



О.М. Санковская

Доцент кафедры отечественной истории ВШСГНиМК
САФУ им. М.В. Ломоносова г. Архангельск

Экспорт образовательных услуг в современном мире: основные тенденции развития

В статье рассматриваются основные направления развития современного рынка образовательных услуг. Выявлено и проанализировано финансово-экономическое, геополитическое и социально-демографическое значение экспорта образовательных услуг. Исследованы основные мировые тенденции, сложившиеся в сфере экспорта образовательных услуг.

Ключевые слова: глобализация, экспорт образовательных услуг, образовательный процесс, социокультурная адаптация, образовательная политика современного вуза.

Присоединение к Болонскому процессу поставило перед российской системой высшего образования ряд принципиально новых задач. Вместе с необходимостью соответствовать новым стандартам качества, возможностью участия в едином образовательном пространстве, российские образовательные учреждения приобрели статус участников международного рынка образовательных услуг. Международные рейтинги, программы обмена студентами и международного научного сотрудничества, международная академическая мобильность стали реалиями и новыми проблемами российского образовательного пространства.

Устоявшая в течение нескольких десятилетий практика планового приема и распределения студентов уступила место конкурсной системе приема и договорными отношениями в образовательном процессе. Администрации ВУЗов столкнулись с необходимостью не только осуществлять процесс обучения, т.е. реализовывать услугу, но и продвигать ее, совершенствовать и дополнять, делать привлекательной для более широкого круга потенциальных потребителей.

Образование, в широком смысле понимаемое как система условий, способов и приемов передачи опыта и знаний от поколения к поколению, призвано обеспечивать преемственность в развитии общества. Тесная взаимосвязь, взаимообусловленность и взаимозависимость общества и образования позволяет провести параллели в тенденциях их развития, направлениях трансформации.

Каждый этап развития общества неповторим и уникален. Современное общество характеризуется сложными и зачастую противоречивыми процессами и явлениями. В основе обработки, хранения и передачи многократно увеличенных знаний, накопленных человечеством, лежит междисциплинарный подход, требующий привлечения результатов деятельности многих наук. Тем не менее, это же обстоятельство заставляет

ученых концентрировать свое внимание на узкопрофильных направлениях и специальностях.

Современные информационно-коммуникационные технологии, обеспечив беспрецедентную и безграничную открытость общества, тем самым обнаружили уязвимость конкретного человека от воздействия негативных общественных процессов. Человек в представлениях идеологов и практиков современной глобальной экономической модели потребления выступает как субъект потребления и объект информационно-маркетингового воздействия.

Расширение границ обитания и деятельности человека позволило беспрепятственно перемещаться между городами, странами, континентами, обусловило возможность каждому жить и работать там, где ему больше нравится. Одновременно с приобретением статуса «гражданин мира», прежние традиционные социальные связи начинают утрачивать свое значение.

«Гражданин мира» перестает ощущать потребность в принадлежности к национальному, этническому и местному сообществам, что заставляет искать новые критерии обретения своей идентичности, своего неповторимого «Я». Далеко не всегда этот процесс проходит в благоприятных условиях и завершается успешной адаптацией личности к новой культуре, к новой социальной среде, к новым правилам поведения и проживания.

В качестве защитного механизма в противовес кризису идентичности в обществе возрождаются и усиливаются идеи и практики социально-культурного многообразия, гражданского и этнического самосознания, национальной уникальности. Усиление этнического фактора на фоне глобализационных и интеграционных процессов даже воплотилось в появлении в научной среде особого термина - «этнического парадокса».

Образование зеркально отражает противоречивые процессы, происходящие в обществе. Закономерное

усложнение общественных отношений проявляется в качественном изменении систем образования.

Тот факт, что образование оказывает глобальное и решающее влияние на выбор основных стратегий и перспектив развития всего человечества, сложно считать преувеличением. Оно является и решающим, и интегрирующим фактором общественного прогресса. В обществе, где главными структурами стали школа и университет, сам человек как носитель научных знаний, интеллекта превращается в ресурс общественного развития.

В этом смысле образование – важнейший стратегический ресурс в острой конкурентной борьбе государств, правительств и корпораций за человеческий капитал в условиях информационной экономики. Это безошибочное вложение в будущее.

