

## ОЦЕНКА ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ТУРЕЦКОГО РЫНКА ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ОМСКОГО ГОСУДАРСТВЕННОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМ. Ф.М. ДОСТОЕВСКОГО

**Н.И. Зеленская**, старший преподаватель

**В.В. Мацько**, начальник отдела маркетинга, рекламы и содействия трудоустройству

Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского

(Россия, г. Омск)

**Аннотация.** Рассматриваются вопросы продвижения образовательных услуг в Турцию: анализируется рынок образовательных услуг Турции, система образования, экономические и демографические условия развития среднего и высшего образования, а также мотивация абитуриентов в России и Турции.

**Ключевые слова:** рынок образовательных услуг, образование Турции, мотивация потребителей образовательных услуг, демография Турции, стоимость образования, университеты Турции.

В условиях ежегодного сокращения количества абитуриентов в Омской области вузы Омска исследуют новые рынки для продвижения образовательных услуг. Целевой аудиторией для ОмГУ им. Ф.М. Достоевского являются молодые люди в возрасте от 17 до 20 лет, нацеленные на получение качественного образования, по наиболее престижным и перспективным профилям в России. Между тем международные образовательные проекты остаются в сфере интересов университета.

Для того чтобы понять состав и особенности турецкого рынка выпускников, рассмотрим в основных чертах систему образования Турции.

Каждый турецкий гражданин в возрасте с 6 до 14 лет обязан посещать школу. В 1997 году обязательное образование было увеличено с 5 до 8 лет. Курс обязательного образования включает в себя 5 лет начальной школы, 3 года средней школы (до сих пор считается средним образованием в турецкой образовательной системе), 4 года старших классов (полное среднее образование). Школьное образование может быть увеличено на 1 год, если в школе есть подготовительный класс. По окончании пяти лет начальной школы и трех лет средней школы выдаются соответствующие дипломы.

Основная школьная программа включает в себя турецкий язык и литературу, математику, социальные предметы, науку,

гражданские и человеческие права, историю Турецкой республики и реформы Ататюрка, иностранные языки (английский, французский или немецкий), индивидуальные и групповые задания, культуру религии и этику, искусство / труд, музыку, физическую культуру, правила дорожного движения и оказания первой помощи, профессиональную ориентацию и факультативы. В начальной школе пятибалльная система оценок. «Двойка» соответствует 45%, что означает, что курс зачтен. 44% и меньше конвертируется в «единицу» и означает «не зачет».

По окончании полной средней школы (12 классов) выпускники сдают Национальный вступительный экзамен (OSS). Школы полного среднего образования с углубленным изучением наук, однако, предлагают только соответствующее научное направление [1].

Население Турции имеет следующую демографическую картину. Согласно нашей оценке, на конец 2015 года, население Турции составляло 79409926 человек. За 2015 год население Турции увеличилось приблизительно на 1315117 человек, годовой прирост составил 1,68%. В 2016 году численность населения Турции увеличится на 1337263 человек, и в конце года будет составлять 80747189 человек. Естественный прирост населения будет положительным и составит 916391 человек [2].

По нашим подсчётам в Турции около 55464697 человек старше 15 лет, которые могут читать и писать на каком-либо языке. Это составляет 95,12% от общего числа взрослого населения. Под взрослым населением в данном случае подразумеваются все люди старше 15 лет, но младше 25. Соответственно, около 2845218 человека все ещё остаются безграмотными. Уровень грамотности среди мужского взрослого населения составляет 98,39% (28759886 человек). 470908 мужчин – безграмотны. Уровень грамотности среди женского взрослого населения составляет 91,84% (26704811 человек). 2374310 женщин – безграмотны. Уровень грамотности среди молодёжи 99,68% и 98,81% для мужчин и женщин соответственно. Общий уровень грамотности среди молодёжи составляет 99,25%. Понятие молодёжи в данном случае покрывает население в возрасте от 15 до 24 лет включительно [3].

