

# Hizmet İhracatçılar Birliği (HİB) Sektör Stratejileri

## Eğitim Hizmetleri Sektör Stratejisi Özet Rapor

---

Kuruluřa Özel Gizli Belge

---

*Bu sunum Hizmet İhracatçılar Birliği (HİB) ve Eğitim Hizmetleri alt sektör üyelerinin dahili kullanımı için hazırlanmıştır. Raporun veya rapor içerisinde yer alan herhangi bir analiz ya da sayfanın üçüncü taraflar ve / veya kamuoyu ile kısmi veya tam olarak paylaşılması ve ifşa edilmesi için HİB ve MK Novo'nun yazılı onayı gereklidir.*

## BAŞLICA GÖSTERGELER

Üniversite Sayısı  
(2019)  
**207 (74'ü Vakıf)**

Toplam Üniversite Öğrenci Sayısı  
(2019)  
**8 milyon**

Eğitim Harcaması-GSYH oranı  
(2019)  
**%4.4**

Yabancı Öğrenci Sayısı  
(2019)  
**185 Bin (Binde 25)**

Devlet Üniv. Ortalama Eğitim Ücreti  
(2019)  
**1.000 \$**

Vakıf Üniv. Ortalama Eğitim Ücreti  
(2019)  
**10.000 \$**

Vakıf Üniv. Yabancı Öğr. Payı  
(2019 – öğrenci sayısı bazında)  
**1/3**

## SEKTÖRDE ÖNE ÇIKAN KONULAR

- 1 Son yıllarda geleneksel destinasyonlara rakip yeni ülkeler ön plana çıkmaya başlamıştır. Türkiye son yıllarda gösterdiği yükselişle uluslararası öğrenci temininde dünyada ilk 10'a girerek çok önemli bir aşamaya ulaşmıştır.
- 2 Eğitim, öğretim ve öğrenme metodolojilerinde paradigma değişimini pandemi hızlandırmıştır. Uzaktan öğrenme, dijitalleşme ve mikro sertifikasyonlar, hibrit eğitim; öğrenciler ve eğitim kurumları tarafından daha fazla ilgi görmektedir.
- 3 Yurtdışına yüksek sayıda öğrenci gönderen ülkelerde yerel yüksek öğrenim kurumları gelişmekte, bu durum bölgesel hareketliliğin artmasına neden olmaktadır.
- 4 Sektörde küresel çapta cazibe yaratan ülkelerin ortak özelliğinin, uluslararası öğrenci temini konusunda stratejik yol belirleyen ve ortak faaliyetler yürüten yapılanmalar olduğu gözlemlenmiştir.
- 5 Asya ülkeleri, eğitimde ithalatçı konumundan ihracatçı konuma kaymaktadır. Çin başta olmak üzere, Asya'nın yurtdışına gönderdiği öğrenci sayısı azalmaya başlamıştır. İzlediği ülke politikasının yanı sıra Kuşak ve Yol Projesiyle de Asya dışına daha fazla ulaşma potansiyelini arttırmıştır.
- 6 Klasik göç ülkelerinin yaşattığı zorluklar öğrencilerin alternatif ülkelere yönelmesine neden olmaktadır. Öğrenciler; kolay vize alınabilen, eğitim sonrası iş fırsatları sunulan, kaliteli eğitimi makul fiyata alabildikleri ülke arayışındadır.
- 7 Türkiye yakın bölge ve Müslüman coğrafyalardan daha fazla öğrenci çekmektedir. Rakip ülkelerimizin mevcut pazarlarımızda Ukrayna ve Malezya, Afrika ülkelerinde ise Çin olduğu gözlemlenmiştir.

## GELİŞİM ALANLARI

Hedef pazarlarda öğrenci edinim stratejisi ve tanıtım faaliyetlerinin bütünsel ele alınması

Eğitimde yeni dünya gerekliliklerinin takip edilmesi; dijitalleşme, uzaktan eğitim, hibrit eğitim, mikro sertifikasyonlar

Üniversitelerde uluslararası standartlarda hizmet ve eğitim kalitesinin sürekli olarak artırılması

Odak pazarlardaki yerel yükseköğrenim kurumlarıyla ortak programların tasarlanması

Ülkemizdeki istihdam açığını karşılamak üzere öncelikli alanlar belirlenerek öğrenci temin edilmesi

Uluslararası öğrencilere kolay başvuru süreçleri ve iş fırsatlarının sunulması

Devlet birimleri arasında senkronizasyonun artırılması, gerekli mevzuatların düzenlenmesi

## KONUMLANDIRMA

Türkiye: kaliteli eğitimi ve tüm dünyada tanınan diplomanın uygun koşullarda, ayrımcılık göstermeden sunan modern fırsatlar ülkesi

## HEDEFLER



Türkiye'nin küresel düzeyde ilk 5 ülke arasında yer alması

2025 Öğrenci sayısı: 300 bin, Öğrenci geliri: 3 milyar dolar (eğitim ücreti ve yaşam maliyeti toplam)

Güney Asya Müslümanları için en cazip yüksek öğrenim ülkesi olma ve Afrika kıtasında bilinirlik ve tercih edilebilirliğin artırılması

Yüksek sayıda öğrenci temin edilen pazarlarda nitelik ve nicelik olarak kalitenin yükseltilmesi

Türkiye'nin öncelikli alanları doğrultusunda yüksek öğrenim programlarının belirlenerek teşvik edilmelerini sağlamak (burs, nitelikli iş gücü)

## ODAK ALANI



### Hedef Ülkeler

- **Mevcut Pazarlar:** Afganistan, Azerbaycan, Bulgaristan, Irak, İran, Kazakistan, Kırgızistan, Suriye, Somali, Türkmenistan, Ürdün, Yunanistan
- **Afrika:** Cezayir, Kamerun, Libya, Mısır, Nijerya, Tunus
- **Asya:** Bangladeş, Endonezya, Fas, Hindistan, Pakistan, Yemen
- **Potansiyeli Büyük Pazarlar:** Hindistan, Endonezya, Nijerya, Çin, Özbekistan

### Öne Çıkarılacak Ürün ve Hizmetler

- Hibrit Öğrenim, Online Programlar, Mikro Sertifikasyonlar
- Burslar ve Teşvikler
- Rekabetçi Devlet Üniversiteleri
- Kolaylaştırılmış Vize İşlemleri ve Mezuniyet Sonrası Çalışma İmkanı

### Rekabet

- Yakın coğrafyalarda Ukrayna
- Müslüman coğrafyalarda Malezya
- İthalatçı konumdan ihracatçı konuma geçen Çin

## STRATEJİK AKSIYONLAR



Uluslararasılaşma Faaliyetlerinden Sorumlu Bir Yapılanma (TÜTK- Türkiye Üniversite Tanıtım Kurumu)

Uluslararasılaşma Kalite Güvence Sistemi – Kalite Kurulunun Kurulması, Uluslararası Eğitim Standartlarının Korunması

Hedef Ülkelerde Eğitim Ataşeliklerinin Kurulması, Ticaret Ataşelikleri Tarafından Desteklenilmesi

Kaliteli Eğitim Sunan ve Misafirperverliğiyle Tüm Kültürleri Karşılaman Ülkede Vurgusu ile Tanıtım Faaliyetleri

