

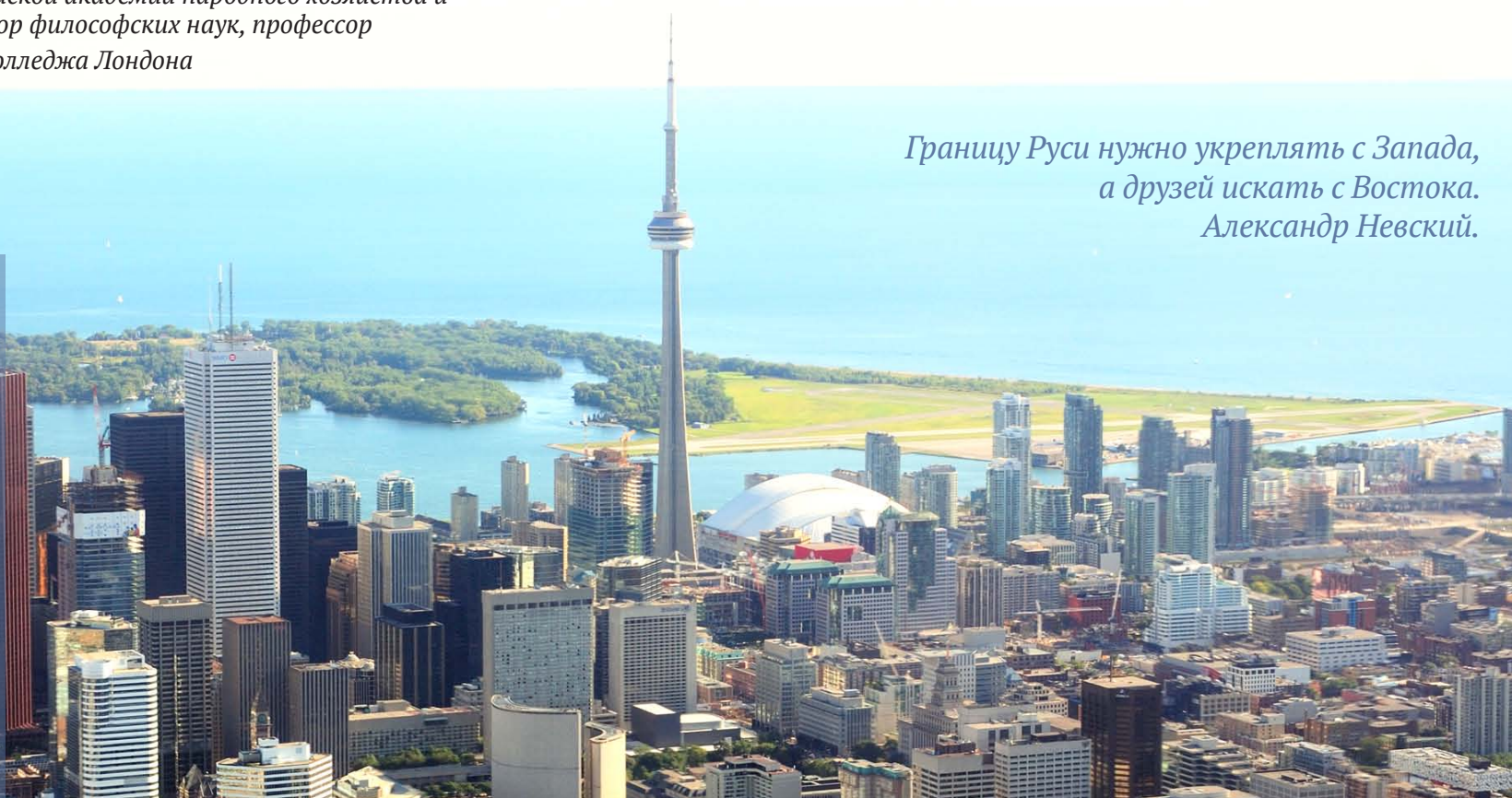
Г.А. КРАСНОВА, ведущий научный сотрудник Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ, доктор философских наук, профессор

А.А. КРАСНОВА, магистрант Университетского колледжа Лондона

Современный рынок экспорта образования характеризуется острой конкуренцией между странами-экспортерами, с одной стороны, и увеличением количества обучающихся за рубежом студентов, с другой. Так, в 2000 году во всем мире насчитывалось чуть более 2 млн. иностранных студентов, а в течение десяти последующих лет их количество почти удвоилось.