В качестве тенденции развития образования необходимо отметить возросшее влияние ислама в образовательных учреждениях. Некоторые данные свидетельствуют о планах государства превратить некоторые школы в исламские религиозные центры после увольнения оттуда тысяч учителей. Увольнения происходили после провала попытки государственного переворота в июле 2016, в ходе которого армейские генералы попытались свергнуть правительство.

Увольнения учителей были обоснованы новыми законами, принятыми, когда в стране объявили чрезвычайное положение [4].

Между тем, соотношение средней заработной платы и стоимости обучения вполне сопоставимы, хотя стоимость обучения в ОмГУ им. Ф.М. Достоевского существенно ниже [5].

Так, средняя зарплата в 2015 году по стране составила 1000\$ в месяц, или 2900 TRY. Рейтинг по городам Турции:

- Стамбул – 1320 долларов США (3828 турецких лир).
- Анкара – 946,3 (2744,3).
- Бурс – 843,5 (2446,2).
- Измир – 748,16 (2169,7).

– Эскишехир – 661,2 (1917,5)

Ежемесячная зарплата наиболее востребованных профессий (в долларах США): учитель средних классов – 1100, программист – 2500, инженер-строитель – 1700, инженер промышленного сектора – 2300, юрист – 2100, терапевт – 1600, полицейский – 1300; менеджер по продажам – 1450, кассир в супермаркете – 800 [6].

Стоит отметить, что стоимость обучения в турецких госвузах невысока, составляя за семестр несколько сотен долларов, в негосударственных – от \$5 тыс. до \$20 тыс. Так, в госвузах по специальностям, где обучение осуществляется на турецком языке, стоимость обучения составляет для граждан Турции от \$80 до \$250, для иностранцев – от \$240 до \$750. При обучении на английском языке в госвузе с граждан Турции взимается плата в размере \$150-\$500, с иностранцев – \$450-\$1500 в год [7].

Омский государственный университет им. И.Ф. Достоевского предлагает свои услуги на высоко конкурентном рынке образовательных услуг.

Для того чтобы занять достойное место среди конкурентов, необходимо понимать своих потенциальных потребителей, знать их предпочтения и соответствовать тем высоким критериям, которые предъявляет сегодняшний рынок.

Вследствие чего, перед университетом стоит задача по разработке корректной маркетинговой политики, в которую, в свою очередь, входит политика продукта, а именно, образовательных услуг.

Кроме того, немаловажную роль при выборе ВУЗа играет такой относительный фактор как престижность и известность учебного заведения.

Следует изучить, какие факторы рассматриваются абитуриентами в России и Турции при принятии решения при выборе вуза.

Процесс принятия решения потребителями образовательной услуги в теории наиболее полно описывает следующая модель, которая включает в себя несколько последовательных стадий [8]:

- осознание потребности в получении образования;

- поиск и анализ информации об образовательных услугах;
- первоначальная оценка вариантов получения образования в различных образовательных учреждениях;
- выбор наилучшего варианта;
- поступление в образовательной учреждение (покупка);
- обучение и удовлетворенность выбором образовательного учреждения (потребление);
- оценка качества образовательной услуги и перспектив работы по выбранной специальности;
- оценка выбора профессии и специальности;
- профессиональная деятельность на основе полученной специальности (распределение продуктом).

С точки зрения изучения конкурентоспособности, наиболее важными стадиями принятия решения потребителями являются осознание проблемы, сбор информации, первоначальная оценка вариантов получения образования в различных образовательных учреждениях, выбор наилучшего варианта.

Первая стадия принятия решения – осознание потребности в образовании. Потребитель (личность) понимает, что для достижения поставленных целей ему необходимо получить определенную специальность (осознание избирательной потребности) или профессиональное образование (осознание основной потребности). Для образовательного учреждения неважно, что в цепочке «специальность – вуз» для потенциального потребителя является приоритетным: получение конкретной специальности или обучение в определенном вузе. И в первом и во втором случае потребители производят оценку вариантов получения образования в различных вузах. Оценка вариантов получения образования проводится по факторам, то есть конкретным показателям, которые рассматриваются при выборе альтернатив, и на которые вуз может эффективно влиять.