Öncelikli Alanlarda Nitelikli İş Gücü Yaratılması İçin Akıllı Burs Programları

Yurtdışı Okullarla Ortak Programlar, Uzaktan Eğitim, Hibrit Eğitim, Mikro Sertifikasyonlar

Hedef Ülkelerde Türkiye ve Türkçe Algısının Güçlendirilmesi

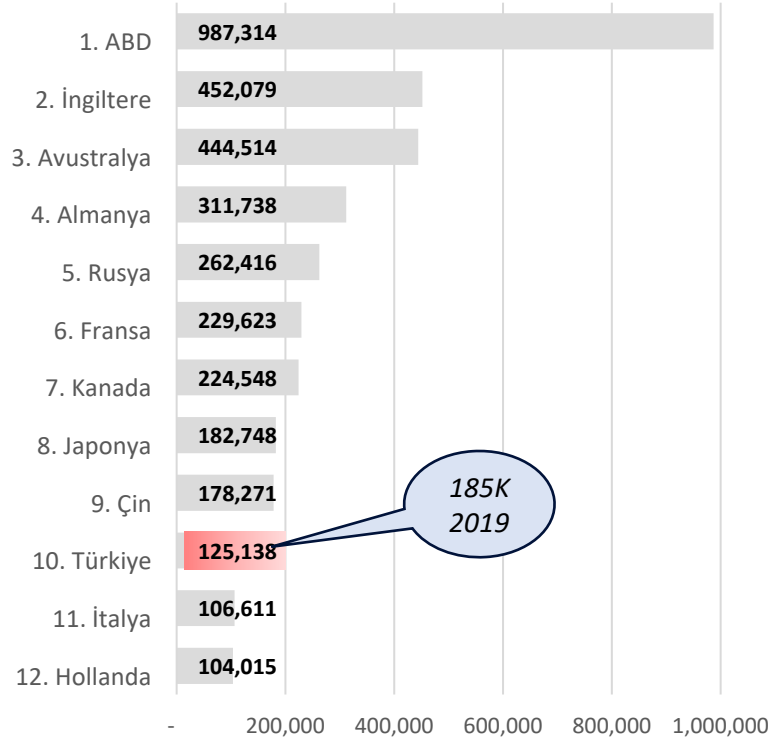
Başvurudan Vatandaşlık Patikasına Kadar Olan Sürecin Bütünsel Ele Alınması

# Küresel Pazar Analizi

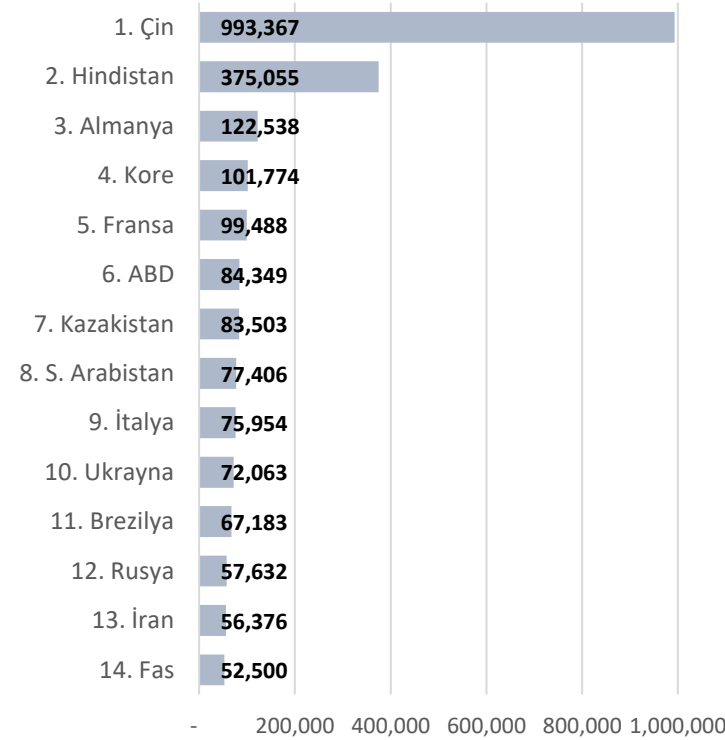
## Sektör Liderleri

Son yıllarda geleneksel destinasyonlara rakip yeni ülkeler ön plana çıkmaya başlamıştır. Türkiye son yıllarda gösterdiği yükselişle uluslararası öğrenci temininde dünyada ilk 10'a girerek çok önemli bir aşamaya ulaşmıştır.

**Gelen Öğrenci Sayısı** (100 binin üzerindeki ülkeler)  
Bin Kişi



**Gönderilen Öğrenci Sayısı** (50 binin üzerindeki ülkeler)  
Bin Kişi



**Uluslararası Öğrenci Oranı (2018)**  
Yüzde



# Küresel Pazar Analizi

## İyi Uygulamalar

Geleneksel destinasyonlara son yıllarda rakip olarak ortaya çıkan ve uluslararası öğrenci sayılarını arttıran ülkeler iyi uygulama örneği olarak analiz edilmiştir. İyi uygulama örnekleri, ülke stratejileri ve tanıtım ajanslarının varlığı, kapsamlı burs programları ve geniş çaplı mezuniyet öncesi ve sonrasında kapsayan çalışma izinleri ile dikkat çekmektedir.

### İyi Uygulama Örneği Seçim Kriterleri

ABD ve Birleşik Krallığa rekabet getiren Anglo-Saxon ülkelerinden  
(Avustralya, Kanada)



Küresel çapta son beş yılda öğrenci sayısını en çok arttıran ülkelerden  
(Çin)