В этих условиях целый ряд стран объявил об амбициозных программах экспорта, в рамках которых количество иностранных студентов в национальных университетах должно увеличиться. Предпринимаемые меры основаны на результатах маркетинговых исследований, анализе демографической ситуации и состоянии рынка труда квалифицированных кадров.

Зарубежный опыт по расширению экспорта образовательных услуг будет представлен в «АО» серии статей, первая из которых посвящена Канаде.



Границу Руси нужно укреплять с Запада,
а друзей искать с Востока.
Александр Невский.

Канадские инициативы по увеличению количества иностранных студентов

Роль зарубежных школ

В Канаде наблюдается устойчивый рост иностранных студентов из Китая и других стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Для нас этот успешный опыт как никогда актуален. В то время как количество китайских студентов растет во всех университетах ведущих стран-экспортеров, в России их количество последние несколько лет устойчиво снижается. И это несмотря на рост экономических связей, совместных проектов и двусторонних соглашений между нашими странами. Очевидно, что старые формы рекрутинга больше не работают и необходимо их менять.

В 2014 году в рамках реализации задач по привлечению иностранных студентов для обучения в Канаде правительством этой страны было инициировано маркетинговое исследование потенциальных образовательных рынков для рекрутинга иностранных студентов. Исследование проводилось Канадским бюро по международному образованию¹. Результаты опубликованы в качестве рекомендаций канадским учреждениям, ведущим образовательную деятельность за пределами Канады².

Предметом исследования стали канадские общеобразовательные организации за рубежом. Их количество значительно увеличилось в последние годы и продолжает увеличиваться. Зафиксировано, что число иностранных выпускников таких школ уже больше, чем выпускников, обучавшихся непосредственно на территории Канады в государственных региональных школах.

Целью исследования стало выявление лучших примеров деятельности и рекомендации по увеличению количества канадских школ за рубежом, что будет способствовать укреплению позиции канадского образования на мировом рынке образовательных услуг.

Задача исследования – понять взаимосвязь между количеством выпускников зарубежных канадских школ и количеством иностранных студентов из Китая и Вьетнама, обучающихся в Канаде, а также выявить возможности увеличения количества иностранных студентов в канадских образовательных организациях.

Исследование показало, что родители старшеклассников предпочитают, чтобы дети обучались рядом с домом. Большая часть канадских зарубежных школ располагается в Китае: 68 из 104 школ³. Исследование в Китае и Вьетнаме, начавшееся весной 2014 года, длилось несколько месяцев и включало встречи, опросы фокус-групп, телеконференции и другие формы. Одновременно в Канаде были проведены консультации с ключевыми заинтересованными сторонами, в том числе с представителями 60 колледжей и университетов, активно набирающих иностранных студентов, а также с представителями региональных органов управления образованием.

¹ Canadian Bureau for International Education, CBIE (англ.).

² Canada's Schools Abroad: Expanding the Pathways (англ.).

³ По данным на март 2014 года.

В марте 2014 года состоялись визиты в школы, региональные органы управления образованием и другие заинтересованные организации 11 городов Китая и Вьетнама: Шанхая, Куньшаня, Сучжоу, Шэньчжэня, Гуанчжоу, Пекина, Тяньцзиня, Да-ляня, Макао, Ханоя и Хошимина. Были организованы встречи с родителями, учителями, студентами и администрацией канадских зарубежных школ, в том числе и неаккредитованных, но ведущих преподавание по канадским учебным программам. Проведены беседы в китайских и вьетнамских образовательных организациях, органах управления образованием, рекрутинговых агентствах и канадских консульствах, взаимодействующих с зарубежными школами. Всего в исследовании участвовали 112 образовательных учреждений и более 250 отдельных заинтересованных организаций.