Вторая стадия – поиск и анализ информации. Мотивированная активизация знаний, хранящихся в памяти (внутренний

поиск), или приобретение информации об образовательных учреждениях и их услугах из внешней среды (внешний поиск).

Первоначальная оценка вариантов получения образования является третьей стадией процесса принятия решения и определяется как процесс оценки альтернатив получения образования, с точки зрения ожидаемой выгоды и ограничения выбора до предпочтительного варианта.

Процедура совершения окончательного выбора потребителем образовательных услуг является четвертой стадией процесса принятия решения. Результатом этой процедуры должны стать название образовательного учреждения и специальность, по которой будет проходить обучение. Это могут быть и несколько приемлемых вариантов, из которых на следующих стадиях процесса принятия решения будет отобран только один.

Анализируя поведение потребителей образовательных услуг на стадиях (принятия решения о получении образования, с целью оценки конкурентоспособности, вузу необходимо:

- ознакомиться с запросами потребителей, их восприятием, мотивами и с их отношением к изучаемому продукту (образовательной услуге);
- узнать, что потенциальные потребители образовательных услуг ожидают получить от обучения;
- определить существенные факторы (критерии выбора), которые потребители используют при выборе образовательной услуги и вуза;
- определить психологические характеристики потребителей, которые могут повлиять на выбор ими вуза;
- определить другие существенные аспекты поведения потребителей в ходе выбора вуза [9].

В ОмГУ им. Ф.М. Достоевского регулярно изучается потребительское поведение с выделением мотивов на рынке образовательных услуг [10]. Согласно полученным данным можно выделить 3 группы мотивов поступления в ОмГУ по популярности:

1. Первую группу лидирующих мотивов (набравших более 50%) поступления в ОмГУ составляют следующие:

- получить высшее образование – 81%;
- получить качественное образование – 76%;
- получить статус квалифицированного специалиста – 51%.

Здесь следует отметить важный сдвиг: по сравнению с предыдущими исследованиями поменялись местами по популярности два мотива: «получить высшее образование» и «получить качественное образование». На 24% (по сравнению с исследованиями 2011 г.) увеличилась популярность мотива «получить высшее образование» и на 11% уменьшалась популярность мотива «получить качественное образование».

2. Вторую группу популярных мотивов (набравших от 30 до 50%) составляют следующие:

- приобрести глубокие и прочные знания – 48%;
- учиться в престижном ВУЗе – 38%;
- повысить уровень своих знаний, расширить кругозор – 38%;
- получить диплом государственного образца – 37%.

3. В третью группу входят мотивы, в наименьшей степени влияющие на выбор студента (указывали не более 5% студентов):

- так как ВУЗ близко расположен к месту жительства;
- получить отсрочку от армии;
- так как здесь существует система дифференцированных цен по оплате за обучение;
- другое.

В «Другое» студенты указывали следующее: «есть интересующая профессия»; «не поступил в другой вуз»; «получить фундаментальное классическое образование»; «нравится вуз»; «чтобы получить достойную работу»; «уехать из Казахстана» и пр.

В третьей волне исследования наиболее популярным стал мотив «личного престижа» (ранее он находился на второй по популярности позиции), так как получить

высшее образование в современном обществе очень престижно. Также для студентов 1 курса ОмГУ на приоритетных позициях находятся профессиональные мотивы поступления, связанные с желанием получить качественную подготовку за период обучения и стать квалифицированным специалистом в своей области. Также очень важно, что для студентов познавательные мотивы остаются на достаточно приоритетном месте, у студентов есть стремление углублять и расширять свои знания.

Итак, поведение потребителей образовательных услуг – сложный процесс, состоящий из нескольких стадий и подверженный влиянию различных факторов. Для оценки конкурентоспособности образовательной услуги и образовательного учреждения необходимо определить номенклатуру факторов (параметров), оказывающих влияние на процесс принятия решения потребителем о поступлении в вуз. При этом необходимо учитывать, что данные факторы будут различны для отдельных стран.

