

РАЗВИТИЕ МИРОВОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Г.З. Чекаловская,

соискатель кафедры экономической теории

Тернопольский национальный экономический университет,

г. Тернополь

На протяжении последних десятилетий высшее образование быстрыми темпами приобретает признаки бизнеса глобального масштаба, ведь его международный финансовый оборот оценивается экспертами Всемирной торговой организации (ВТО) в 40 млрд долларов США и составляет, по подсчетам американского исследователя Джеффри Олдермана, 3 процента от общего экспорта услуг [1, с. 48]. Среди важнейших факторов, которые обуславливают развитие систем высшего образования в рассматриваемом направлении, являются процессы глобализации.

В XXI веке мировой рынок образовательных услуг развивается в рамках концепции транснационализации обучения. Транснационализация обучения определяет спектр образовательных услуг, которые могут предоставляться через онлайн-овые и дистанционные программы образования, создания кампус-филиалов, интеграцию учебных программ, партнерские соглашения между учебными заведениями разных стран по проведению совместных программ [2].

Важным фактором в международной конкурентной борьбе за рынки образовательных услуг является развитие экспорта образования, что обеспечивает дополнительным источником доходов учебные заведения, является составной частью их имиджа и авторитета, а также необходимым условием эффективного развития образования и науки страны.

Согласно классификации Генерального соглашения по торговле образовательными услугами, сейчас в мире функционирует четыре типа таких услуг, а именно:

1. Трансграничный экспорт / торговля образовательными услугами (cross-border supply) осуществляется, как правило, с помощью телекоммуникаций, переносящих услуги через границы, вроде дистанционного обучения.

2. Путешествие сквозь кордоны потребителя образовательных услуг / студенческая мобильность (consumption abroad) заключается в индивидуальном переезде студентов для получения квалификации и диплома.

3. Прямые иностранные инвестиции как коммерческое присутствие (commercial presence) предусматривает наличие зарубежного провайдера в определенной стране с целью предоставления / распространения образовательных услуг.

4. Путешествие сквозь границы непосредственного носителя образовательных услуг (presence of natural persons) означает переезд профессорско-преподавательского состава в другую страну для преподавания [3, с. 12].

Глобальный рынок образовательных услуг в сфере высшего образования, предоставляемых традиционными учреждениями высшего образования, продолжает расширяться, о чем свидетельствует рост количества студентов, обучающихся за рубежом (второй тип классификации), количество иностранных преподавателей, приглашенных вузами для чтения лекций и проведения научных исследований (четвертый тип классификации), усиление маркетинга, учебников и программ дистанционного обучения (первый тип классификации), а также увеличение количества филиалов-кампусов, основанных в зарубежных странах (третий тип классификации).

Важными характеристиками мирового рынка образовательных услуг является образовательная мобильность, экспорт образовательных услуг, которые можно оценить по данным об обучении иностранных студентов в разных странах мира.

11 сентября 2012 года Организация экономического сотрудничества и развития (ОЭСР) опубликовала статистические данные по численности студентов, которые учились за рубежом [4]. В 2010 году более 4,1 миллиона студентов стран ОЭСР обучались за рубежом по программам высшего

образования. Наиболее высокая мобильность у студентов из Люксембурга (здесь она высока за счет тесных связей с близлежащими странами), Австралии, Великобритании, Австрии, Швейцарии и Новой Зеландии. В абсолютных числах наибольшее количество иностранных студентов составляют выходцы из Азии: Китая, Индии и Кореи. Азиатские студенты составляют 52% иностранных студентов в мире. В 2010 году численность иностранных студентов, обучающихся в странах ОЭСР, почти в 3 раза превышала численность жителей стран ОЭСР. На протяжении последнего десятилетия около 83% всех иностранных студентов поступают на обучение в страны «Группы двадцати» и 77% – в страны ОЭСР. Наиболее популярными странами для обучения являются страны Европейского Союза и США.

Основываясь на приведенных данных, можно объяснить возрастающую мобильность студентов желанием получить более качественное образование, нежели внутри своей страны. Об этом свидетельствует их выбор в пользу образовательных систем Европы и США. Еще одной важной характеристикой современного рынка международных образовательных услуг можно назвать высокую мобильность студенческой молодежи внутри Европы, что свидетельствует об удовлетворенности ею качеством предлагаемого образования.

В современном мире почти все страны осознали роль образования как базовой компоненты общества знаний в развитии национального государства. Сейчас, в условиях активной трансформации социума в общество знаний, возникает необходимость в повышении доли экономически активного населения с высшим образованием до 60 процентов. Убеждены, что решение проблемы повышения уровня образования может осуществляться благодаря транснациональному образованию.

Список использованных источников

1. Alderman, G. The Globalization of Higher Education: Some Observations Regarding the Free Market and the National Interests /Geoffrey Alderman// Higher Education in Europe. – 2001. – № XXVI (1). – P. 47–52.

2. Гленн Р. Джонс. Как перебросить мост от сложных проблем транснационального образования к аккредитации / Гленн Р. Джонс // Высшее образование в Европе. – Том. XXVI. – 2001. – № 1.

3. Gregor, A.D. Globalization, Trade Liberalization and Higher Education: Research Areas and Questions. Occasional Papers in Higher Education (Number 10) /A.D. Gregor. – The University of Manitoba: The Centre for Higher Education Research and Development, 2002. – 34 p.

4. Взгляд на образование 2012: доклад ОЭСР [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://oecdru.org/zip/9612038e5.pdf>. 5. Karpenko, M.P. Jeksport rossijskogo vysshego obrazovanija / M.P. Karpenko // Vestnik vysshej shkoly. – 2008. – № 4. – S. 35–36.