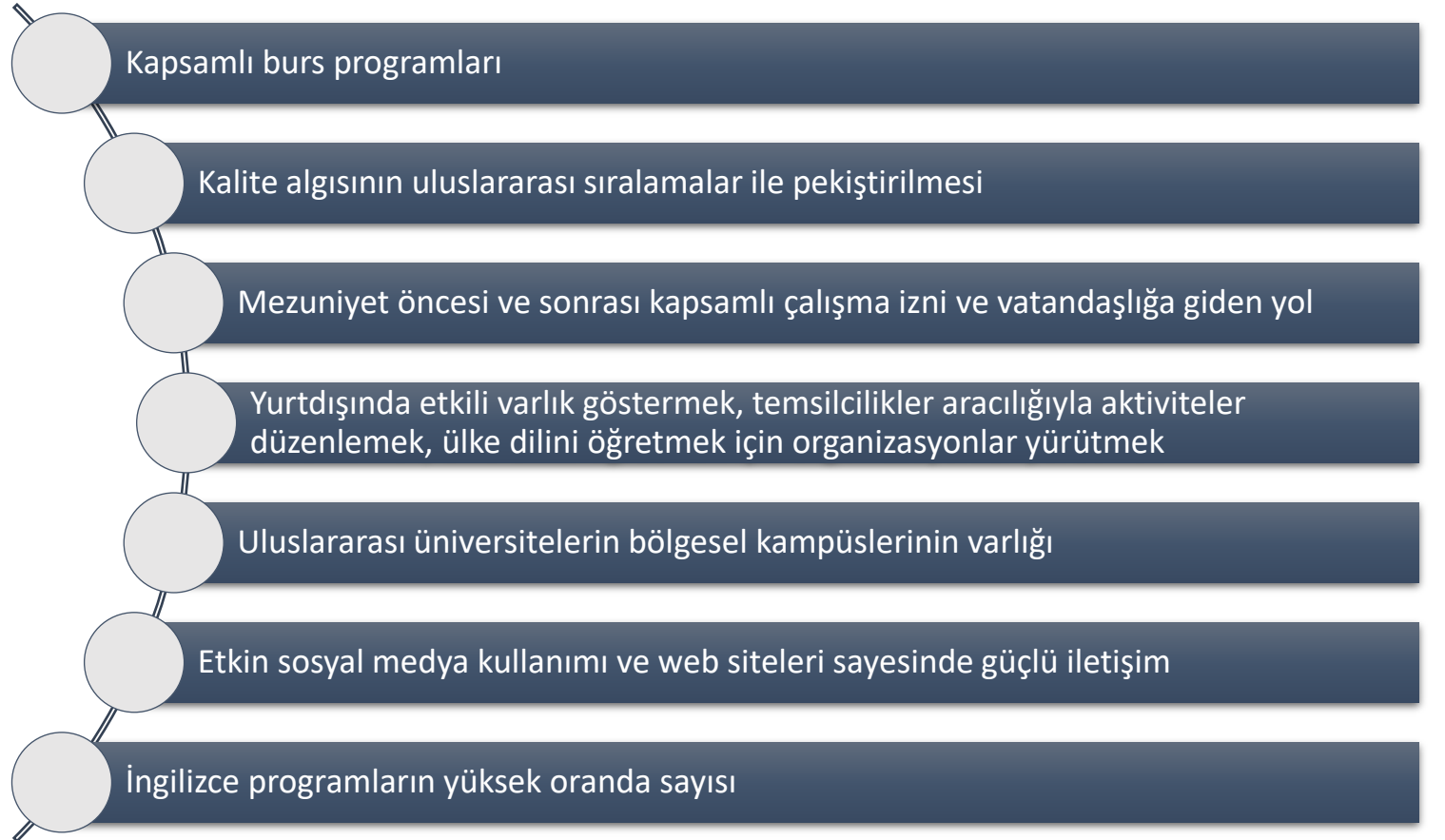
Bölgesel olarak yükselişte olan aktörlerden  
(Malezya)



Ülke stratejileriyle ön plana çıkan aktörlerden  
(Almanya)



### Ortak Çıkarımlar



# Küresel Pazar Analizi

## Rekabet Analizi

Türkiye'nin ile hedef pazarlardaki ihracatçılara bakıldığında bölgesel rakip olarak Ukrayna, Müslüman coğrafyalar içerisinde ise Malezya ön plana çıkmakta, ithalatçı konumdan ihracatçı konuma geçen Çin ise büyük bir pazar yarattığı için rekabet setine eklenmiştir.

### Rakip Ülke Seçim Kriterleri

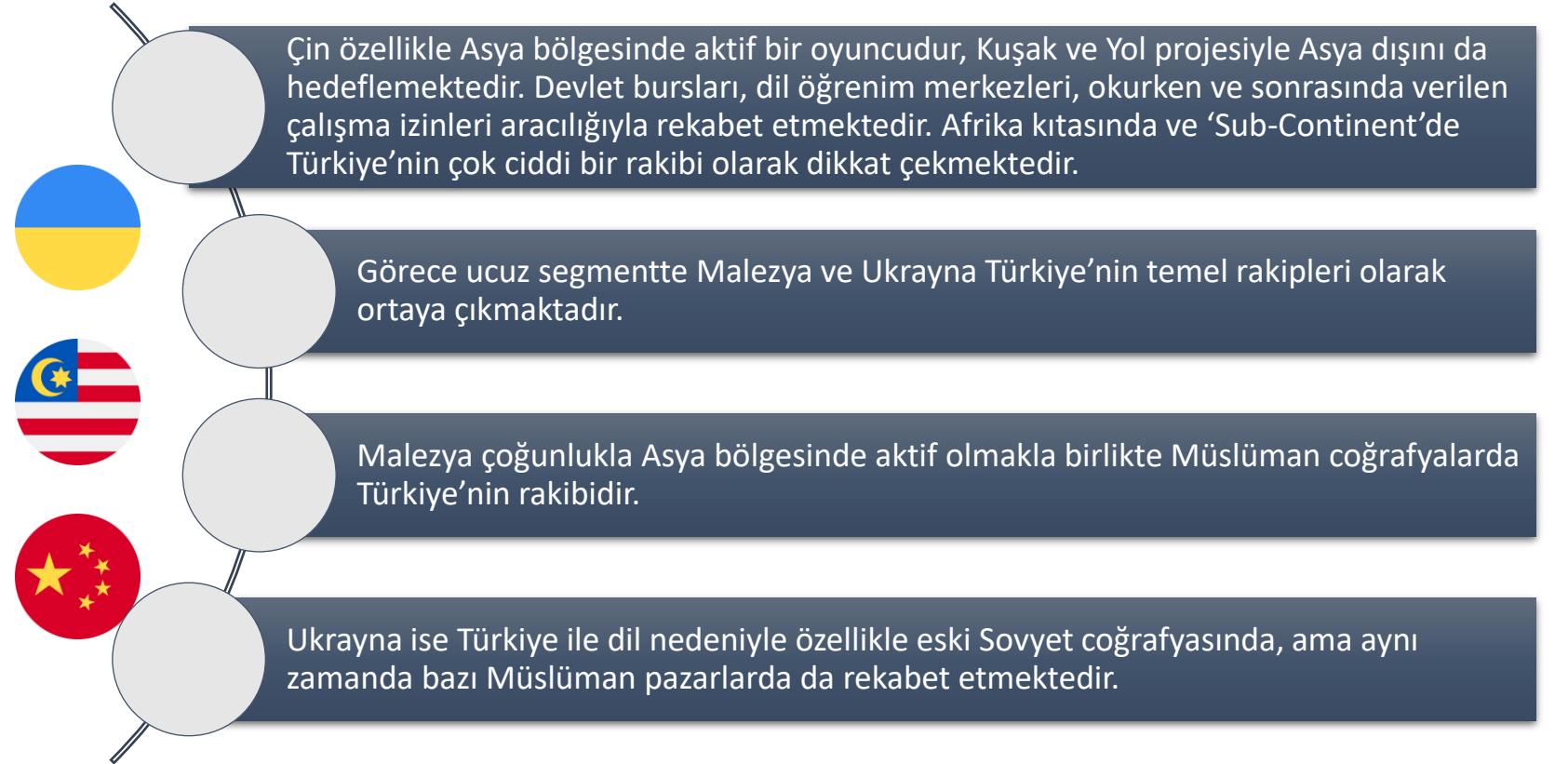
Öğrenim ücretinin ucuz olduğu veya bursların yaygın kullanıldığı ülkeler

Müslüman coğrafyadan öğrenci alan ülkeler

Uluslararası öğrenci temini açısından bölgesel rakip ülkelerden

Türkiye'nin aktif olduğu ve/veya aktif olmayı arzuladığı pazarlarda etkin ülkeler


### Ortak Çıkarımlar




## Yerel Pazar Analizi

### Yükseköğrenim Verileri

Türkiye yükseköğrenim sayıları açısından ciddi bir büyüklüğe sahiptir. Bu büyüklük uluslararası düzeyde potansiyel oyuncu olarak öne çıkarmaktadır. Türkiye’de Türkçe’nin yanı sıra İngilizce ve Arapça programların bulunması önemli bir rekabet avantajı getirmektedir.

