

Экспорт и продвижение российского образовательного продукта на зарубежном рынке

УДК:339.564:378; ББК:65.428; Jel: Q27
DOI: 10.24412/2072-8042-2025-4-33-42

Татьяна Владимировна АНИСИМОВА,
кандидат исторических наук, доцент
Всероссийская академия внешней торговли
(119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6а),
проректор по учебной работе
E-mail: TAnisimova@vavt.ru;

Елена Александровна СИНЕЛЬНИКОВА,
кандидат технических наук, доцент
Всероссийская академия внешней торговли
(119285, Москва, Воробьевское шоссе, 6а),
декан факультета внешнеторгового менеджмента,
доцент кафедры менеджмента и маркетинга
E-mail: e.sinelnikova@vavt.ru

Аннотация

Экспорт образовательных продуктов российских вузов является актуальной задачей в условиях высокой конкуренции на рынке образования. В статье проведено исследование основных трендов развития образовательного продукта, определены конкурентные преимущества и характеристики, которыми должен обладать современный образовательный продукт, факторы, влияющие на его глобализацию и цифровизацию. Обоснована необходимость формирования эффективной стратегии продвижения образовательного продукта на международном рынке.

Ключевые слова: экспорт, образовательный продукт, рынок образования, продвижение, конкурентоспособность, цифровые технологии.

Export and Promotion of Russian Educational Services on Foreign Markets

Tatiana Vladimirovna ANISIMOVA,
Candidate of Sciences in History, Associate Professor, Russian Foreign Trade Academy
(119285, Moscow, 6A Vorobiyovskoye Highway), Department of management and marketing,
Vice-Rector for Academic Affairs, E-mail: TAnisimova@vavt.ru;

Elena Aleksandrovna SINELNIKOVA,
Candidate of Sciences in Technology, Associate Professor,
Russian Foreign Trade Academy (119285, Moscow, 6A Vorobiyovskoye Highway),
Dean of the of Foreign Trade Management Faculty, Associate Professor of Management and
marketing department, E-mail: e.sinelnikova@vavt.ru



Abstract

With strong competition in the education market, export of educational services of Russian universities is a pressing task. The article examines the current trends in the educational services market, identifies the competitive advantages and features that a modern educational service as a product should have, and factors influencing its globalization and digitalization. The article substantiates the need to develop an effective strategy for promoting an educational service as a product on foreign markets.

Keywords: export, educational product, education market, promotion, competitiveness, digital technologies.

В настоящее время одним из важных направлений несырьевого экспорта России является экспорт образовательных продуктов, приобретающий все большее значение в условиях глобализации и растущей конкуренции в сфере образования. Экспорт и продвижение российского образовательного продукта на зарубежном рынке представляют собой важные аспекты не только экономической, но и культурной политики страны. В условиях растущей конкуренции на международной арене, образование становится одним из ключевых инструментов мягкой силы, позволяющим укреплять позиции России в мире и служить мощным средством для продвижения национальных интересов за пределами страны.

Начиная с 2018 года, в России реализуется федеральный проект «Экспорт образования», который является продолжением приоритетного проекта «Развитие экспортного потенциала российской системы образования» как части государственной программы Российской Федерации «Научно-технологическое развитие Российской Федерации». В качестве основных задач данного проекта необходимо выделить такие как: обеспечение базовых отраслей экономики страны высококвалифицированными кадрами, в том числе, в экспортноориентированном секторе, повышение узнаваемости российского образования на международном рынке, его привлекательности для иностранных граждан, а также увеличение объемов выручки от экспорта образовательных услуг.

Так, количество иностранных студентов, обучающихся по очной форме в российских вузах, должно вырасти с 220 тыс. человек в 2017 году до 710 тыс. к концу 2025 года, количество иностранных слушателей онлайн-курсов – с 1 млн 100 тыс. до 3 млн 500 тыс. человек, а объемы средств, полученных от экспорта российского образования, должны вырасти более чем в пять раз (до 373 млрд рублей в 2025 году)⁴.