Поскольку системы образования разных стран существенно различаются, то не совпадают и образовательные стандарты, причем это несовпадение не сводится просто к некоторым формальным признакам, оно носит принципиальный характер. Из этого следует важное ограничение при интерпретации часто употребляемого термина "эквивалентность" применительно к однотипным уровням подготовки в разных странах и соответствующих им дипломов. Очевидно, что эквивалентность не означает полной тождественности, так как последняя невозможна не только при сопоставлении уровней подготовки разных стран, но даже для аналогичных учебных заведений одной и той же страны. Речь может идти лишь об относительной тождественности, границы которой находятся в зависимости от того, насколько широкими и жесткими являются требования соответствия сопоставляемых уровней или дипломов. Наиболее точно смысл словосочетания «эквивалентность дипломов» может быть интерпретирован как равноценность

последних с точки зрения возможностей дальнейшего продолжения образования или трудоустройства.

В практике международной академической мобильности наряду с эквивалентностью употребляется термин «признание». В отличие от эквивалентности признание предполагает относительное соответствие уровней образования, что оставляет за принимающей стороной право при приеме в учебные заведения или на работу вводить дополнительные требования, отличные от тех, которые применяются к лицам, имеющим соответствующие национальные документы об образовании.

Признание иностранных документов об образовании осуществляется в различных формах; взаимное (двухстороннее) признание с установлением эквивалентности; взаимное признание без установления эквивалентности; одностороннее признание.

Различными могут быть также и уровни субъектов, устанавливающих признание и эквивалентность дипломов [11].

Это могут быть уровни государства, ведомства, высшего учебного заведения, а также профессионального объединения или ассоциации.

Проблема признания и эквивалентности охватывает следующие основные аспекты:

- признание или установление эквивалентности документов об образовании, ученых степеней и званий одной страны в целях продолжения образования на более высоком уровне в другой;

- признание периодов или отдельных курсов обучения в одной стране с целью выполнения общей программы обучения, осуществляемой в другой стране;

- признание профессиональной квалификации специалистов одной страны с целью получения работы в другой.

Обобщая все вышеописанное можно сделать вывод, что студенты из Турции в первую очередь обращают внимание на следующие критерии:

- более высокая стоимость высшего образования на родине и в других странах;

- отсутствие на родине обучения по интересующей опрошенного профессии (специальности), особенно тесно связан-

ной с Россией (ее политикой, экономикой, историей, культурой и т.д.);

- более высокое качество обучения по ряду специальностей;

- соответствие диплома ВУЗа международным стандартам;

- материально-техническая база;

- список предлагаемых образовательных услуг;

- известность ВУЗа;

- организация учебного процесса;

- доступность информации о ВУЗе;

- разнообразие студенческой (культурной) жизни;

- условия проживания для студентов [12].

Приток иностранных граждан для обучения в вузах является важнейшим критерием качества системы высшего образования страны и соответствующих вузов. Кроме того, это также показатель интеграции страны в мировое сообщество и крупная статья экспорта.

По этой причине Омский Государственный университет заинтересован в притоке иностранных граждан, в том числе из Турции. Стоит начать с того, что Турция является развивающейся страной, в которой с каждым годом увеличивается количество студентов в университетах.

За последние 10 лет были открыты 66 новых университетов. Государство выделило деньги на обеспечение вузов профессиональными как турецкими, так и иностранными научными кадрами. В каждом образовательном учреждении имеется свой студенческий городок, построенный по европейским стандартам, плата за проживание, в котором является минимальной [13].

В настоящий момент в Турции около 146 университетов, и более трети всех ВУЗов составляют частные учебные заведения. Дипломы, полученные в Турции, высоко ценятся в Европе и США, так как турецкая система образования заимствовала традиционные черты американской и европейской образовательной системы.

Istanbul Aydin University один из ведущих турецких университетов, расположенный в Стамбуле. Он был основан в

2003 году как школа высшего профессионального образования, а в 2007 году получил статус университета, который сейчас осуществляет подготовку кадров с присвоением степени бакалавра, магистра и ученой степени. Университет располагает всеми условиями для успешного обучения студентов со всего мира [14].

Университет Бахчешехир (Bahcesehir University) – это ведущий турецкий университет, который добился успеха благодаря высокоспециализированному преподавательскому (550 преподавателей) и административному составу (250), хорошо организованным ресурсам, определенному набору высоких стандартов и выдающихся студентов. Был основан в 1998 году [15].