	129	Devlet Üniversitesi
	74	Vakıf Üniversitesi
	4	MYO
<b>207</b> Üniversite		

	12,5 Bin	Önlisans P.
	11 Bin	Lisans P.
	10 Bin	Yükseklisans P.
	6 Bin	Doktora P.
<b>40.000</b> Program		

	3 Milyon	Önlisans Ö.
	4,5 Milyon	Lisans Ö.
	300 Bin	Yükseklisans Ö.
	100 Bin	Doktora Ö.
<b>8.000.000</b> Öğrenci		

	29 Bin	Profesör
	16 Bin	Doçent
	41 Bin	Doktor
	90 Bin	Diğer Öğt. Üyesi
<b>175.000</b> Öğretim Üyesi		

	17,7 Bin Giden Öğrenci
	4,7 Bin Gelen Öğrenci
<b>Erasmus +</b> Öğrenci Hareketliliği	

	74 ABD
	52 Birleşik Krallık
	30 Fransa
	29 Almanya
<b>210 +</b> Ortak Diploma Pr.	

	Türkiye: % 4,4 (2019)
	% 4,2 (2017)
	Dünya: % 4,53 (2017)
	OECD: % 4,99 (2017)
<b>Eğitim Harcaması</b> GSYH oranı	

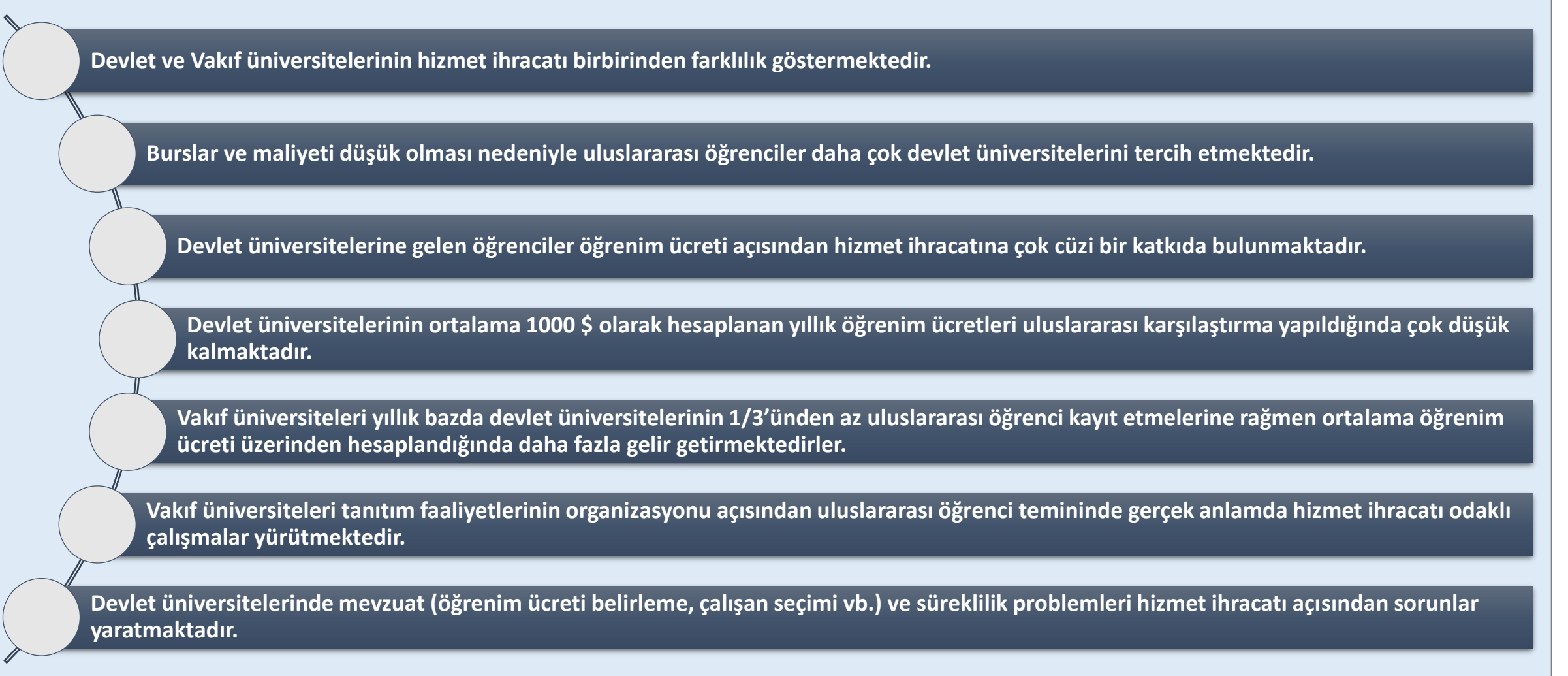
	185 Bin (2019)
	155 Bin (2018)
<b>Yabancı</b> Öğrenci	

	<b>Dillere Göre Okullardaki Programlar</b>
	<b>%100 Türkçe 22.271 program</b>
	• 7516 önlisans
	• 6372 lisans
	• 8894 yüksek lisans
	• 5224 doktora
	<b>%100 İngilizce 2.832 program</b>
	• 58 önlisans
	• 1319 lisans
	• 949 yüksek lisans
	• 506 doktora
	<b>%100 Arapça 41 program</b>
	• 1 önlisans
	• 25 lisans
	• 10 yüksek lisans
	• 5 doktora

## Yerel Pazar Analizi

### Yerel Pazara İlişkin Bulgular

Türkiye’de gelir getirici aktiviteyi (hizmet ihracatı) büyük oranda vakıf üniversiteleri gerçekleştirmektedir.





# Sektör Stratejisi

## Odak Pazarlar

Demografik olarak gençleşen, nüfusu artış trendinde olan, eğitim altyapısının görece sınırlı olduğu, Müslüman nüfusun da yoğun olduğu coğrafyalar

### SEÇİM KRİTERLERİ

- 15-24 yaş nüfusunun oranı önümüzdeki yıllarda büyüyecek ülkeler
- Eğitim altyapısının görece sınırlı olduğu
- Müslüman nüfusu yoğun ve fazla olan ülkeler
- Yurtdışına öğrenci gönderme geleneği olan ülkeler
- Türkiye'nin başarılı olduğu mevcut pazarlar
- Türkçe konuşan coğrafyalar



1. AFGANİSTAN
2. AZERBAJCAN
3. BANGLADEŞ
4. BULGARİSTAN
5. CEZAYİR
6. ENDONEZYA
7. FAS
8. HİNDİSTAN
9. İRAK
10. İRAN
11. KAMERUN
12. KAZAKİSTAN
13. KIRGIZİSTAN
14. LİBYA
15. MISIR
16. NİJERYA
17. ÖZBEKİSTAN
18. PAKİSTAN
19. SOMALİ
20. SURİYE
21. TUNUS
22. TÜRKMENİSTAN
23. ÜRDÜN
24. YEMEN
25. YUNANİSTAN

- Odak pazarlar
- İkincil pazarlar

# Sektör Stratejisi

## Yaklaşımımız

Türkiye uluslararası öğrenci temini açısından dünyada ilk 5 ülke arasına girme potansiyeline sahiptir.