Исследование показало, что выпускники канадских образовательных организаций за рубежом являются идеальными потенциальными участниками рекрутингового процесса. Они уже в определенной степени адаптированы к канадским условиям обучения и показывают более высокий уровень знания английского языка. Владение французским языком встречается реже, за исключением Вьетнама, где в отдельных государственных школах реализуются довольно сильные языковые программы.

Конкуренция за иностранных студентов возрастает. Часто выпускникам канадских зарубежных школ оказывают особое внимание образовательные провайдеры других стран, в частности, США и Австралии. Учитывая, что образовательные организации США часто имеют более узнаваемые бренды, они составляют серьезную конкуренцию для канадских университетов. Тем не менее, канадские образовательные учреждения имеют преимущество в том, что готовы инвестировать в образовательные рынки за рубежом и развивать свои собственные бренды. Бренд

канадского образования имеет первостепенное значение для учащихся и их родителей, а также школьных администраторов. И хотя канадское образование находится в региональной юрисдикции, раскрутка именно национального бренда образования стала одной из первостепенных задач правительства.

Правительственные рекомендации

Для того чтобы максимально увеличить потенциал и преимущества канадских зарубежных школ, по результатам исследования правительство подготовило рекомендации для канадских школ за рубежом и канадских высших учебных заведений. Рекомендации очень подробны и касаются институционального уровня развития экспорта образования. Ряд из них крайне актуален и для российских вузов, стремящихся к увеличению контингента иностранных студентов.

Прежде всего в рекомендациях обращается внимание на важность установления прочных отношений с региональными органами власти, собственниками и администрацией образовательных организаций. Поддержка таких связей может выражаться во внедрении канадских методик обучения, учебных планов, распространении языковых курсов и изучения английского и французского языков во внешкольное время, организация краткосрочных поездок учащихся в рамках академических программ, а также прием в штат школы преподавателей и вспомогательного персонала.

Исследование показало, что наиболее успешные зарубежные школы имеют тесные связи с канадскими образовательными организациями. Такие связи обеспечивают учебно-методическую поддержку образовательного процесса, интеграцию в него канадского стиля преподавания и педагогики. Студенты зарубежных школ, вкладывающих значительные средства в инновационные программы, программы продленного дня, студенческого лидерства, туристические поездки и академические обмены, более интегрированы в канадское общество и владеют на хорошем уровне английским языком. Как правило, выпускники таких школ владеют двумя языками, обладают высоким уровнем кросс-культурных компетенций и готовы к поступлению в канадские университеты. Участие в массовых мероприятиях, организуемых правительством и консульствами Канады за рубежом, увеличивает степень доверия в глазах студентов и их родителей.

Другим важным моментом является профессиональное развитие персонала образовательных организаций, вовлеченного в рекрутинг студентов, в том числе иностранных. Исследование Канадского бюро по международному образованию показало, что школы, которые инвестируют в развитие персонала и проводят собственные ярмарки вакансий, имеют более высокие показатели эффективности деятельности. Традиционно канадские школы за рубежом нанимают на работу только закончивших учебные заведения выпускников или находящихся на пенсии граждан, что в итоге приводит к высокой текучке кадров. Признавая, что зарубежные школы являются частью канадской системы образования правительство Канады для эффективного процесса найма на работу рекомендует обеспечить упрощенную сертификацию персонала, а также признание предыдущего опыта и предоставление дополнительных отпусков или пенсионных взносов персоналу. Возможность профессионального развития сотрудников зарубежных школ достаточно широка, но при этом не всегда актуальна и содержательна, поэтому подготовка в области кросс-культурных компетенций и консультирования должна быть увеличена.

