

УДК 378:337.6

И. В. Медынская*Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина)*

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ГРАЖДАН В УСЛОВИЯХ ИНТЕГРАЦИИ

Современный этап развития научно-технического прогресса и цифровой революции показывает первоочередную значимость экспорта образовательных услуг для расширения внешнеполитических, внешнеэкономических и культурных отношений между странами. В статье рассматриваются проблемы и перспективы инновационного развития международного научно-образовательного сотрудничества организаций высшего образования в условиях интеграции. Сформулированы сильные и слабые стороны международных проектов, а также дан анализ динамики процесса пребывания на рынке конкретной инновационной образовательной услуги для иностранных студентов. С учетом особенностей предоставления инновационных образовательных услуг в организациях высшего образования сформирован и предложен алгоритм решения основных проблем коммерциализации функций маркетинговой деятельности по рекрутингу иностранных граждан.

Цифровая революция, международное сотрудничество, инновационное развитие, научно-образовательные организации, интеграция, иностранные граждане, инновационно-коммуникационные технологии, бизнес-инкубаторы, компетентностный подход

В современных условиях научно-технического прогресса и цифровой революции происходит смещение фокуса компетенций от отдельных научно-образовательных организаций к сетевым интегративным образованиям и бизнес-инкубаторам. Инновации и новшества необходимы для развития разных сфер деятельности национальных экономик.

В инновационной деятельности усиливаются интеграционные процессы между разработчиками новшеств, научно-образовательными организациями, бизнес-инкубаторами и предприятиями-потребителями соответствующих инноваций, следовательно, интеграционные процессы выходят за национальные границы и принимают международный характер.

Международное сотрудничество и обмен опытом стали необходимым средством для разграничения растущих издержек и уменьшения риска введения инноваций, а также для кумуляции необходимого потенциала опыта, квалификации и знаний в процессе разработки и внедрения современных образовательных услуг для студентов из разных стран мирового хозяйства. Динамично развивается синергизм с университетами государств-членов Большой Евразии по созданию международных сетевых программ бакалавриата и магистратуры. Поэтому в условиях интеграции возникает потребность внешнеполитического и внешнеэкономического сотрудничества специализированных организаций, оказывающих образовательные услуги для иностранных граждан с целью распределения расходов и снижения риска, для успешной борьбы с конкурентами и достижения желаемых результатов.

Информационно-коммуникационные технологии предоставляют образованию возможность соответствовать глобальным тенденциям развития и адаптироваться к быстро меняющимся условиям существования современного мира [1].

Настоящим современным веянием в высшем образовании являются технологии онлайн-обучения. К инновационным преобразованиям относятся диверсификация и модернизация технической базы информатизации. Информационная компетенция – это умение работать с использованием сети Интернет, с различными информационными системами.

Информационные образовательные ресурсы должны заметно расширить возможности учебно-методической инновационной информации, так как, во-первых, они связаны с современной телекоммуникацией, во-вторых, являются провайдером инновационно-информационной среды.

Следовательно, информационно-коммуникационные новшества выступают в роли основного фактора формирования ключевых компетенций в процессе обучения иностранных студентов. Поэтому здесь необходимо выделить компетентностный подход в условиях растущей интеграции российских организаций высшего образования в мировое научно-образовательное и бизнес пространство.

Управление ключевыми компетенциями в обучении иностранных граждан – это управление факторами синергетики, которые инспирируют позитивные процессы и нейтрализуют негативные [2].

Сегменты ключевой компетентности международной образовательной и научной деятельности определяют набор их ключевых научно-образовательных возможностей. Для определения сегментов ключевой компетенции рекомендуется проинвентаризировать все имеющиеся в научно-образовательных организациях технологии и ноу-хау [Там же].

Наиболее адекватным следовало бы рассматривать систему управления образовательными услугами для иностранных граждан в динамике, учитывая внешние и внутренние возможные ее взаимосвязи, что позволит обеспечить гибкость системы и способность адаптироваться к меняющимся условиям.