На индивидуальном уровне образование – залог, как правило, успешного трудоустройства и финансового благополучия. Кроме того, система образования играет роль социального лифта, расширяя потенциальные возможности каждой личности. Постоянно ускоряющийся процесс преобразования окружающей реальности, изменчивость общества и его структурных компонентов уже сейчас заставляют молодое поколение относиться к образованию, как к постоянной имманентной характеристике всей своей жизни.

В каждый отдельно взятый исторический момент образование решает самые насущные и актуальные проблемы, возникшие в обществе. Потому, будучи направленным на максимальное раскрытие потенциала каждого человека, его полную самореализацию, образовательный процесс, тем не менее, имеет конкретные цели и задачи, заданные в рамках определенного социального заказа. В качестве результата выступает получение, принятие и освоение личностью культурно-образовательных ценностей конкретной образовательной среды, в которой личность выступает как один из субъектов взаимодействия участников этой среды.

Для удовлетворения своих потребностей человек выбирает наиболее удобный, подходящий для себя вариант обучения в конкретной образовательной среде среди множества предложений. Совокупность спроса и предложения в сфере получения высшего образования приводит к необходимости рассматривать эти вопросы в рамках рынка образовательных услуг.

Понятие «образовательной услуги» раскрывается в социально-экономической плоскости через категории товарно-рыночных отношений. Это услуга, предметом которой является нематериальное благо – знания, умения и навыки, получаемые в процессе обучения. Получатель (обучающийся) инвестирует средства для того, чтобы получить на выходе определенный результат – качественный набор профессиональных компетенций, формирующий личный капитал, способный обеспечить успешность будущей трудовой деятельности или личностного развития.

С другой стороны, производитель образовательной услуги (учебное заведение) формирует спектр привлекательных продуктов в виде образовательных программ, способных максимально полно удовлетворить потребности получателя той услуги.

В научной литературе определена и проанализирована специфика образовательных услуг. Наряду с традиционными (неосвязаемость, продолжительность, невозможность накопления и сохранения и т. д.), в их числе особенно выделяются:

- комплексный характер услуги. В процессе освоения программы профессионального образования обучающемуся предоставляются дополнительные услуги, связанные с организацией, социально-культурной деятельностью, созданием бытовых условий, духовно-личностного развития и т. д.;

- необходимым условием успешного обучения является непосредственное и активное участие обеих сторон в процессе оказания услуги. Результат обучения обусловлен как личностными характеристиками обучающегося, так и спецификой организации образовательного процесса со стороны учебного заведения;

- образовательная услуга предполагает обязательную и неразрывную связь продукта и производителя. Принимая выбор в пользу определенной программы обучения, потребитель вместе с этим соглашается с условиями и организацией ее получения. Аналогичная программа другого учебного заведения, в другом городе или стране будет уже другим продуктом;

- в результате оказания и получения образовательной услуги заинтересованы несколько участников образовательного процесса. Обучающийся приобретает необходимый ему комплекс профессиональных знаний, умений и навыков. Учебное заведение заинтересовано не только в выполнении своих обязательств в процессе оказания услуги и получения прибыли, образовательный мониторинг позволяет усовершенствовать продукт, улучшить условия его получения, тем самым привлечь интерес новых потенциальных заказчиков.

Общество, которое вместе с личностью и учебным заведением участвует в формировании образовательной среды, заинтересовано в глубоком освоении субъектом социально-культурных ценностей социальной общности и трансляции этих ценностей в среде будущего социального окружения и деятельности выпускника. Государственная поддержка и регулирование сферы оказания образовательных услуг нацелена на извлечение финансово-экономических, социально-трудовых и идеологических дивидендов.

Уникальность современного состояния рынка образовательных услуг состоит в глобализации социально-экономических отношений производителя и потребителя в сфере образовательных услуг. Формирование сложносубъектной системы спроса и предложения, реализация и потребление образовательных услуг происходит на нескольких взаимосвязанных уровнях образовательного пространства: уровне высшего учебного заведения, региональном, национальном, общемировом.

Уровень высшего учебного заведения играет роль «первого кирпичика» рынка образовательных услуг. В зависимости от типа, статуса, престижности ВУЗа определяется степень влияния, которое оказывает учебное заведение на формирование окружающего образовательного пространства.