Высшим образовательным учреждениям Канады правительство рекомендует работать над узнаваемостью бренда образовательного учреждения за рубежом. Для этого учреждения, только начинающие работу на образовательном рынке за пределами страны, должны создавать кампусы рядом с местными университетами, так как физическое присутствие демонстрирует местному сообществу гарантии и бренд зарубежного вуза. Это преследует и другие цели: определение ниш для новых и/или совместных программ. Студенты и преподаватели могут быть предметом маркетинговых исследований и, с другой стороны, могут быть использованы в рамках рекрутинговой стратегии. Семинары, стажировки, специализированные тренинги для студентов могут стать источником позитивной информации о канадском учебном заведении, как и мнение выпускников. Колледжи, политехнические институты должны быть нацелены на рынок высококвалифицированных специалистов (торговля, технологии, индустрия гостеприимства и туризма) и вкладывать в маркетинговые исследования с учетом их специализации. Институты должны практиковать семейные туры для студентов и их родителей. Некоторые школы имеют хороший опыт в поддержке студентов, а также членов их семей при адаптации к жизни в Канаде, что дает хорошие результаты для реализации рекрутинговой стратегии. Другим успешным опытом представляется посещение администрацией канадских школ местных университетов.

Канадским образовательным учреждениям рекомендуется организовывать совместные рекрутинговые компании, что позволяет задействовать большую аудиторию потенциальных студентов. Реклама Канады как лучшего места для проживания должна стать главным акцентом в рекрутинге абитуриентов. Канада должна ассоциироваться с мультикультурализмом, личной безопасностью, доступностью, дружелюбной миграционной политикой. Весна является лучшим временем для рекрутинга студентов и осуществления рекрутинговой стратегии для студентов двенадцатого класса, заканчивающих обучение, и студентов одиннадцатого класса, которые начинают планировать свое обучение в вузах. Подготовка и издание рекламных буклетов предпочтительны на местном языке, как и документы и формы заявок для заполнения абитуриентами. Сотрудники, владеющие местными языками, очень важны для проведения рекламных презентаций в рамках рекрутинга. Использование выпускников из числа местных граждан на таких презентациях также полезно для убеждения родителей и потенциальных абитуриентов.

Презентации должны быть динамичными, чтобы быть эффективными. Рекомендуется обращать особое внимание в таких презентациях на вопросы безопасности, карьерные перспективы будущих студентов. Необходимо использовать конкретные факты и интерактивные средства отражения информации.

В исследовании суммируются ключевые факторы в принятии решения потенциальными студентами: качество образования, академическая репутация, репутация страны как безопасного места, доступность, возможность для

получения работы с полной занятостью после окончания обучения и/или права на постоянное место жительства, возможность работать за пределами кампуса во время обучения.

В исследовании отмечается, что социальные медиа являются наиболее важной платформой для рекрутинга студентов. Важно инвестировать как в глобальные, так и местные средства массовой информации. Сайты образовательных учреждений рекомендуется делать на нескольких языках. Крайне важно отражать на них информацию о рейтинге учебного заведения, академических успехах студентов, перспективах трудоустройства, путях интеграции в канадское общество. Отслеживание успеваемости учащихся крайне важно для рекрутинговой кампании потенциальных абитуриентов. Уже обучающиеся студенты должны рассматриваться как уникальная группа для будущих маркетинговых решений.

Процесс подачи документов является, как правило, для студентов сложным и стрессовым. Поэтому частичная или полная подача документов онлайн может обеспечить успех и привлечь большее количество студентов. Быстрое принятие

решений о зачислении на обучение также крайне важно. Часто проблемой для абитуриентов являются требования к языковым компетенциям.

Образовательные учреждения могут принимать результаты стандартных международных языковых тестов. Рекомендуется обращать внимание не только на абитуриентов с высокими результатами. Участники академических обменов могут также быть потенциальными студентами и необходимо оценить их академические и карьерные цели. Поскольку финансовые аспекты крайне важны

в процессе принятия решения, предложение стипендий и грантов, скидок на обучение может сыграть важную роль. Нужно понимать, что стипендии важны не только как финансовая сторона вопроса, но и как форма признания и обязательств.

Одна из лучших национальных практик

Важно отметить, что в рамках маркетингового исследования была выявлена потенциальная ниша для рекрутинга иностранных студентов в канадские университеты. Был сделан вывод, что именно канадские школы за рубежом представляют растущий ресурс талантливых студентов для высших учебных заведений Канады и, следовательно, поддерживают образование в Канаде.

Опыт Канады является одной из лучших национальных практик по расширению экспорта образовательных услуг. Внимание правительства к проблемам образовательных учреждений, привлекающих иностранных студентов, анализ текущего состояния экспорта образования и поддержка канадских образовательных учреждений являются примером реализации совместных действий на федеральном и институциональном уровнях по привлечению иностранных студентов.

