

И.В. Ольховик, кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга БНТУ, г. Минск, Республика Беларусь

АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Ключевые слова: качество образования, образовательная услуга, рынок образовательных услуг, международный рынок образовательных услуг.

По убеждению экспертов ЮНЕСКО, именно качество составляет суть образования. Оно определяет объем и степень усвоения учащимися получаемых знаний, от него также зависит достижение их личных и социальных целей. В политической повестке каждой из стран поставлена задача обеспечения высокого качества учебных результатов и приобретения учащимися навыков и ценностных установок, которые помогут им играть конструктивную роль в обществе [1–3]. В наши дни высокое качество образования подразумевает не только и даже не столько традиционную передачу студентам суммы накопленных человечеством знаний. В условиях общемировой тенденции перехода к инновационной модели развития особую актуальность приобретают *умение специалиста самостоятельно добывать новые знания, его изыскательские, творческие, креативные способности, умение генерировать новшества и эффективно управлять инновациями*. Таким образом, переход системы образова-

ния к инновационным методам обучения и факторам развития – это магистральное направление повышения качества образования, важнейшее условие конкурентоспособности вуза и национальной системы образования на рынке образовательных услуг. В конечном счете, инновационное управление и инновационные методы обучения – это ключевые факторы устойчивого социально-экономического развития любой страны.

Иными словами, по мере осознания отсутствия альтернативы инновационному пути развития в общем-то уже ставшее банальным изречение «Кадры решают все» вновь приобретает исключительную значимость и актуальность. Именно поэтому рынок образовательных услуг, призванный в итоге обеспечить кадровую составляющую инновационного процесса, стремительно превращается в весьма перспективный, интенсивно развивающийся сектор мировой экономики (см. табл. 1) и уже сегодня является ключевым фактором ее устойчивого, инновационного развития.

Таблица 1

Динамика объема международного рынка образовательных услуг

Показатель	Год				
	1995	1999	2003	2006	2025
Объем международного рынка образовательных услуг, млрд долл.	27	30	40	90	320–400

Источник: собственная разработка автора на основании работ [4–6].

В частности, согласно прогнозам организации Open Doors Института международного образования, общее количество студентов, которым будут оказаны услуги на международном рынке образовательных услуг в 2025 г., составит около 160 млн чел. [6], что при средней стоимости обучения даже в 2–2,5 тыс. долл. в год дает астрономическую цифру в 320–400 млрд долл. и подразумевает начало острой конкурентной борьбы наиболее развитых в научно-техническом отношении стран, вступить в которую на равных имеют реальные шансы многие страны бывшего СССР,

включая и Российскую Федерацию, которая является одним из лидеров среди стран СНГ в сфере образования. Это утверждение следует из оценок индекса развития образования (ИРО), сделанных Организацией Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) в 2012 г. за 2010 г. Согласно этим оценкам, Российская Федерация, занимая 35-е место по величине ИРО среди 120 ранжированных ЮНЕСКО стран, входит в группу стран с высоким уровнем развития образования и опережает многие представленные в рейтинге государства СНГ (см. табл. 2).

**Оценки индекса развития образования в государствах – участниках СНГ
и некоторых других странах мира, сделанные ЮНЕСКО за 2010 г.**

Типическая группа согласно классификации ЮНЕСКО	Страна*	Рейтинг согласно ИРО	Значение ИРО
Страны с высоким уровнем ИРО	Япония	1	0,997
	Швеция	2	0,996
	Норвегия	3	0,995
	Великобритания	4	0,994
	<i>Казахстан</i>	7	0,992
	Франция	8	0,992
	Италия	11	0,991
	Финляндия	13	0,990
	Испания	14	0,989
	Дания	17	0,987
	Австралия	18	0,986
	Бельгия	19	0,986
	Германия	21	0,985
	Эстония	22	0,984
	Грузия	23	0,983
	Болгария	24	0,983
	США	25	0,982
	Польша	27	0,982
	<i>Киргизия</i>	30	0,978
	<i>Таджикистан</i>	34	0,976
	Российская Федерация	35	0,976
	Латвия	36	0,976
	Португалия	37	0,975
	<i>Узбекистан</i>	41	0,970
	Республика Корея	39	0,972
	<i>Украина</i>	44	0,969
<i>Беларусь</i>	46	0,966	
Мексика	48	0,962	
<i>Армения</i>	52	0,957	
<i>Молдова</i>	53	0,957	
Румыния	56	0,953	
Страны со средним уровнем ИРО	<i>Азербайджан</i>	59	0,949
	Турция	65	0,932
	Мальта	79	0,912
	Египет	87	0,890
	Марокко	94	0,813
Страны с низким уровнем ИРО	Индия	102	0,790
	Буркина-Фасо	119	0,594
	Нигер	120	0,528

Примечание: * – в рейтинге ЮНЕСКО представлены 120 стран мира.