В процессе реализации проекта «Экспорт образования» используются различные инструменты продвижения, такие как: создание информационных ресурсов для распространения информации о российской системе высшего образования, организация информационных кампаний с использованием специализированных интернет-ресурсов и учетом специфики стран, где достаточно высок спрос на российское образование, создание многофункциональных студенческих городков и другие.

В этой связи актуальной задачей является разработка и внедрение в вузах механизмов экспорта образования, которые невозможны без развития самого образовательного продукта и инструментов его продвижения с учетом специфики целевых групп обучающихся из стран-партнеров.

Говоря о причинах, по которым иностранные студенты выбирают российские вузы, можно выделить две основные. Во-первых, достаточно большой выбор образовательных программ – более 4 тысяч в российских вузах, во-вторых – относительная невысокая стоимость обучения. В 2023 году в среднем она составляла около 185 тысяч рублей в год, для сравнения в США – это в среднем 30 тысяч долларов в год (3 млн рублей).

В 2023 году иностранные студенты составляли 8% всех студентов, обучающихся в российских вузах по программам бакалавриата, специалитета и магистратуры. Необходимо отметить положительную динамику, которая подтверждается ростом числа иностранных студентов за последние 7 лет – с 247 тысяч студентов в 2017 году до 355 тысяч в 2024 году, что «является наибольшим показателем за всю историю российской системы образования» по словам заместителя министра науки и высшего образования К. Могилевского⁵.

Наибольшую популярность российское образование традиционно пользуется в странах Центральной Азии – бывших республиках Советского Союза – это Узбекистан (на данный момент времени занимает первое место по числу студентов, обучающихся в России), Казахстан (второе место), Таджикистан, Киргизстан. Из стран дальнего зарубежья больше всего студентов наблюдается из Китая и Индии, Египта, стран Северной Африки (Марокко, Сирия, Алжир). Специалисты Минобрнауки отмечают, что среди студентов из Казахстана и Узбекистана наиболее востребованы такие направления подготовки, как экономика и менеджмент⁶.

Естественно, экспорт образования предполагает не только обучение иностранных студентов в российских вузах, но и наличие их филиалов в странах-партнерах. В настоящее время Минобрнауки России проводит работу по расширению присутствия российских вузов с учетом геополитической обстановки в дружественных странах. По данным мониторинга в 2023 году большинство филиалов (82%) расположены в странах СНГ, в частности Узбекистане, Казахстане, Армении, Киргизии, Таджикистане, Азербайджане, Белоруссии и Молдове. Также имеется два филиала в Монголии и по одному филиалу в Израиле, ОАЭ, Гватемале, Словении, Финляндии и Японии. Создание филиалов подведомственных Минобрнауки России вузов планируется в Узбекистане, Казахстане, Египте, Саудовской Аравии, Мьянме и на Кубе¹⁰.

Необходимо отметить, что дальнейшее продвижение и экспорт российского образования возможны только при сохранении и дальнейшем развитии его конкурентных преимуществ, что предполагает проектирование и реализацию новых образовательных программ с использованием интегрированного подхода к созданию



образовательного продукта, учитывающего все требования, предъявляемые к нему при экспорте. Для этого проведем анализ современных трендов международного рынка образования и определим актуальные направления развития образовательного продукта.

В последнее время под влиянием мировых интеграционных процессов, а также цифровизации всех сфер деятельности происходит *унификация и интернационализация образования* – национальные образовательные системы выходят за пределы образовательных границ².

Это выражается в формировании единого мирового рынка образования, что способствует появлению общемировой конкуренции в данной области, трансграничности образования, появлению общемировых стандартов и квалификационных требований; формировании глобального образовательного электронного пространства; появлении университетских корпораций; глобализации конкуренции на рынке высшего образования. В этой связи важным вопросом становится наличие в образовательном продукте характеристик и составляющих, обеспечивающих его конкурентоспособность и возможность экспорта на международном рынке.

Следующим важным трендом является *массовизация образования* – за последние пятьдесят лет произошел переход высшего образования от элитного к массовому. Еще десять лет назад исследователи отмечали, что процент людей с высшим образованием в странах «Большой двадцатки» приближался к уровню 40%, а в отдельных странах, например в России, Канаде, Японии и Южной Корее – превысил 55%⁷.