В Канаде наблюдается устойчивый рост иностранных студентов из Китая и других стран Азиатско-Тихоокеанского региона. Для нас этот успешный опыт как никогда актуален. В то время как количество китайских студентов растет во всех университетах ведущих стран-экспортеров, в России их количество последние несколько лет устойчиво снижается. И это несмотря на рост экономических связей, совместных проектов и двусторонних соглашений между нашими странами. Очевидно, что старые формы рекрутинга больше не работают и необходимо их менять.



«Ты один мне поддержка и опора...»

Сейчас, когда русофобские настроения в мире значительно усилились, особенно важно вспомнить «о мощной созидательной силе русской литературы, о той роли, которую она во все времена играла в формировании личности, о её способности развивать творческий потенциал людей, объединять нацию вокруг общих духовных и нравственных ценностей, задавать эстетические и культурные ориентиры нашим гражданам»¹.

Развитие русского языка, популяризация российской литературы и культуры в целом, многосторонняя просветительская деятельность способствуют сближению людей и народов разных стран.

При поддержке Совета по русскому языку при Правительстве РФ и Минобрнауки РФ Государственным институтом русского языка имени А.С. Пушкина реализуется Программа продвижения русского языка и образования на русском языке. В рамках проекта на базе 21 российского вуза будут созданы центры русского языка под названием «Институт Пушкина», начал работу специализированный портал «Образование на русском» ([см. <https://pushkininstitute.ru>](https://pushkininstitute.ru)).

Свою лепту в развитие взаимопонимания между народами вносят не только наши соотечественники, но и зарубежные коллеги.

За большой вклад в укрепление дружбы и сотрудничества с Российской Федерацией, сохранение и популяризацию русского языка и культуры за рубежом медалью Пушкина недавно награжден Мирослав Даниш – ректор Высшей школы «Данубиус» (г. Сладковичово), заведующий кафедрой всеобщей истории философского факультета Университета

имени Яна Коменского (г. Братислава), Словацкая Республика.² Это крупный словацкий ученый-историк, признанный поэт, издатель и общественный деятель. Мирослав Даниш – участник нескольких словацко-российских проектов, реализуемых в сотрудничестве с учеными Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, Казанского (Приволжского) федерального университета, Поволжского государственного технологического университета. Он неоднократно выступал перед преподавателями и студентами российских вузов, демонстрируя прекрасное знание не только русской истории, но и русского языка. В 2014 году совместно с российскими коллегами под его руководством успешно завершён проект «Россия и словаки в XVIII-XX веках». Организатор и участник многих научных конференций в Словакии и России. Автор нескольких книг, публи-

каций документов, учебников, а также сотен научных и научно-популярных статей, опубликованных как в Словакии, так и в России. Одна из его книг – «М.Ф. Раевский и словаки в XIX веке» – издана в 2014 году при финансовой поддержке Посольства России в Словацкой Республике.

Трудно переоценить роль гуманитарного знания в сближении народов. Безусловно исключительная значимость и особая миссия отечественной литературы. И как в XIX-м, так и в XXI веке в родном языке черпаем мы истоки силы: «Во дни сомнений, во дни тягостных раздумий о судьбах моей родины, – ты один мне поддержка и опора, о великий, могучий, правдивый и свободный русский язык! Не будь тебя – как не впасть в отчаяние при виде всего, что совершается дома? Но нельзя верить, чтобы такой язык не был дан великому народу!»³

«Только с помощью культуры, только с помощью литературы, музыки, истории можно помочь людям лучше понять друг друга, для того чтобы жить в мире и благополучии».

Из выступления Президента РФ В.В. Путина на приёме по случаю Дня народного единства (2014).



Мирослав Даниш (первый слева) с российскими коллегами.

¹ <http://news.kremlin.ru/news/47537>

² Указ Президента РФ «О награждении государственными наградами Российской Федерации», № 695, от 28 октября 2014 г.

³ Тургенев И.С. Стихотворение в прозе «Русский язык».