Источник: [7].

Характеризуя рынок образовательных услуг, следует отметить, что это весьма перспективный и быстро растущий сегмент национальной и мировой экономики. Под рынком в самом общем смысле понимается совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена, посредством которых осуществляется реализация товаров и услуг. При этом под услугой следует подразумевать некое действие в пользу ее потребителя, которое увеличивает конкурентоспособность последнего. В свою очередь, *образовательная услуга* – это процесс передачи значимого объема знаний, навыков и умений от производителя (обучающего) к потребителю (обучаемому) [8].

Можно выделить основные характеристики образовательных услуг [9]:

- несохраняемость (процесс производства и потребления этих услуг происходит одновременно, они не могут складироваться для последующей продажи);
- изменчивость качества (качество образовательных услуг может существенно различаться в зависимости от того, какое образовательное учреждение и как их оказывает);
- неосязаемость услуги (ее невозможно увидеть, убедиться в качестве и целесообразности приобретения до момента потребления);
- целостность (для потребителя образовательная услуга будет иметь потребительскую стоимость только тогда, когда он получит ее в полном объеме);
- длительность потребления (процесс оказания образовательной услуги растянут во времени);
- взаимосвязанность с потребителем (от потребителя требуется личное участие и определенный набор навыков, умений, усилий для потребления этой услуги).

С учетом этого под *рынком образовательных услуг* следует понимать систему экономических связей между субъектами рыночных отношений при формировании соотношения спроса покупателей и предложения продавцов на образовательные услуги. В этом случае продавцами образовательных услуг выступают все виды образовательных учреждений вне зависимости от формы собственности, а потребителем – гражданин и государство. К субъектам данного рынка можно отнести государство, все отрасли экономики, вузы, граждан. Одной из особенностей данного рынка является возможное несовпадение плательщика и потребителя этих услуг в одном лице, потому что образовательные услуги – достаточно специфичные товары, так как они являются одновременно как частными, так и общественными

благами. Плательщиком образовательных услуг может быть как государство (бюджетное финансирование), так и различные предприятия, фонды, а также сам гражданин [10].

Различают национальный (внутренний) и международный (внешний) рынки образовательных услуг. На внутреннем рынке участвуют производители и потребители одной страны, а на внешнем – представители разных стран. Таким образом, *международный рынок образовательных услуг* является сферой формирования спроса и предложения на образовательные услуги между производителями и потребителями разных стран [11].

Международная торговля образовательными услугами осуществляется различными способами. Исходя из Генерального соглашения по торговле услугами (GATS – the General Agreement on Trade in Services), существует 4 способа торговли образовательными услугами [12]:

- 1) потребление услуг за рубежом при посещении страны-поставщика (студенты, обучающиеся за границей);
- 2) поставка услуг через границу без участия потребителей (студенты, обучающиеся в рамках открытых и дистанционных образовательных программ);
- 3) коммерческое присутствие поставщиков в стране-потребителе (офшорные иностранные университеты);
- 4) присутствие физических лиц из страны-поставщика в стране-потребителе (профессора и исследователи, работающие за рубежом).

Однако большая доля общего объема торговли образовательными услугами приходится на обучение иностранных студентов. В связи с этим образование на Западе в основном развивается как экспортная отрасль [13]. В то же самое время очевидно, что успехи в осуществлении экспорта образовательных услуг определяются, в первую очередь, уровнем развития национального образовательного рынка.

Отечественными специалистами определены следующие условия успешного (на равных с технологически развитыми державами) вхождения страны в международный рынок образовательных услуг [14]:

- 1) разработка стратегии развития международных отношений в рамках взаимодействия национальных систем образования и отдельных вузов путем присоединения к Болонскому процессу;
- 2) соответствие международным стандартам качества национального образования;

3) создание региональных и межрегиональных образовательных коопераций, «виртуальных» университетов;

4) развитие «онлайновых» и дистанционных технологий образования;

5) разработка различных предпринимательских подходов при продаже образовательных услуг;

6) оказание содействия появлению на национальных рынках образовательных услуг зарубежных провайдеров;

7) обеспечение доступности национального высшего образования;

8) разработка специализированных программ обучения для иностранных студентов;

9) активизация и всемерное стимулирование инновационного процесса в национальной системе образования.

Поскольку усиление конкуренции на внутри- и межгосударственном рынках образовательных услуг становится реальностью сегодняшнего дня, то конкурентоспособность государств на мировом рынке образования требует интенсивного стимулирования инновационного процесса с демонстрацией механизмов обеспечения его качества и развития инновационного менеджмента в высшей школе.

