

гих регионов мира, составляют около 500 тыс. человек. Самая важная страна мигрантов на африканском континенте — ЮАР.

Современный миграционный процесс существенно отличается от аналогичных процессов не только прошлого века, но и первой половины нынешнего столетия.

На данном этапе миграция охватила все континенты, весь мир и обрела поистине глобальный характер. На начало последнего десятилетия XX в. в мире уже насчитывалось более 45 млн трудящихся-мигрантов.

Если в 50—70-е гг. миграция шла в основном из развивающихся стран в индустриально развитые, то с 80-х гг. наблюдается и встречный миграционный процесс: перемещение иностранной рабочей силы из более развитых в менее развитые страны.

Миграции трудовых ресурсов способствуют и современные технологии производства, основанные на принципах международного разделения труда. Это связано прежде всего с деятельностью транснациональных компаний, организующих производство в системе мирового хозяйства.

На современном этапе развития значительно увеличилась нелегальная миграция рабочей силы, которая стала мировой проблемой. В начале 90-х гг. в Европе находилось примерно 2 млн нелегалов. В США их 6 млн, а по некоторым источникам — 13 млн.

В международной миграции происходят качественные изменения, обусловленные НТР, суть которых состоит в том, что среди мигрирующих увеличивается доля квалифицированных специалистов.

Одной из особенностей современных миграционных процессов является также то, что страны, имевшие в прошлом статус метрополии, ориентируются на импорт рабочей силы из своих бывших колоний и зависимых стран.

<http://edoc.bseu.by>

Е.В. Демченко
БГЭУ (Минск)

СПЕЦИФИКА РИСКОВ ВЫХОДА НА МЕЖДУНАРОДНЫЙ РЫНОК УСЛУГ

В современной экономической ситуации возможности выхода Республики Беларусь на международный рынок услуг от-

раничены. Это связано не только с системой государственного регулирования сферы услуг в различных странах, но и со специфическими особенностями самих услуг.

Международный рынок услуг характеризуется высоким уровнем конкуренции, наличием практически сложившихся международных товарных рынков, постоянно увеличивающимся спросом на услуги, высокой их доходностью. Кроме того, различные сектора международного рынка услуг в силу их специфичности отличаются условиями функционирования, уровнем и степенью конкуренции, составом конкурирующих стран. Поэтому выход на международные рынки услуг предполагает комплексную реализацию маркетинговых стратегий, обеспечивающих конкурентные преимущества услуг.

Международный маркетинг в сфере услуг имеет специфические особенности, которые необходимо учитывать при реализации маркетинговых стратегий. Кроме того, выход на международный рынок услуг характеризуется более высокой степенью риска по сравнению с риском на товарных рынках. Это обусловлено:

- необходимостью преодоления существующих экономических, правовых ограничений;
- необходимостью адаптации к условиям региональных, национальных рынков;
- деятельностью на внутреннем рынке иностранных участников.

Повышенная степень риска в сфере услуг на международном рынке определяется прежде всего их специфической особенностью, связанной с совпадением по времени производства и потребления услуг, что не соответствует традиционному пониманию экспорта и импорта, используемому во внешней торговле товарами. В связи с этим при разработке маркетинговой стратегии целесообразно уделять внимание прежде всего непосредственному взаимодействию с потребителями. Одновременно необходимо обеспечивать контроль за качеством оказываемых услуг, подбор и обучение персонала. Говоря о проблемах адаптации предприятий сферы услуг к условиям внешнего рынка, следует учитывать психологический фактор, который связан с общепринятым негативным отношением к их деятельности как со стороны правительственных и государственных организаций, так и со стороны основной группы потребителей. Это связано с тем, что доминирует мнение о негативном влиянии предприятий сферы услуг на экономические процессы этих стран и безопасность в целом. Поэтому некоторые виды

деятельности иностранных компаний в сфере услуг, например, рекламная, консультационная, юридическая по степени риска следуют за компаниями, занимающимися добычей ресурсов (самая рискованная отрасль).

Ограничения в сфере услуг на международном рынке затрагивают различные аспекты деятельности предприятий. Как правило, регулируются показатели объемов реализации услуг, доходов от прямых инвестиций в предприятия сферы услуг. Эти ограничения распространяются в основном на финансовые, страховые, транспортные, консультационные услуги.

Такие ограничения в сфере услуг осуществляются иностранными государствами для поддержки развития национальных отраслей, сохранения контроля над наиболее важными отраслями сферы услуг в виде ответных мер по отношению к странам, проводящим дискриминационную политику в данной области, а также с целью улучшения показателей национального платежного баланса.

*М.И. Балашевич;
В. Завадский
БГЭУ (Минск)*

МЕЖДУНАРОДНЫЙ МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

В последнее время очень многие страны осознали возрастающую роль такой услуги, как образование. В немалой степени это объясняется тем, что рынок образовательных услуг очень динамично развивается и полноценное участие в этом развитии позволит получить очевидный экономический эффект. На макроуровне экспорт образовательных услуг благотворно сказывается на сальдо платежного баланса, оптимизируя его вследствие отсутствия встречного импорта и наличия прямых валютных поступлений; на микроуровне очевидными являются выгоды для каждого высшего учебного заведения, успешно осуществляющего международный образовательный маркетинг. Кроме того, не следует забывать о политических, культурных, общесоциальных и других факторах, свидетельствующих об актуальности и необходимости реализации международного маркетинга в сфере высшего образования.

Применительно к деятельности высшего учебного заведения на международном рынке образовательных услуг всю со-