1. Türkiye'ye gelen uluslararası öğrenci sayılarını 2025 yılında 300 bine, 2030 yılında 500 bine çıkarmak
2. Uluslararası öğrencilerden elde edilen geliri 2025 yılında 3 milyar \$'a, 2030 yılında 5 milyar \$'a çıkarmak
3. Afrika kıtasını 2030 yılına kadar fethetmek
4. Güney Asya Müslümanları için en cazip yüksek öğrenim ülkesi olmak
5. Yüksek sayıda öğrenci temin edilen pazarlarda nitelik ve nicelik olarak kaliteyi yükseltmek
6. Türkiye'nin öncelikleri doğrultusunda yüksek öğrenim programlarının belirlenerek teşvik edilmelerini sağlamak

Hedef

### Almanya, Malezya ve Ukrayna ile Rekabet Ettiğimiz Ülkeler: Güney Asya ve Afrika kıtası ve Yakın Coğrafyalar

Odak Alanı

1

Afganistan, Azerbaycan, Bangladeş, Bulgaristan, Cezayir, Endonezya, Fas, Hindistan, Irak, İran, Kamerun, Kazakistan, Kırgızistan, Libya, Mısır, Nijerya, Özbekistan, Pakistan, Somali, Suriye, Tunus, Türkmenistan, Ürdün, Yemen, Yunanistan

Hedef Ülkeler

2

Hibrit Öğretim, Online Programlar, Mikro Sertifikasyonlar, Burslar ve Teşvikler, Rekabetçi Devlet Üniversiteleri, Kolaylaştırılmış Vize İşlemleri ve Mezuniyet Sonrası Çalışma İmkanı

Hizmet ve Ürünler

3

Uluslararası öğrencilerin kariyer hedeflerine ulaşmaları için uygun koşullarda kaliteli eğitim alabilecekleri ve kişisel gelişimlerini tamamlayacakları keyifli ve modern bir öğrenci yaşamı sunan ülke: TÜRKİYE

Konumlandırma

- A. Uluslararası Öğrenci Temini Mevzuatının Geliştirilerek Pazar Şartlarına Uygun Hale Getirilmesi
- B. Türkiye Markasının Odak Pazarlarda Tanıtılması ve Eğitim Kalitesinin Arttırılması
- C. Eğitim Seviyesinin Uluslararası Eğitim Standartlarında Olduğunun Garanti Altına Alınması
- D. Uluslararası Öğrenci Temini Açısından Ülke Çeşitliliğinin Arttırılması ve Yeni Pazarlara Ulaşılması
- E. Devlet Üniversitelerinin Uluslararasılaşma Yapılarının Yeniden Düzenlenmesi
- F. Yurtdışında Türkçe Öğreniminin Teşvik Edilmesi
- G. Türkiye Yükseköğrenim Ürününün Yeni Dijitalleşme Akımları Göz Önüne Alınarak Dönüştürülmesi
- H. Türkiye'nin Gereksinimleri Göz Ardı Edilmeksizin Yüksek Talep Gören Uluslararası Öğrenci Odaklı Programların Tasarlanmasının Teşvik Edilmesi
- I. Covid-19 Sürecinde Türkiye'ye Görece Avantaj Sağlayan Açık-sınır Politikasının Testler Ve Aşılama Kampanyaları İle Uluslararası Öğrenciler İçin Devam Ettirilmesi

Strateji

1. Tanıtım ve ülkelerle koordinasyondan sorumlu bir yapının kurulması
2. Yüksek Öğretim Uluslararasılaşma Kalite Kurulu'nun (YÖKAK aracılığıyla) kurulması, üniversitelerde uluslararasılaşma izleme sisteminin oluşturulması (kalite güvence sistemi)
3. Devlet üniversitesi uluslararası öğrenci ücretlerinin düzenlenmesi Öğrencilerin adaptasyon sürecinin hızlandırılması
4. Öncelikli bölümler bazında vize, mezuniyet sonrası çalışma izni ve meslekler bazında vatandaşlık
5. Hedef ülkelerde Türkçe Dil Kurslarının yaygınlaştırılması, yapılanmayı destek amacıyla istekli acentelerin bu konuda yetkilendirilmesi
6. Nitelikli iş gücü ve gönüllü elçiler yaratılması için akıllı burs programlarının oluşturulması
7. Teknoloji altyapı çalışmalarının yürütülmesi
8. Gerekli mevzuatların düzenlenmesi

Eylemler

## Sektör Stratejisi

### Odak Pazarlar

Demografik faktörleri ve Müslümanların yoğun yaşadığı bölgeler Afrika ve Güney Asya'nın gelecekte de önemli bir pazar olacağını göstermektedir.

Odaklanacağımız Pazarlar	<b>Mevcut Pazarlar</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pazar konumumuzu korumamız, kalite ve fiyatta artışa gitmemiz gerekiyor</li> </ul>	<b>ÜRÜN:</b> <b>Odaklanacağımız hedef pazarlardaki öğrencilerin kaliteli eğitimi ve tüm dünyada tanınan diplomayı uygun fiyata, ayrımcılık görmeden alacakları modern fırsatlar ülkesi 'TÜRKİYE'</b>
	<b>Afrika</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>En hızlı büyüyecek olan kıta</li> <li>15-24 yaş nüfusu 2100 yılına kadar büyümeye devam edecek</li> <li>Çok büyük Müslüman nüfus (530 milyon)</li> </ul>	
	<b>Güney Asya</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Hindistan-Pakistan-Bangladeş toplamda 1 milyar 750 milyon nüfusa sahip (2021)</li> <li>Toplamda 560 milyon Müslüman (2021)</li> </ul>	
	<b>Hindistan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>1 milyar 400 milyon+ nüfus</li> <li>200 milyon+ Müslüman (2021)</li> </ul>	
	<b>Endonezya</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>260 milyon+ nüfus (2021)</li> <li>230 milyon+ Müslüman nüfus (2021)</li> </ul>	
	<b>Nijerya</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>210 milyon+ nüfus (2021)</li> <li>100 milyon+ Müslüman nüfus (2021)</li> </ul>	
	<b>Özbekistan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Orta Asya'nın en büyük ülkesi: 34 milyon+ nüfus (2021)</li> <li>Türkçeye çok yakın bir dil konuşuluyor</li> <li>30 milyon+ Müslüman nüfus (2021)</li> </ul>	