Сегодня уже вполне очевидно, что процессы глобализации не обойдут стороной анализируемый сегмент мировой экономики, чему в немалой степени способствует также и Болонский процесс. В связи с этим грядущее обострение конкуренции на международном рынке образовательных услуг неизбежно отразится и на аналогичных национальных рынках [15]. По мере интеграции в мировое экономическое, научно-технологическое, информационное, образовательное пространство отечественные вузы будут вынуждены вступать в жесткую конкурентную борьбу не только за иностранного, но и за российского студента, который согласно прагматичным законам рыночной экономики станет отдавать предпочтение образовательным услугам, исходя из соотношения их цены и качества. В результате выжить и устойчиво развиваться в указанной конкурентной борьбе смогут только те учебные заведения, которые *придают первостепенное значение активному стимулированию инновационной деятельности и повышению эффективно-*

сти инновационного управления. Следование данному принципу развития является неременным условием поддержания конкурентоспособности вуза как бизнес-единицы на рынке образовательных услуг в условиях глобализации и всеобщего перехода к инновационным факторам развития. Эти факторы реализуются посредством государственного регулирования, в соответствии с чем необходимо осуществить кратное увеличение вложений в исследования и разработки, повышение качества образования и укрепление его связи с наукой, проведение кропотливой селекционной работы по кадровому обеспечению вузовской сферы НИР и НИОКР [16].

Ведущие эксперты и специалисты ЮНЕСКО в области высшего образования также подчеркивают, что без адекватного высшего образования и научно-исследовательских учреждений, создающих критическую массу квалифицированных и образованных людей, ни одна страна не в состоянии обеспечить реального устойчивого развития на эндогенной основе, а развивающиеся страны не могут, помимо прочего, сократить разрыв между ними и промышленно развитыми странами. Следовательно, одним из решающих факторов обеспечения работоспособности национальной экономики, завоевания отечественными вузами новых позиций на мировом и внутреннем рынках является стимулирование создания и внедрения прогрессивных нововведений в системе высшей школы. Активизация, стимулирование инновационной деятельности в вузе способствуют подъему и дальнейшему развитию экономики, ее технологической и социальной модернизации, улучшению качества подготовки специалистов, пользующихся спросом на рынке труда, повышению конкурентоспособности данного вуза, росту человеческого капитала в целом и переходу страны к инновационной экономике. В связи с этим на передний план выступают проблемы генерации инноваций и эффективного управления ими, т.е. задачи, решаемые в рамках *управления инновационной деятельностью*, выделившегося в последнее время в самостоятельное направление науки об управлении, *важнейшей функцией которой является экономическое стимулирование инновационной деятельности как фактора конкурентоспособности вуза* [18].

Библиографический список

1. Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры: начало // Открытое образование : научно-практический журнал по информационным технологиям в образовании. – 2014. – URL : http://www.e-joe.ru/sod/99/4_99/st180.html.

2. Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века: подходы и практические меры: продолжение // Открытое образование : научно-практический журнал по информационным технологиям в образовании. – 2014. – URL : http://www.e-joe.ru/sod/99/5_99/st191.html.
3. Всемирный доклад по мониторингу ОДВ 2005: образование для всех: императив качества. – Париж : ЮНЕСКО, 2004. – 434 с.
4. Галаган, А.И. Современное состояние мирового рынка образовательных услуг и положение на нем России / А.И. Галаган // Социально-гуманитарные знания. – 2004. – №3. – С. 61–75.
5. Бездудная, А.Г. Методы стимулирования инновационной деятельности вуза : монография / А.Г. Бездудная, И.В. Ольховик. – Saarbrücken : LAP LAMBERT Academic Publishing, 2013. – 237 с.
6. Почекина, В.В. Международный рынок услуг / В.В. Почекина, Ю.П. Якубук. – Минск : НО ООО «БИП-С», 2004. – 264 с.
7. EFA Global Monitoring Report 2012: education for all: gender and education for all: youth and skills putting education to work. – Paris : UNESCO, 2012. – P. 308–309.
8. Почекина, В.В. Указ. соч. – С. 141.
9. Там же.
10. Там же.
11. Там же.
12. Бездудная, А.Г. Указ. соч. – С. 121.
13. Галаган, А.И. Указ. соч. – С. 61–75.
14. Почекина, В.В. Указ. соч. – С. 184.
15. Бездудная, А.Г. Теория и методология формирования конкурентных преимуществ образовательных услуг в едином образовательном пространстве : монография / А.Г. Бездудная. – СПб. : Изд-во СПбГИЭУ, 2009. – 277 с.
16. Бездудная, А.Г. Указ. соч.
17. Всемирная декларация о высшем образовании для XXI века... – URL : http://www.e-joe.ru/sod/99/4_99/st180.html.
18. Бездудная, А.Г. Методы стимулирования инновационной деятельности вуза... – 237 с.