В свою очередь, это влияние очерчивает круг задач, стоящих перед ВУЗом: помимо непосредственно учебных и воспитательных, здесь могут присутствовать

имиджевые, профессионально ориентированные, научно-исследовательские и т.д.

Региональный уровень охватывает деятельность участников рынка, направленной на удовлетворение местных потребностей в образовательном пространстве отдельного региона. Как правило, оно характеризуется ограниченным количеством учебных заведений, преобладанием узкопрофильных учебных программ, доступностью услуг для широких слоев населения. Региональные образовательные услуги нацелены на решение конкретных проблем, возникающих исходя из специфики социально-экономического развития региона. Потребители являются представителями однородной социально-культурной среды, характеризующейся малой степенью мобильности.

Национальный уровень включает в себя деятельность всех участников национальной образовательной системы. Субъектам образовательных отношений на этом уровне характерны многообразие видов и типов образовательных учреждений, наличие разноплановых учебных продуктов, охват потенциальных потребителей в масштабах страны.

Доступность образовательных услуг зависит от соотношения спроса и предложения в каждом конкретном случае. Конкуренция среди поставщиков образовательных услуг обусловлена большим количеством субъектов, как государственных, так и частных.

Среди факторов, ограничивающих возможность получения услуги, можно отметить престиж учебного заведения, привлекательность желаемой специальности, стоимость обучения, территориальную доступность и т.д. Образовательный процесс направлен на решение задач общенационального экономического, социального и культурного развития и зависит от сложности и специфики общественных отношений в обществе и государстве.

Среди потенциальных получателей – участники различных социальных групп, культурно-этических сообществ, культурно-исторических ареалов, поэтому национальная модель образования функционирует с учетом социальных, культурных и этнических особенностей обучающихся.

В рамках перечисленных уровней рынка образовательных услуг делается акцент, в первую очередь, в пользу решения внутренних задач страны. Они образуют внутренний рынок. Состав участников, как производителей образовательных услуг, так и их поставщиков, формируют представители одной страны.

Общемировой уровень рынка образовательных услуг является ареной действия и конкурентной борьбы национальных образовательных систем. Этот уровень фактически включает в себя все мировое образовательное пространство, историческое возникновение которого является прямым следствием глобализационных процессов, происходящих в обществе. Производителями и потребителями образовательных услуг являются представителями разных стран, национальностей и этнических групп.

Деятельность большого разнообразия типов и видов учебных заведений формирует значительную базу предложения на мировом рынке образовательных услуг. В результате возникает острое конкурентное

противостояние учебных заведений и государств за внимание потребителя, за глобальный интеллектуальный капитал.

Именно на общемировом уровне наиболее ярко проявляется взаимозависимость рынка образования и рынка труда. В условиях мировой информационно-технологической экономической модели в высококвалифицированном специалисте заинтересованы все участники рынка. Этим обстоятельством обусловлен масштаб и значение рынка образовательных услуг в мировой экономике.

По мнению экспертов ЮНЕСКО, образование – один из самых перспективных и прибыльных сегментов мирового рынка в условиях информационной экономики. Общее количество студентов в мире неуклонно растет и, по прогнозам, достигнет в 2025 году рекордных 260 млн. человек, из них более 7 млн. будет обучаться за рубежом [5; с. 83]. Эта тенденция в дальнейшем только усилится. Емкость доходов мирового рынка образовательных услуг оценивается российскими специалистами в гигантскую сумму более 100 млрд долл [1; с. 115].

В отдельных странах (США, Великобритания, Франция, Германия, Австралия) прибыль от деятельности высших образовательных учреждений составляет значительную статью доходов в структуре государственного бюджета, одновременно позволяя создавать, накапливать и концентрировать социально-экономический капитал. Учитывая стратегическое значение и прибыльность сферы образования, государство заинтересовано в активном участии в функционировании, регулировании и поддержке рынка образовательных услуг. Учебные программы и специальности ведущих ВУЗов мира служат маркером актуальности и востребованности профессий и сфер трудовой деятельности в обществе, ориентиром для национальных образовательных систем, учебных заведений и потенциальных потребителей образовательных услуг.