# Sektör Stratejisi

## Odak Pazarlar

	Afrika	Güney Asya
<b>Rekabet</b>	Malezya, Ukrayna	Malezya, Ukrayna, Almanya
<b>Farklılaşma Alanları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kalite Güvencesi ve Bologna Süreci</li><li>• Dijital teknolojilerin iyi kullanıldığı yüksek öğrenim vurgusu</li><li>• Maarif Okullarının varlığı, Türkçe öğrenmenin teşvik edilmesi THY'nin direkt uçuşlarının Afrika özelinde diğer havayollarından ve ülkelerden çok daha kapsayıcı olması</li><li>• ABD ve Avrupa üniversitelerine master ve doktora için köprü</li><li>• Nitelikli öğrenciler için odak alanlarda burs</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kalite Güvencesi ve Bologna Süreci</li><li>• Dijital teknolojilerin iyi kullanıldığı yüksek öğrenim vurgusu</li><li>• ABD ve Avrupa üniversitelerine master ve doktora için köprü</li><li>• Türkçe öğrenmenin teşvik edilmesi (Yunus Emre Enstitüleri, ...)</li><li>• Nitelikli öğrenciler için odak alanlarda burs</li></ul>
<b>Hizmet/ Ürün Konumlandırma</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bologna sistemine dahil, ulusal kalite güvence sistemine sahip lisans dereceleri veren tam donanımlı üniversiteler</li><li>• Modern bir ülkede kaliteli eğitim ve tüm dünyada tanınan diploma</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Bologna sistemine dahil, ulusal kalite güvence sistemine sahip lisans dereceleri veren tam donanımlı üniversiteler</li><li>• Modern bir ülkede kaliteli eğitim ve tüm dünyada tanınan diploma</li></ul>
<b>Öğrencilerin Ödeyebilecekleri Öğrenim Ücreti</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lisans: 2500-12.500\$</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Lisans: 2500-10.000\$</li></ul>
<b>Tanıtım</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ülke için önemli olan global ve yerel dijital mecraların ve iletişim kanallarının kullanılması</li><li>• Acente tanıtımları</li><li>• Yerinde ve online fuar katılımı</li><li>• Öğrenci potansiyeli yüksek ülkelerde (örn. Nijerya) tanıtım ve koordinasyon için yerel temsilciliğin açılması</li><li>• Yerel medya tanıtımları yapılması aile odaklı ve rehber öğretmen odaklı organizasyonlar, fuarlar</li><li>• Türk dizileri odaklı tanıtımlar (üniversite odaklı diziler, reklamlar, ..)</li></ul>	

# Sektör Stratejisi

## Odak Pazarlar

	Hindistan	Endonezya	Nijerya	Özbekistan
<b>Rekabet</b>	Ukrayna, Malezya	Çin ve Malezya	Malezya, Ukrayna	Ukrayna
<b>Farklılaşma Alanları</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kalite Güvencesi ve Bologna Süreci</li> <li>Dijital teknolojilerin iyi kullanıldığı yüksek öğrenim vurgusu</li> <li>Tıp ve Sağlık Bilimleri Odaklı Programlar, Mühendislik programların özellikle vurgulanması</li> <li>Tezsiz YL programlarının öne çıkarılması</li> <li>ABD ve Avrupa üniversitelerine master ve doktora için köprü</li> <li>Nitelikli öğrenciler için odak alanlarda burs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kalite Güvencesi ve Bologna Süreci</li> <li>Dijital teknolojilerin iyi kullanıldığı yüksek öğrenim vurgusu</li> <li>ABD ve Avrupa üniversitelerine master ve doktora için köprü</li> <li>Hizmet sektörü odaklı yaklaşım (MYO)</li> <li>Nitelikli öğrenciler için odak alanlarda burs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kalite Güvencesi ve Bologna Süreci</li> <li>Dijital teknolojilerin iyi kullanıldığı yüksek öğrenim vurgusu</li> <li>YL programlarının öne çıkarılması</li> <li>ABD ve Avrupa üniversitelerine master ve doktora için köprü</li> <li>Nitelikli öğrenciler için odak alanlarda burs</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kalite Güvencesi ve Bologna Süreci</li> <li>Dijital teknolojilerin iyi kullanıldığı yüksek öğrenim vurgusu</li> <li>Türkçe programlar</li> <li>Türkiye ile olan toplumsal bağların öne çıkartılması</li> <li>Nitelikli öğrenciler için odak alanlarda burs</li> </ul>
<b>Hizmet/Ürün Konumlandırması</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modern bir ülkede kaliteli eğitim ve tüm dünyada tanınan diploma</li> <li>Yüksek lisans programlarına özel odak</li> </ul> <p><b>Hizmetler:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>İngilizce MBA ve türevleri</li> <li>Tıp ve Sağlık Bilimleri Programları</li> <li>Mühendislik ve Temel Bilimler Master, Tezsiz YL</li> <li>Online ve/veya Yerinde Öğrenim (dijital ve çevrim içi seçeneklerinin sunulması)</li> <li>1+1, 1+3, 2+2 benzeri programların geliştirilmesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modern bir ülkede kaliteli eğitim ve tüm dünyada tanınan diploma</li> </ul> <p><b>Hizmetler:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>İşletme, Mühendislik</li> <li>Hizmet sektörü odaklı MYO programları</li> <li>Endonezya üniversiteleri ile ortak programlar</li> <li>Online ve/veya Yerinde Öğrenim (dijital ve çevrim içi seçeneklerinin sunulması)</li> <li>1+1, 1+3, 2+2 benzeri programların geliştirilmesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Modern bir ülkede kaliteli eğitim ve tüm dünyada tanınan diploma</li> <li>Yüksek lisans programlarına özel odak</li> </ul> <p><b>Hizmetler:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>İşletme ve Mühendislik Lisans ve YL Programları</li> <li>1+1, 1+3, 2+2 benzeri programların geliştirilmesi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kaliteli eğitimin Türkçe/İngilizce verildiği, diplomalarının tüm dünyada tanındığı yüksek öğrenim sistemi</li> </ul> <p><b>Hizmetler:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>İşletme ve Mühendislik Lisans ve YL Programları</li> <li>Online ve/veya Yerinde Öğrenim (dijital ve çevrim içi seçeneklerinin sunulması)</li> <li>1+1, 1+3, 2+2 benzeri programların geliştirilmesi</li> <li>Türkçe Mikro sertifikasyon programları</li> </ul>
<b>Öğrencilerin Ödeyebilecekleri Öğrenim Ücreti</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Yüksek Lisans: 7500 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lisans: 2500-5000 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lisans: 2500-5000 \$</li> <li>Yüksek Lisans: 7500 \$</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Lisans: 2500-5000 \$</li> </ul>
<b>Tanıtım</b>	Ülke için önemli olan global ve yerel dijital mecraların ve iletişim kanallarının kullanılması, Acente tanıtımları, Yerinde ve online fuar katılımı, Türkiye fuarlar, organizasyonlarının gerçekleştirilmesi, Türk dizileri odaklı tanıtımlar (üniversite odaklı diziler, reklamlar, ..)			

# Sektör Stratejisi

## Odak Pazarlar

	Mevcut Pazarlar (Azerbaycan, Suriye, Türkmenistan, Irak vb.)
<b>Rekabet</b>	Ukrayna (Azerbaycan, Türkmenistan), Almanya (Suriye, Irak), ABD (Irak)
<b>Farklılaşma Alanları</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Kalite Güvencesi ve Bologna Süreci</li><li>• ABD ve Avrupa üniversitelerine master ve doktora için köprü</li><li>• Dijital teknolojilerin iyi kullanıldığı yüksek öğrenim vurgusu</li><li>• Türkiye markası</li><li>• Türkçe programlar</li><li>• Acente bağımlılığının düşürülmesi</li><li>• Nitelikli öğrenciler için odak alanlarda burs</li></ul>
<b>Hizmet/ Ürün Konumlandırma</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Türkçe lisans ve master programları, ortak programların hazırlanması</li><li>• Gelen öğrencilerin kalitesini artırmak için özel programların tasarlanması</li><li>• Burs verilecek öğrenciler için kriterlerin gözden geçirilmesi, Türkiye ülke ihtiyaçları doğrultusunda programların yüksek potansiyelli burslu öğrenciler ile desteklenmesi</li></ul>
<b>Fiyat Politikası</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Burs politikasını gözden geçir</li><li>• Vakıf ve Devlet üniversitesi fiyatlarını yükselt</li></ul>
<b>Tanıtım</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ülke için önemli olan global ve yerel dijital mecraların ve iletişim kanallarının kullanılması</li><li>• Acente tanıtımları</li><li>• Tanıtım ve koordinasyon için yerel temsilciliğin açılması</li><li>• Yerel medya tanıtımları yapılması aile odaklı ve rehber öğretmen odaklı organizasyonlar, fuarlar</li><li>• Türk dizileri odaklı tanıtımlar (üniversite odaklı diziler, reklamlar, ..)</li></ul>