Внедрение информационных и цифровых технологий в образовательный процесс. Последние годы образовательный процесс, в том числе и благодаря пандемии COVID-19, и сам образовательный продукт становятся все более цифровым. Пандемия ускорила переход к онлайн-форматам обучения, к развитию платформ дистанционного обучения. Возникают все новые образовательные проекты, одним из которых стала организация MOOC – совместный образовательный проект Гарварда и Coursera. Только за 7 лет своего существования они охватили 900 университетов и собрали 101 миллион пользователей со всего мира³.

Массовые открытые онлайн-курсы (MOOC) позволяют предоставить доступ к образовательному продукту большой аудитории, а также сделать процесс получения знаний открытым и интерактивным. Данный образовательный продукт актуален в таких сферах, как иностранные языки, маркетинг, дизайн, анализ данных, ИТ-разработка, его создают многие престижные университеты как во всем мире, так и в России. Здесь актуальным становится вопрос непрерывного образования. Вузы в данной ситуации вынуждены выстраивать новые форматы образовательного продукта под запросы разных целевых сегментов рынка. Кроме того, последние геополитические события дали мощный толчок к развитию online образования на базе отечественного программного обеспечения, среди которых хочется выделить Яндекс Телемост, МТС Линк, Sber Jazz.

Конкуренция за таланты. Глобализация высшего образования ведет к росту мировой конкуренции за таланты. Специалисты отмечают, что в 2025 году количество иностранных студентов, обучающихся за пределами своей страны, достигнет 8 млн человек. Международная академическая мобильность, наличие различных форматов обучения позволяет талантливым молодым людям получать образование в ведущих вузах мира. Так, например, для роста экспорта образования высокорейтинговые вузы Европы в последние 5 лет резко увеличили число магистерских программ, реализуемых полностью на английском языке.

Укрепление региональных связей образовательных организаций. В настоящее время существует тренд на укрепление связей вузов с региональными государственными и бизнес-структурами. Таким образом, образовательная организация начинает учитывать специфику региона, где он расположен, участвовать в различных региональных проектах, научно-производственном сотрудничестве с компаниями региона. Такой подход активно реализуется в Южной Корее и Китае¹.

Усиление практической ориентации образования. Для обеспечения собственной конкурентоспособности при подготовке выпускников вузы все больше ориентируются на запросы работодателей. Образовательные организации все больше акцентируют внимание на развитии навыков, необходимых для работы в быстро меняющемся мире, таких как критическое мышление, креативность и цифровая грамотность. Это отражается в проектировании образовательных программ, различных образовательных курсов. Фактически, наибольшее значение приобретают процессы интеграции образования, науки и бизнеса. Многие студенты параллельно с обучением участвуют в различных стартапах, проектной деятельности, конкурсах, олимпиадах практической направленности. Это дает возможность приобрести необходимый опыт, практические навыки. Данный процесс взаимовыгоден как для бизнеса, так и для вузов, выпускники которых сразу получают возможность пойти работать в компанию. Современные вузы, особенно большие классические университеты, имеют собственные научные центры, технопарки, бизнес-инкубаторы и акселераторы, предоставляющие возможность научных разработок и их последующую коммерциализацию.

В основу практико-ориентированного обучения положен принцип «обучение через делание» («Learning by doing»), им руководствуются многие зарубежные вузы, отводя до 50% времени на практическую составляющую в образовательных программах. В ходе выполнения студентами практических заданий формируются общепрофессиональные и профессиональные компетенции. При этом обучение, направленное на работу в группе, командное взаимодействие, носит междисциплинарный проблемно-ориентированный характер. Образовательные программы ориентируются на запросы и прогнозы рынка труда, привлечение практиков к образовательному процессу, содержат индивидуальные планы практики.

Применение цифровых технологий при формировании образовательного продукта. Геймификация приобретает всё большую актуальность, в настоящее время



появился даже специальный термин – Edutainment, который объединяет в себе две составляющие: education (обучение) и entertainment (развлечение). Такой подход позволяет повысить вовлеченность обучающихся в образовательный процесс, развивает креативное мышление, soft skills.

Специалисты считают, что геймификация способствует формированию необходимых компетенций обучающихся в течение игрового процесса, а также позволяет выработать решение комбинированных задач, которые позволяют оценить уровень сформированности компетенций.