Основанный в 1999 году Okan University – один из самых молодых и динамично развивающихся университетов Турции, в котором учатся сегодня 7000 студентов. В университете функционируют 5 факультетов, 2 института и высшие школы прикладных и медицинских наук. Обучение ведется по 53 программам бакалавриата, 16 программам магистратуры и 3 программам докторантуры.

Okan University уделяет большое внимание своей международной деятельности и сотрудничает с учебными заведениями по всему миру. Тесные академические связи налажены с университетами США, Великобритании, Китая, России и других евразийских стран. Университет активно участвует в образовательной программе Европейского Союза «ERASMUS» по обмену студентов и профессорско-преподавательского состава [16].

Представленные университеты имеют международное сотрудничество с крупными университетами мира. Принятие международных правил игры привело к созданию множества англоязычных программ, что тесно связано с научной продуктивностью, поскольку английский язык стал основным языком мировой науки. В Турции значительное количество учебных программ (как бакалаврских, так и магистерского и докторского уровня) на английском языке имеется в государственных

университетах (преимущественно в Стамбуле, а также и в Анкаре).

Разбирая потребительские предпочтения студентов, смело можно заявить, что соперничать с такими университетами сложно. Образование в Турции представлено более качественно, их связи, преподавательский состав и научная библиотека более обширны, чем предлагаемые Омским Государственным университетом, а ведь именно эти критерии являются важными в выборе дальнейшего места обучения.

Повышение уровня качества высшего образования в Турции идет одновременно с повышением технологичности турецкой экономики, которой требуются все больше высококвалифицированных кадров, особенно в таких высокотехнологичных отраслях, как машиностроение, химическая промышленность и т.д.

Следует так же отметить, что процедура подтверждения российского диплома довольно затруднительна. Согласно Конвенции ООН, все страны, входящие в эту организацию, подписали договор о взаимном признании среднего и общего образования. На основании этого, граждане Турции, выпускники турецких школ, могут обучаться в российских вузах. Так же, как и россияне, могут обучаться в турецких, и европейских университетах. Но вот с признанием иностранных дипломов о высшем образовании дела обстоят сложнее. Большинство стран не признают дипломов о высшем образовании иностранных государств.

В Турции, получить официальное подтверждение диплома российского университета очень сложно, необходимо подать документы в специальную комиссию YOК при Министерстве образования. Необходимо сдавать экзамены по специальности, и вся процедура занимает много времени, возможно, год и более.

В РФ диплом должен пройти процедуру нострификации (процедура признания документов иностранных государств). Для этого необходимо поставить апостиль на оригинал диплома. Перевести его, включая все приложения, с нотариальным завере-

нием, на перевод поставить штамп в консульстве РФ в Турции. Таких переводов должно быть две штуки, штамп из консульства необходим только на одном. Далее его нужно отнести в центр в Москве, который занимается этим. С ними предварительно надо связаться, сделать это можно только по e-mail. В ответе вам подробно скажут какие еще документы могут потребоваться. Процедура нострификации занимает около полугода, да к тому, положительный результат не гарантирован.

Таким образом, Россия получила на мировом рынке образовательных услуг серьезного конкурента, который по большинству направлений более привлекателен. При этом следует учитывать, что Турция является не просто конкурентом России на этом направлении в глобальном смысле, а представляет собой конкурента именно в тех регионах, некоторые из которых традиционно были ориентированы на Россию. Турецкие вузы более встроены в мировой образовательный процесс. Качество обучения в турецких вузах и уровень научных исследований в целом выше, чем в России, и быстрыми темпами растет. В Турции значительно больше англоязычных программ. Страна стремительно развивается, имеет достаточно диверсифицированную экономику, год за годом повышая ее технологический уровень. Турция стала весь-

ма привлекательной с точки зрения трудовой морали, особенно в окружении стран, она является одним из редких средиземноморских образцов отсутствия сиесты. Турецкие компании действуют по всему миру, осуществляя широкий спектр работ и услуг. Деятельность турецких вузов в целом более прозрачна, чем российских.