# Sektör Yol Haritası

## Sektörel Hedefler ve Gelişim Alanları

### Sektörel Hedefler

Uluslararası öğrenci sayılarını 2025 yılında 300 bine, 2030 yılında 500 bine çıkarmak

Uluslararası öğrencilerden elde edilen geliri 2025 yılında 3 milyar \$'a, 2030 yılında 5 milyar \$'a çıkarmak

Afrika kıtasını 2030 yılına kadar fethetmek

Güney Asya Müslümanları için en cazip yüksek öğrenim ülkesi olmak

Yüksek sayıda öğrenci temin edilen pazarlarda nitelik ve nicelik olarak kaliteyi yükseltmek

Türkiye'nin öncelikleri doğrultusunda yüksek öğrenim programlarının belirlenerek teşvik edilmelerini sağlamak

### Alt Hedefler ve Gelişim Alanları

Uluslararası öğrenci temini mevzuatının geliştirilerek pazar şartlarına uygun hale getirilmesi

Türkiye markasının odak pazarlarda tanıtılması ve eğitim kalitesinin artırılması

Uluslararası öğrenci temini açısından ülke çeşitliliğinin artırılması ve yeni pazarlara ulaşılması

Eğitim seviyesinin uluslararası eğitim standartlarında olduğunun garanti altına alınması

Devlet üniversitelerinin uluslararasılaşma yapılarının yeniden düzenlenmesi

Yurtdışında Türkçe öğreniminin teşvik edilmesi

Türkiye yükseköğrenim ürününün yeni dijitalleşme akımları göz önüne alınarak dönüştürülmesi

Türkiye'nin gereksinimleri göz ardı edilmeksizin yüksek talep gören uluslararası öğrenci odaklı programların tasarlanmasının teşvik edilmesi

Covid-19 sürecinde Türkiye'ye görece avantaj sağlayan açık-sınır politikasının testler ve aşılama kampanyaları ile uluslararası öğrenciler için devam ettirilmesi

## Sektör Yol Haritası

### Stratejik İnisiyatifler

Hedefleri gerçekleştirmek için hızlı aksiyon alınması gerekmektedir.

- A. Uluslararası Öğrenci Temini Mevzuatının Geliştirilerek Pazar Şartlarına Uygun Hale Getirilmesi**
- B. Türkiye Markasının Odak Pazarlarda Tanıtılması ve Eğitim Kalitesinin Arttırılması**
- C. Eğitim Seviyesinin Uluslararası Eğitim Standartlarında Olduğunun Garanti Altına Alınması**
- D. Uluslararası Öğrenci Temini Açısından Ülke Çeşitliliğinin Arttırılması ve Yeni Pazarlara Ulaşılması**
- E. Devlet Üniversitelerinin Uluslararasılaşma Yapılarının Yeniden Düzenlenmesi**
- F. Yurtdışında Türkçe Öğreniminin Teşvik Edilmesi**
- G. Türkiye Yükseköğrenim Ürününün Yeni Dijitalleşme Akımları Göz Önüne Alınarak Dönüştürülmesi**
- H. Türkiye'nin Gereksinimleri Göz Ardı Edilmeksizin Yüksek Talep Gören Uluslararası Öğrenci Odaklı Programların Tasarlanmasının Teşvik Edilmesi**
- I. Covid-19 Sürecinde Türkiye'ye Görece Avantaj Sağlayan Açık-sınır Politikasının Testler Ve Aşılama Kampanyaları İle Uluslararası Öğrenciler İçin Devam Ettirilmesi**



## Sektör Yol Haritası

### A. Uluslararası Öğrenci Temini Mevzuatının Geliştirilerek Pazar Şartlarına Uygun Hale Getirilmesi

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
A1. Devlet birimleri arasında senkronizasyonun arttırılması	<p>A1.1. Ulusal düzeyde yüksek öğrenim stratejilerinin belirlenerek Uluslararasılaşma Planlarının düzenli olarak hazırlanması</p> <p>A1.2. Uluslararası öğrenciler odaklı çalışan tüm kurumlar arasında koordinasyonu sağlayacak yeni bir yapının oluşturulması</p>
A2. Bahar döneminde uluslararası öğrenci kabulünün kısıtlı olması	<p>A2.1. Önlisans ve lisans programlarına uluslararası öğrencilerin Bahar döneminde kabulünün sağlanması</p>
A3. Başvuru ve adaptasyon sürecinde zorluklar yaşanması	<p>A3.1. Lise denklik başvurularının online yapılabilmesi</p> <p>A3.2. Tüm hedef ülkelerde eğitim ataşesinin bulunması</p> <p>A3.3. Öğrenci vizesi süreçlerinin kolaylaştırılması</p> <p>A3.4. Mavi Kart sahibi öğrencilerin Türkiye’de üniversite okumalarının önündeki kota kısıtının kaldırılması</p> <p>A3.5. Her okulda etkin Uluslararası Öğrenci Biriminin kurulmasının zorunlu kılınması ve gerekli ödeneğin ayrılması</p> <p>A3.6. Uluslararası öğrencilerin, desteğe ihtiyaç duyduğu tüm süreçlerinde yönlendirme yapabilecek tek bir numara üzerinden 7/24 ulaşabileceği ulusal bir çağrı merkezinin kurulması</p>

## Sektör Yol Haritası

### A. Uluslararası Öğrenci Temini Mevzuatının Geliştirilerek Pazar Şartlarına Uygun Hale Getirilmesi

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
A4. Türkiye'nin öncelikli alanlarda nitelikli iş gücü ihtiyacının belirlenmesi ve öğrencilere mezuniyet sonrası iş fırsatlarının sunulması	A4.1. Uluslararası öğrencilere Türkiye'nin öncelikli iş gücü alanlarına uygun üniversite kontenjanlarının açılması ve/veya kontenjanların arttırılması
	A4.2 Burs programlarının ve kontenjanlarının belirlenen öncelikli mesleki alanlara odaklanması
	A4.3. Öncelikli iş alanlarında mezuniyet sonrası çalışma izninin artırılması
	A4.4. Öncelikli iş alanlarından mezun olacak uluslararası öğrenciler için vatandaş olma sürecinin kolaylaştırılması