Следующим актуальным направлением является использование искусственного интеллекта, виртуальной и дополненной реальности для улучшения образовательного процесса и создания более интерактивного опыта. Технологии VR и AR являются актуальным трендом развития различных направлений, в том числе в образовании. Они позволяют повысить наглядность изучаемого материала, расширяют границы восприятия, помогают имитировать ситуации, в которых может оказаться будущий специалист.

Личностно-ориентированное обучение студентов. Данный тренд означает формирование индивидуального подхода к обучающемуся, раскрытие его потенциала, обеспечение возможности выбора и составления образовательной программы фактически под индивидуальный запрос – формирование индивидуальной образовательной траектории (ИОТ), которая будет основой профессиональной траектории в дальнейшем. При этом вуз обеспечивает не только выбор для студента, но и дальнейшую поддержку в виде консультирования, коучинга, технологий. Как правило, в этом случае программа обучения делится на несколько блоков: обязательные определяются вузом в зависимости от требований образовательного стандарта к направлению подготовки, остальные блоки выбираются студентами⁸.

Во многих образовательных организациях происходит увеличение числа программ, предлагающих гибкие графики и доступные форматы обучения, что позволяет студентам совмещать учебу с работой или другими обязательствами.

Многие вузы используют адаптивные системы обучения, которые помогают учитывать уникальные потребности и темпы обучения студентов. Данный подход особенно важен при экспорте образовательного продукта, так как позволяет иностранным студентам максимально адаптироваться к системе образования другой страны.

Концепция опережающего образования. Следует отметить новый тренд, направленный на формирование опережающего образования. Современные университеты не должны представлять из себя замкнутую структуру, реализующий образовательный процесс исключительно исходя из собственных возможностей и имеющегося преподавательского состава, давно сложившихся школ и направлений. Данная концепция позволяет ориентировать систему обучения на перспективные потребности рынка, обеспечивать включение образовательных заведений в сферу рыночных отношений, постоянно повышать качество образования, произ-

водить подготовку студентов к профессиям, которые только появляются на рынке труда и не получили пока распространения.

Учитывая все сказанное, можно предположить, что в настоящее время образовательный продукт будет востребован на международном рынке образования, если он обладает набором следующих характеристик, которые, в том числе необходимы для его эффективного продвижения.

□ Совокупность компетенций, получаемых в результате обучения, зависящих от специальности и направления подготовки (направленности), по которым обучается студент.

□ Вид коммуникаций в образовательном процессе. Здесь необходимо иметь возможность обеспечить различные варианты в зависимости от потребности студента: очная коммуникация, дистанционная коммуникация (в случае онлайн или офлайн обучения), гибридный вариант коммуникации, каждая из которых характеризуется видом аудитории (реальная или виртуальная) и наличием или отсутствием обратной связи с преподавателем в определенном режиме. Важно помнить, что дистанционный формат коммуникации значительно расширяет возможности взаимодействия со студентами из других стран.

□ Методы и технологии обучения, которые определяют способы передачи информации, контроля знаний. Здесь могут быть использованы такие варианты, как электронные курсы, учебные платформы, цифровой обучающий контент, симулятивное и игровое обучение, технологии ИИ и многое другое.

□ Ресурсная база, которая может включать в себя различные образовательные ресурсы на иностранных языках, программное обеспечение, мобильные платформы.

□ Высокое качество образовательного продукта, его актуальность.

Продвижение образовательного продукта также является важной составляющей процесса его экспорта на международный рынок, который из-за геополитических условий последних лет стал очень специфическим. При разработке образовательных продуктов необходимо учитывать, что на ближайшее десятилетие основными направлениями такого экспорта будут рынки стран Африки, Азии, ЕАЭС.

В условиях постоянно растущей конкуренции на международном рынке образования, одним из факторов успеха вуза является грамотно сформированная стратегия продвижения. При этом необходимо учитывать, что жизненный цикл образовательного продукта вуза – это нормативный срок обучения по образовательной программе (минимум 4 года для программ бакалавриата и 2 года для программ магистратуры). Поэтому здесь можно говорить о среднесрочной и долгосрочной продуктовой стратегии, которая предполагает собой не только формирование и продвижение образовательного продукта, но и его обновление в соответствии с изменением факторов внешней среды.