В процессе экспорта образовательных услуг страной-экспортером осуществляется оказание образовательных услуг гражданам других стран. Превращение образовательных услуг в экономическую категорию, объект международной купли-продажи закрепило Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) по результатам Уругвайского раунда переговоров ВТО в 1995 году [2]. В основе Соглашения лежали чисто экономические мотивы по устранению препятствий и барьеров для свободной торговли. В Соглашении были разработаны основные модели экспорта услуг, в том числе и образовательных, которые определили возможные формы внешнеэкономической деятельности в сфере образования.

Эти положения были продублированы в Концепция экспорта образовательных услуг РФ на период 2011–2020 гг. в соответствии с которыми «экспорт образовательных услуг включает 4 вида (способа) поставки: разработка и реализация всех видов трансграничных образовательных программ или курсов обучения; потребление образовательной услуги за рубежом в виде обучения иностранных учащихся (образовательная миграция); коммерческое присутствие национальных образовательных программ и форматов обучения в ино-

странных государствах (создание совместных филиалов, открытие представительств, совместных университетов); перемещение физических лиц или временная работа преподавателей в зарубежных университетах» [4].

Таким образом, экспорт образовательных услуг представляет собой динамично развивающуюся отрасль внешнеэкономической деятельности. Можно отметить, что наблюдается активное наращивание вложений участниками мирового сообщества в образовательную сферу, особенно в его экспортную составляющую. Например, Китай ежегодно вкладывает в обучение своих студентов и аспирантов, стажировку научных сотрудников и преподавателей за рубежом около миллиарда долларов [3; с. 109].

С финансово-экономической стороны стратегическое значение экспорта образовательных услуг заключается в:

- превращении образовательной сферы в одну из доходных статей государственного бюджета;
- создании условий для подготовки и привлечения высококвалифицированных трудовых ресурсов, включения их в свою экономическую модель;
- активном организационном, технологическом и методическом развитии национальной системы образования, наращивании образовательных ресурсов и престижа учебных заведений, развитии сопутствующих образованию сфер общественно-экономической жизни;
- создании новых условий, перспективных инновационных направлений, научно-технологичных прорывов для дальнейшего развития всей социально-экономической системы страны-экспортера.

Социально-демографическое значение раскрывается с точки зрения:

- качественного и количественного изменения и обновления социальной структуры общества, в том числе половозрастной, трудовой, профессиональной;
- включения новых членов в социальные структуры общества, где было получено образование, на основе уже пройденной адаптации к новым общественным отношениям;
- создания новой системы социальных и культурных ценностей у субъектов обучения и последующей

трансляции этой системы в среду своего социального и культурного окружения. Пополнение студентами, получившими образование за рубежом, рядов своих национальных элит позволяет рассчитывать на более эффективное выстраивание в будущем дипломатических и иных отношений между странами.

Геополитическое значение экспорт образовательных услуг приобретает в процессе укрепления государства международным авторитетом, преодоления изолированности, расширения сфер своего влияния на международной арене. Характер действия образования в этом случае будет соответствовать воздействию так называемой «мягкой силы» во внешней политике.

Таким образом, сама способность государства экспортировать услуги и их востребованность в мировом сообществе свидетельствуют о высоком комплексном уровне развития государства-поставщика, всех сфер и отношений общественной и экономической жизни. В этом смысле понятна стратегическая задача каждого государства – быть одним из лидеров в сфере экспорта высокотехнологичных и интеллектуальных услуг, способных воздействовать на фундаментальные основы жизнедеятельности общества: экологию, качество жизни, производственный процесс и т.д.

Библиографический список:

1. Арефьев А.Л. Российские вузы на международном рынке образовательных услуг. М. ЦСП, 2007.
2. Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС) // URL: http://www.rgwto.com/wto.asp?id=3668&doc_id=2111 (Дата обращения: 14.08.2019)
3. Еремина, С. Л. Россия на мировом рынке образовательных услуг / С. Л. Еремина, И. Е. Яловега // ЭКО. – 2013. – № 12.
4. Концепция экспорта образовательных услуг РФ на период 2011–2020 гг. // URL: <http://www.russia.edu.ru/news/discus/concept/3783> (Дата обращения: 4.10.2019)
5. Письменная Е.Е. Миграция иностранных студентов в Россию // Народонаселение. – 2008. – № 1.

©Санковская О.М., 2020