проживание и так далее).

В настоящее время большинство стран понимает, что предоставление образовательных услуг иностранным потребителям приносит огромные экономические выгоды. Также выгодами от предоставления образовательных услуг является оптимизация затрат, что объясняется тем, что иностранных студентов обучают те же преподаватели, учатся теми же учебниками, а также живут в тех же общежитиях. За счет иностранных студентов происходит пополнение дефицита собственных трудовых ресурсов. США в 2011 г. от предоставления обра-

зовательных услуг получили 17 млрд. долларов и занимают лидирующее положение, далее следует Канада (6,5 млрд. долларов), Великобритания зарабатывает 5,7 млрд. долларов.

Немаловажными являются социальные выгоды от обучения, которые делятся на общественные и частные.

К общественным относятся [3]:

- повышение уровня жизни населения;
- социальная адаптивность населения;
- повышение сплоченности общества;
- уменьшение этнических и иных социальных конфликтов;
- уменьшение этнических и иных социальных конфликтов;
- повышение степени адаптивности к новым знаниям, технологиям, а также к их распространению в обществе.

К частным относятся:

- повышение личного социального статуса;
- возможность заниматься иными видами деятельности помимо работы, включая занятия спортом, хобби, то есть обеспечение необходимой степени рекреации.

Цены на образовательные услуги складываются из нескольких компонентов. К основным относятся: цена за обучение по выбранной программе; вступительное тестирование; цена за сертификат об окончании курсов; учебные материалы (но не всегда), культурная программа (но не вся). К дополнительным компонентам относятся: консульский сбор посольства; авиаперелет; встреча-проводы в аэропорту; медицинская страховка; проживание.

Россия на международном рынке образовательных услуг занимает далеко не лидирующее положение. Данная ситуация объясняется тем, что когда страны-лидеры развивали рынок международных образовательных услуг, Россия только переходила к рыночной системе и о коммерческой основе образования речи не заходило.

К факторам, сдерживающим российский экспорт образовательных услуг, относится: несовершенство нормативно-правовой базы, слабая развитость рекламной работы, слабое развитие социально-бытовых условий, слабое развитие медицинского обслуживания иностранных студентов, языковые вопросы.

Для того чтобы привлечь иностранных студентов, необходимо:

- создание крепкой интеллектуально-культурной базы для развития в гуманитарном направлении;
- многолетнее накопление опыта комбинирования учебной и исследовательской деятельности;
- решения научно-практических задач на базе разработок НИИ, НИОКР;
- появление технопарков и бизнес-инкубаторов;
- широкая дифференциация направлений исследовательской деятельности в высших учебных заведениях России (университеты, институты, академии);
- опыт возвращения полноценных научных кадров в университетской

среде [2].

В целом же необходимо отметить, что в настоящее время рынок международных образовательных услуг постоянно развивается. Также данная сфера является достаточно прибыльной в финансовом отношении.

К основным тенденциям развития относится то, что к 2025 г. количество иностранных студентов должно увеличиться до 8 млн. человек. К 2015 году увеличится объем мирового рынка до 200 млрд. долларов, что привлечет большее количество стран на рынок образовательных услуг, а это, в свою очередь, расширит ассортимент образовательных услуг, увеличит рост цен на предоставляемые образовательные услуги [6].

Список литературы:

1. Галушкина, М.А. Экспорт образования [Электронный ресурс] / М.А. Галушкина. - Режим доступа: <http://expert.ru>.
2. Место России как экспортера на мировом рынке образовательных услуг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.creativeconomy.ru/articles/2415/>.
3. Мировой рынок образовательных услуг [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://web-local.rudn.ru/web-local/uem/iop_pdf/260-Aidrus.pdf.
4. Образование за рубежом [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://abroad-edu.ru/higher-school/australia/90/>.
5. Образовательная услуга как ключевой элемент рынка образования [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://nsuem.ru/science/publications/science_notes/2009_2/article.php?ELEMENT_ID=819.
6. Экспорт образовательных услуг: состояние, перспективы, стратегии [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://russia.edu.ru/information/analit/official/prorector/3953/>.
7. Экономическая энциклопедия. Политическая экономия [Текст] / под ред. А.М. Румянцева. Т. 1. – М.: Советская энциклопедия, 1972. – 164с.
8. Engel, E. Das Rechnungsbuch der Hausfrau und seine Bedeutung im Wirtschaftsleben der Nation. Berlin, 1881.

Самородова Елена Михайловна

*к.э.н., доцент кафедры экономической теории и мировой экономики
ФГБОУ ВПО «Орловский государственный институт экономики и торговли»
e-mail: samorodova733096@mail.ru*

Землянская Ольга Александровна
администратор

*ЗАО Банк «Русский стандарт» г. Брянск, Россия
e-mail: samorodova733096@mail.ru*