Естественно, продвижение образовательного продукта имеет свою специфику, как и продвижение услуг, так как оценить его качество можно только в процес-



се его реализации (получения клиентом). Однако существуют и общие правила, которые должны соблюдаться. Одно из главных заключается в том, что, выбирая инструменты продвижения образовательного продукта на международный рынок, вуз должен ответить на следующие вопросы:

- каковы особенности целевого сегмента?
- каковы основные требования целевого сегмента к образовательному продукту?
- какие каналы коммуникации использует целевой сегмент?
- чем отличается данный образовательный продукт от уже существующих на рынке и в чем его основные конкурентные преимущества?

Ответы на данные вопросы должны лечь в основу маркетинговой стратегии продвижения. В федеральном проекте «Экспорт образования» особое внимание уделяется вопросам продвижения российского образования на международных рынках, которое должно включать в себя проведение информационных кампаний по привлечению иностранных граждан к обучению российских вузов, в том числе, на условиях целевого обучения, организацию презентационных мероприятий, участие вузов в различных выставках, конференциях, а также создание специальных информационных ресурсов, ориентированных на конкретные аудитории стран-партнеров.

В качестве эффективного инструмента продвижения можно отметить социальные сети, а также специализированные образовательные ресурсы, где могут размещаться статьи и отзывы иностранных студентов об образовательных программах российских вузов.

Также важным направлением продвижения является создание и реализация программ обмена, программ двух дипломов с зарубежными вузами, образовательных программ, реализуемых полностью на иностранном языке. Программы обмена дают возможность за достаточно небольшой период времени оценить преимущества обучения в российских вузах, найти наиболее эффективные форматы взаимодействия на международном рынке образования. И здесь опять же необходимо предоставлять максимально полную информацию о таких конкурентных преимуществах образовательного продукта, как: соответствие требованиям внешней среды; наличие различных образовательных треков; взаимодействие в процессе реализации образовательной программы с бизнес-партнерами, представителей которых возможно привлекать к реализации программы; использование гибридных и дистанционных форматов обучения; преподавание дисциплин на иностранных языках; закрепление за иностранными студентами тьюторов.

Все это позволит сделать российское образование востребованным на международном рынке и увеличить его экспорт в страны-партнеры.

Но необходимо отметить, что на сегодняшний день основными российскими программами, которые выбирают для обучения иностранные студенты – являются программы бакалавриата. Как бы мы не относились в Болонской системе, но

именно она, осуществив унификацию уровней образования в России и за рубежом, позволила увеличить количество иностранных студентов, обучающихся в российских вузах. Несмотря на то, что Болонская система не является глобальной, она не обеспечивает автоматического признания российских дипломов, и только около четверти стран мира являются участниками Болонского процесса, уровни образования бакалавриат и магистратура являются понятными иностранным студентам и общепринятыми в международной образовательной среде.

Трансформация российского образования, заключающаяся в изменении названий уровней высшего образования, которая уже началась в пилотном варианте в шести вузах нашей страны, а с 1 сентября 2027 года должна стать обязательной для всех российских организаций, реализующих программы высшего образования, может стать существенным тормозом в дальнейшем увеличении экспорта российского образования. В дальнейшем для сопоставления уровней образования будут использоваться принятая ЮНЕСКО Международная стандартная классификация образования (МСКО) и межправительственные соглашения (число которых на данный момент у России с другими странами составляет 74) о взаимном признании образования.

Руководители органов государственной власти в области образования утверждают, что подобная трансформация не должна повлиять на снижение интереса со стороны иностранных студентов к обучению в российских вузах, так как признание образования базируется не на формальных уровнях образования, а на содержательной части образовательных программ, уровне подготовки и компетенциях выпускников. При этом предлагается рассмотреть вопрос инициирования процесса разработки и дальнейшей реализации унифицированной системы высшего образования на евразийском пространстве⁹.

Таким образом, необходимо отметить, что в настоящее время успешный экспорт российского образовательного продукта возможен только при обеспечении его конкурентоспособности и востребованности на международном рынке образования.

