

Список литературы

1. Руткевич Е. В. Особенности использования концепции маркетинга в управлении предприятиями Республики Беларусь // Молодой ученый. — 2015. — №2. — С. 309-315.
2. Балабанова Л. В. Маркетинг менеджмент : наукове видання . – Донецьк : ДонГУЕТ, 2-11. – 594 с.

УДК 378.1

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО РЫНКА МЕЖДУНАРОДНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Ольховик И.В., канд. экон. наук, доцент,
доцент кафедры «Экономические теории»

Белорусский национальный технический университет
г. Минск, Беларусь

Для российского рынка международных образовательных услуг характерно отсутствие специального комплекса маркетинга по продвижению услуг на мировом рынке. Основную часть потребителей услуг вузов России составляют граждане стран СНГ. Следствием отсутствия маркетингового комплекса по отношению к иностранным студентам является их невысокий процент в общей численности студентов.

Наибольшее количество иностранцев в России сегодня обучается в государственных вузах на дневном отделении – 145 505 человек. Характерно, что около 46% всех международных студентов – это выходцы из Содружества Независимых Государств, т.е. являются русскоговорящими [1, с. 150]. Практически все иностранцы стран дальнего зарубежья учатся на дневном отделении государственных высших учебных заведений. Заочное отделение вузов государственной формы собственности в отношении иностранных студентов представлено достаточно слабо, что связано, несомненно, с организационными сложностями и требует соответствующих инноваций в системе высшего образования.

По мнению многих специалистов, ключевым фактором, определяющим контингент иностранных студентов в российских вузах,

является язык обучения. К сожалению, абсолютное большинство программ проводится на русском языке, что делает доступным регулярные курсы, предлагаемые высшими учебными заведениями, только тем иностранным студентам, которые владеют данным языком. С другой стороны, отсутствие возможности обучаться на английском и других языках заметно сужает потенциальный круг иностранных студентов, которые хотели бы и могли обучаться в российских вузах. Наиболее привлекательными для иностранных студентов считаются англоязычные программы. Учитывая это обстоятельство, ряд европейских стран (Германия, Италия, Нидерланды, Дания и даже Франция) стали практиковать учебные программы на английском языке. То есть преподавание на иностранном языке – это уже не роскошь, а необходимость поддержания конкурентоспособности вуза [2].

Разумеется, разработку специализированных программ для иностранных студентов, в том числе проводимых на иностранных языках, следует воспринимать в качестве одного из наиболее значимых и перспективных направлений инновационной деятельности. Однако без соответствующего экономического стимулирования инновационной деятельности как фактора повышения конкурентоспособности вузов высокий экономический потенциал российского высшего образования, вероятнее всего, останется нереализованным.

В целом, рынок международных услуг образования в Российской Федерации можно охарактеризовать как недостаточно развитый, организованный несистемно и не имеющий определенной целевой аудитории; задачи, поставленные экономикой страны перед системой высшего образования, не соответствуют достигнутому ею уровню развития и ее потенциалу. Поскольку российская система образования сама по себе не ориентирована на внешние рынки, то отсутствие инноваций в данном направлении может привести к потере даже тех потребителей, которые сейчас существуют. При настоящем позиционировании на рынке российские вузы могут испытывать нарастающую конкуренцию со стороны практически всех учреждений образования стран СНГ, оказывающих аналогичные услуги, не говоря уже о престижных западных вузах.

Список литературы

1. Россия в цифрах. 2016: крат. стат. сб. – М.: Росстат. 2016. – 543 с.
2. Торкунов, А.В. Образование как инструмент «мягкой силы» во внешней политике России / А.В. Торкунов // Вестник МГИМО-университета. – 2012. – № 4. – С. 85–93.

УДК 330.336

ИННОВАЦИИ И ИНВЕСТИЦИИ ИНТЕНСИВНОГО ТИПА

Павлов К.В., д-р экон. наук, профессор,
профессор кафедры экономики и управления

Ижевский филиал Российского университета кооперации
г. Ижевск, Россия

В последнее время всё больше внимания уделяется вопросам формирования в России инновационной экономики, что совершенно справедливо, т.к. это позволит уменьшить зависимость уровня и темпов социально-экономического развития страны от получаемых доходов вследствие экспорта сырьевых ресурсов. Таким образом, в целом мировой опыт действительно свидетельствует о том, что рост инвестиций в инновационные сферы экономики способствует ускоренному развитию народнохозяйственного комплекса страны и повышению среднего уровня жизни.

Однако это только в целом, а в каждом конкретном случае вложение инвестиций в инновационные сектора далеко не всегда способствует росту прибыли и доходов – так, в фундаментальной науке известно немало случаев, когда вложение средств не только не окупалось, но и приводило к негативным результатам [1, с. 83]. В этой связи совершенно справедлива постановка вопроса о том, насколько эффективны те или иные инвестиции и инновации.

Однако, на наш взгляд, в современных условиях этого не достаточно и кроме осуществления социально-экономической оценки эффективности инвестиций и инноваций необходимо осуществлять оценку последствий внедрения инвестиций и инноваций с точки