Итак, мы пришли к выводу о необходимости наблюдения за образовательными процессами в Турции с целью продвижения образовательных услуг. Следует изучить степень начинающейся исламизации образования. В Турции рынок образования полностью занят национальными университетами, которые предлагают качественные, но более дорогостоящее образование. Мотивы поступления российских и турецких абитуриентов рознятся.

Кроме того, процедура подтверждения российского диплома довольно затруднительна. Большинство стран не признают дипломов о высшем образовании иностранных государств. В Турции, получить официальное подтверждение диплома российского университета очень сложно, необходимо подать документы в специальную комиссию УОК при Министерстве образования. Необходимо сдавать экзамены по специальности, и вся процедура занимает много времени, возможно, год и более.

#### **Библиографический список**

1. *Государственный портал* – <http://www.gostudyinturkey.com/ru/study-in-turkey-ru/educational-system-in-turkey>
2. *Статистический департамент* демографии Турции. <http://countrymeters.info/ru/Turkey/>
3. *Источник:* Данные для раздела "Грамотность населения Турции" основаны на последних данных, опубликованных Институтом Статистики ЮНЕСКО (данные были взяты 13 марта 2016).
4. *Daily Express*// [vestikavkaza.ru](http://vestikavkaza.ru), 18 октября 2016 № 1938072 <http://polpred.com/news/?cnt=161&sector=18>
5. *Стоимость обучения* по основным образовательным программам ФГБОУ ВО «ОмГУ им. Ф.М. Достоевского» <http://www.omsu.ru/about/structure/general/okst/info/stoimost.php>
6. [http://zarplatyinfo.ru/v\\_mire/srednyaya-zarplata-v-turcii.html](http://zarplatyinfo.ru/v_mire/srednyaya-zarplata-v-turcii.html)
7. <http://m2000.ru/turcija/vysshee-obrazovanie-v-turcii.html>
8. *Булеев А.И.* Коэффициент конкурентоспособности товаров и услуг // *Маркетинг и маркетинговые исследования в России.* – 2012. – №5.
9. *Комлев Е.Б.* Анализ конкурентоспособности товаров и услуг // *Маркетинг в России и за рубежом* – 2013. – №3.

10. *Мамаева В.Ю., Мацько В.В., Зеленская Н.И., Лавникова Ю.В.* Стратегия формирования имиджа организации на рынке образовательных услуг // Наука в центральной России. – 2013. – №2.
11. *Шереги Ф.Э., Дмитриев Н.М., Арефьев А.Л.* Россия на мировом рынке образовательных услуг // <http://www.demoscope.ru/weekly/2003/097/analit03.php>
12. *Веревкин О.Л.* Мотивы приезда иностранцев на учебу в россию. – [ecsocman.hse.ru/data/2013/07/22/.../2009\\_4\(92\)\\_12\\_Verevkin.pdf](http://ecsocman.hse.ru/data/2013/07/22/.../2009_4(92)_12_Verevkin.pdf)
13. <http://umma.ua/ru/news/world/2013/07/05/20632>
14. *Istanbul Aydin University.* – <http://www.aydin.edu.tr>.
15. *Bahcesehir University.* – <http://www.bahcesehir.edu.tr>.
16. *Okan University.* – <http://www.okan.edu.tr>.

**ASSESSMENT OF APPEAL FOR TURKISH MARKET PROMOTION OF  
EDUCATIONAL SERVICES OMSK STATE UNIVERSITY. F.M. DOSTOEVSKY**

**N.I. Zelenska**, *senior lecturer*

**V.V. Matsko**, *head of marketing, advertising and promoting employment*

**Omsk state university named after F.M. Dostoevsky**  
**(Russia, Omsk)**

**Abstract.** *Issues of promotion of educational services in Turkey: Turkey is analyzed the market of educational services, educational system, economic and demographic conditions of the development of secondary and higher education, as well as the motivation of students in Russia and Turkey.*

**Keywords:** *market of educational services, education, Turkey, the motivation of consumers of educational services, demographics of Turkey, the cost of education, Turkish universities.*