БИБЛИОГРАФИЯ:

1. Бондаренко Н. В., Гохберг Л. М., Зорина О. А. Индикаторы образования: 2022: статистический сборник / Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2022. 532 с. @@ Bondarenko N. V., Goxberg L. M., Zorina O. A. Indikatory` obrazovaniya: 2022: statisticheskij sbornik / Nacz. issled. un-t «Vy`sshaya shkola e`konomiki». М.: NIU VShE`, 2022. 532 s.

2. Долгова Е.Г., Казиминова И.С., Минова М.В., Супрунов С.Е. Актуальные современные тенденции в сфере высшего образования: прогноз развития и риски // Экономические науки. 2022. № 207. С. 41-45. @@ Dolgova E.G., Kazimirova I.S., Minova M.V., Suprunov S.E. Aktual`ny`e sovremenny`e tendencii v sfere vy`sshego obrazovaniya: prognoz razvitiya i riski // E`konomicheskie nauki. 2022. № 207. S. 41-45.



3. Якушев А.Ж., Турковский С.Р. Анализ тенденций развития высшего образования при цифровой трансформации // Экономика и управление: проблемы, решения. 2023. № 2(134). С. 124-133. @@ Yakushev A.Zh., Turkovskij S.R. Analiz tendencij razvitiya vy'sshego obrazovaniya pri cifrovoj transformacii // E'konomika i upravlenie: problemy, resheniya. 2023. № 2(134). S. 124-133.

4. О приоритетном проекте «Экспорт образования» // Правительство России: официальный сайт. @@ О prioritetnom proekte «E'ksport obrazovaniya» // Pravitel'stvo Rossii: oficial'ny'j sajt. URL: <http://government.ru/info/27864/> (дата обращения: 02.03.2025).

5. Сколько иностранцев учится в российских вузах // Тинькофф Журнал: сайт. @@ Skol'ko inostrancev uchitsya v rossijskix vuzax // Tin'koff Zhurnal: sajt. URL: <https://journal.tinkoff.ru/international-students-stat/> (дата обращения: 02.03.2025).

6. Число иностранных студентов в России за три года выросло на 26 тысяч // Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: официальный сайт. @@ Chislo inostranny'x studentov v Rossii za tri goda vy'roslo na 26 ty'syach // Ministerstvo nauki i vy'sshego obrazovaniya Rossijskoj Federacii: oficial'ny'j sajt. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/mezhdunarodnoe-sotrudnichestvo/46158/> (дата обращения: 02.03.2025).

7. Тенденции развития высшего образования в мире и в России // Волгоградский государственный педагогический университет: сайт. @@ Tendencii razvitiya vy'sshego obrazovaniya v mire i v Rossii // Volgogradskij gosudarstvenny'j pedagogicheskij universitet: sajt. URL: <http://edu.vspu.ru/members/innasb/docs/195620/download> (дата обращения: 02.03.2025).

8. Индивидуальные образовательные траектории в российских вузах // Министерство образования и науки Российской Федерации: официальный сайт. @@ Individual'ny'e obrazovatel'ny'e traektorii v rossijskix vuzax // Ministerstvo obrazovaniya i nauki Rossijskoj Federacii: oficial'ny'j sajt. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/21499/> (дата обращения: 10.12.2024).

9. Как будут признаваться российские дипломы в новой системе высшего образования // Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: официальный сайт. @@ Kak budut priznavat'sya rossijskie diplomy v novoj sisteme vy'sshego obrazovaniya // Ministerstvo nauki i vy'sshego obrazovaniya Rossijskoj Federacii: oficial'ny'j sajt. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/nauka-i-obrazovanie/94616/> (дата обращения: 02.03.2025).

10. Минобрнауки России планирует расширить сеть филиалов российских вузов за рубежом // Министерство науки и высшего образования Российской Федерации: официальный сайт. @@ Minobrnauki Rossii planiruet rasshirit' set' filialov rossijskix vuzov za rubezhom // Ministerstvo nauki i vy'sshego obrazovaniya Rossijskoj Federacii: oficial'ny'j sajt. URL: <https://minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/64496/> (дата обращения: 02.03.2025).