## Sektör Yol Haritası

### B. Türkiye Markasının Odak Pazarlarda Tanıtılması Ve Eğitim Kalitesinin Arttırılması

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
B1. Yeni pazarlara giriş, bilinirlik yaratılması ve yerel düzeyde sorunların çözülmesi	B1.1. Tanıtım ve ülkelerle koordinasyondan sorumlu bir yapının kurulması (TÜTK- Türkiye Üniversite Tanıtım Kurumu)
	B1.2. Öğrenci potansiyeli yüksek ülkelerde (Örneğin; Nijerya) TÜTK temsilciliklerinin, olmayan ülkelerde ise eğitim ataşeliklerinin açılması, tüm hedef pazarlarda ticaret ataşelikleri tarafından desteklenilmesi
B2. Pazarlama faaliyetlerinin arttırılması	B2.1. <i>Kaliteli Eğitim Sunan ve Misafirperverliğiyle Tüm Kültürleri Karşılaman Ülkeleri</i> vurgusu ile Türkiye'nin tanıtılması
	B2.2. Hedef ülkelerde tanınırlık için üniversitelere verilen teşviklerin arttırılması
	B2.3. Etkin iletişim ve görünürlük için dijital mecralardaki varlığın arttırılması
B3. Burslar aracılığıyla tanıtım yapılması	B3.1. Verilen bursların yeni girilecek pazarlara odaklandırılması (Örneğin; Hindistan)
B4. Kalite algısının arttırılması	B4.1. Uluslararası sıralamalarda yukarıya çıkmak için teşvik programlarının geliştirilmesi
B5. Tavsiye mekanizmasının kurulması	B5.1. Eğitimi biten uluslararası öğrenciler için tavsiye ve memnuniyet oranlarının ölçülmesi
	B5.2. Anketi sonuçlarına göre üniversiteler arasında puanlama-ödül sisteminin geliştirilmesi

## Sektör Yol Haritası

### C. Eğitim Seviyesinin Uluslararası Eğitim Standartlarında Olduğunun Garanti Altına Alınması

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
C1. Türkiye'nin eğitim sistemi algısını aşağıya çeken: -eğitim hizmeti veren kuruluşlar tarafından verilen hizmetlerin -ve uluslararası öğrencilerin kabul edilmesinin önüne geçilmesi	C1.1. Yükseköğretim Uluslararasılaşma Kalite Komisyonunun ayrı bir alt birim olarak kurulması C1.2. Üniversitelerde Uluslararasılaşma Kalite Güvence ve İzleme Sisteminin oluşturulması C1.3. Her gelen uluslararası öğrencinin memnuniyetinin ölçülmesi ve deneyimi geliştirici aksiyonların alınması C1.4. Uluslararası öğrenci kabul kriterlerinin tanımlanması (başarı puanı, yabancı dil seviyesi, vb.) ve bu doğrultuda yabancı öğrencilerin kabul edilmesi C1.5 Uluslararası öğrenci kabul eden üniversitelerde öğrenci deneyiminin garanti altına alınması için üniversitelere denetimler gerçekleştirilmesi

## Sektör Yol Haritası

### D. Uluslararası Öğrenci Temini Açısından Ülke Çeşitliliği Arttırılarak Yeni Pazarlara Ulaşılması

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
D1. Türkiye Bursları niceliğinin ve kapsamının artırılması	D1.1. YTB burslarının hedef ülkelere ve hedef programlara odaklanarak yeniden düzenlenmesi ve arttırılması D1.2. Doymuş pazarlarda YTB burslarının azaltılması ve/veya daha yüksek profilli öğrencilere verilmesi
D2. Güney Asya ve Afrika ülkelerinden yeterli sayıda öğrencinin gelmemesi	D2.1. Ticaret Bakanlığı tarafından üniversitelere verilmekte olan desteklerin Güney Asya ve Afrika için çeşitlendirilerek genişletilmesi D2.2. İlgili bölge ve ülkelerde yurtdışı ofislerinin açılması
D3. Mevcut pazarlarda acente bağımlılığının yüksek olması	D3.1 Mevcut pazarlarda öğrenciye ulaşım kanallarının artırılması ve yerel yapılar kurularak acente bağımlılığının azaltılması

## Sektör Yol Haritası

### E. Devlet Üniversitelerinin Uluslararasılaşma Perspektifinden Stratejilerinin Gözden Geçirilerek Yeniden Düzenlenmesi

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
E1. Devlet üniversiteleri ücretlerinin rekabetçi seviyeye çekilmesi	E1.1. Devlet üniversitelerinin piyasa şartlarına uymayan ücretlerinin yükseltilmesi E1.2. Uluslararası öğrencilerin en fazla tercih ettiği bölümlerin taban fiyatlarının arttırılması için öneriler geliştirilmesi (örnek, mühendislik)
E2. Uluslararası ilişkilerden sorumlu birimin geliştirilmesi	E2.1. Devlet üniversitelerinde Uluslararası İlişkiler Daire Başkanlığı (UİDB) kurulması E2.2. UİDB'nin etkin çalışabilmesi için rekabetçi ücretlerle personel alımının sağlanması

### F. Yurtdışında Türkçe Öğreniminin Teşvik Edilmesi

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
F1. Türkçe öğreniminin yerel girişimcilerle yaygınlaştırılması	F1.1. Hedef ülkelerde yerel girişimcilerle yaygınlaşma için çalışma sisteminin belirlenmesi F1.2. Türkçe öğretmek isteyen yerel girişimcilerin desteklenmesi için teşviklerin geliştirilmesi F1.3. Koşullara uyan kurumlarla anlaşmaların yapılması, Türkçe müfredatının paylaşılması

## Sektör Yol Haritası

### G. Türkiye Yükseköğrenim Ürününün Yeni Dijitalleşme Akımları Göz Önüne Alınarak Dönüştürülmesi

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
G1. Dijitalleşme	G1.1. Eğitimde dijitalleşme yol haritasının hazırlanması
	G1.2. Gerekli altyapı ihtiyacının saptanması
	G1.3. Üniversitelere bu alanlarda teşvikler geliştirilmesi
	G1.4. Yeni projeler geliştirilmesi ve hayata geçirilmesi için pilot projeler yürütülmesi



## Sektör Yol Haritası

### H. Türkiye'nin Gereksinimleri Göz Ardı Edilmeksizin Uluslararası Pazar Odaklı Programların Tasarlanmasının Teşvik Edilmesi

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
H1. Uluslararası pazar odaklı yeni programların tasarlanması	H1.1. Eğitim kurumlarıyla ortak programların tasarlanması (Örneğin; 1+1, 2+2, 3+1)
	H1.2. Ortak programlar için teşvik mekanizmalarının kurulması
	H1.3. Dijital ve hibrit programların oluşturulması
	H1.4. Mikro yeterlilikler odaklı yeni programların tasarlanması

## Sektör Yol Haritası

### I. Covid-19 Sürecinde Türkiye'ye Görece Avantaj Sağlayan Açık-sınır Politikasının Devam Ettirilmesi

Gelişim Alanı / Sorun	Aksiyon Önerileri
I1. Aşılama programının yaygınlaştırılması	I1.1. Uluslararası öğrenciler için ücretsiz PCR testi ve Covid-19 aşısı programının oluşturulması I1.2. Sağlık sigortasının tüm uluslararası öğrenciler için planlanması, daha kapsayıcı hale getirilmesi



*Bu sunum Hizmet İhracatçıları Birliği (HİB) ve Eğitim Hizmetleri alt sektör üyelerinin dahili kullanımı için hazırlanmıştır. Raporun veya rapor içerisinde yer alan herhangi bir analiz ya da sayfanın üçüncü taraflar ve / veya kamuoyu ile kısmi veya tam olarak paylaşılması ve ifşa edilmesi için HİB ve MK Novo'nun yazılı onayı gereklidir.*

 **Eclipse Maslak**

**Sanatkarlar Sokak No:5 Kat:5 Sarıyer  
34485 Maslak / İstanbul**

 **+90 212 965 05 65**

 **+90 212 286 22 91**

 **[www.mknovo.com.tr](http://www.mknovo.com.tr)**