Приращение интеллектуального капитала для расширения областей компетенций, лежащих в основе конкурентного преимущества научно-образовательных организаций, во многом зависит от восприимчивости к новым знаниям в области информационных технологий. Университеты, наиболее быстро «генерирующие» новую информацию и инновации, оказываются более конкурентоспособными. Однако, помимо создания новых конкурентных преимуществ в условиях интеграции, у каждого отдельно взятого вуза в то же время существует возможность получать информацию от других участников международного рынка образовательных услуг. Побуждаемые конкуренцией на мировом рынке высшие учебные заведения создают интегрированные структуры науки, образования и бизнеса с целью усовершенствования совокупности знаний, опыта и профессиональной квалификации, имеющих большее значение для результатов своей деятельности.

В результате статистического исследования иностранных потребителей образовательных услуг для определения трех групп факторов, существенно влияющих на принятие решения о потреблении образовательных услуг иностранными гражданами как в сегментах государственных, так и коммерческих российских организациях высшего образования, было

выявлено, что основным фактором, который учитывается при выборе того или иного вуза, является фактор престижности и имиджа организации высшего образования (78 %). Важнейшими факторами начала использования новой образовательной услуги в исследуемых вузах являются наличие мультимедийного оборудования и инновационного технического оснащения, опыта онлайн-образования. Поэтому на него наибольшее внимание обращает количество респондентов, соответственно 46 и 45 %. Также отличительным, но не решающим фактором является наличие международных сетевых образовательных программ (35 %). Среди способов получения информации о новых образовательных услугах для иностранных граждан респонденты в большинстве случаев указали выставочные мероприятия и различные научные симпозиумы, конференции и форумы (46 %). Важными каналами коммуникаций являются рекомендации студентов (27 %) и информация из различных СМИ (24 %). Это позволит разработать необходимый комплекс маркетинга для инновационных образовательных услуг, предлагаемых иностранным гражданам [3].

Процесс формирования международного научно-образовательного сотрудничества сетевых университетов вызван необходимостью модернизировать образование, которое будет более адекватным современным экономическим и политическим требованиям, а также к динамично развивающемуся международному рынку труда.

Экспорт образовательных услуг на пространстве государств-участников Большой Евразии носит более планомерный и постоянный характер, что во многом обусловлено наличием прямого и явного спроса на российское образование. Академическая мобильность иностранных студентов и профессорско-преподавательского состава является неотъемлемой частью инновационного процесса в рамках интеграции Большой Евразии, которая может способствовать развитию сетевых академических технологий, новых направлений процесса обучения в системе высшего образования и, следовательно, расширению экспорта образовательных услуг.

Общая численность иностранных студентов в РФ (таблица) в 2017 г. выросла на 11,9 % и составила 240 924 человека, что следует из доклада международного департамента и Центра социологических исследований Минобрнауки России.

Динамика численности иностранных студентов в РФ

Страны и регионы	Годы				
	2014	2015	2016	2017	2018
	<i>Общая численность иностранных студентов (чел.)</i>				
	175 432	182 869	224 279	240 924	273 000
	<i>Доля студентов в общем контингенте иностранных студентов в РФ, %</i>				
ЕАЭС	13,5	24,8	23,1	24,9	25,8
СНГ	51,7	53,0	53,1	53,4	56,7
КНР	9,7	14,9	15,8	16,5	17,1
	<i>Контингент лидеров иностранных студентов очной формы обучения, чел.</i>				
Казахстан	24 800	25 650	26 100	27 500	29 450
КНР	9 450	12 300	16 400	18 200	19 700
Туркмения	8 100	8 900	9 350	12 100	13 000

*Примечание. Приведены данные из [3], [4].

Российское высшее образование наиболее востребовано у граждан Казахстана, число которых составляет 27,5 тыс. учащихся; граждан КНР – 18,2 тыс. человек; граждан Турк-

мении – 12,1 тыс. человек; граждан Таджикистана – 6,6 тыс. человек. Наименьшее количество иностранных студентов – это граждане Армении – 2,2 тыс. человек и Белоруссии – 1,9 тыс. человек.

Динамика среднего ежегодного роста числа студентов из стран ЕАЭС, СНГ и КНР в 2014–2017 гг. составляет более 16 %, что превышает средний темп роста иностранных студентов в России (8 %). Но в 2014/15 учебном году был зафиксирован рост в 18,1 % [5].

Лидером по регионам, как и прежде, остались представители стран СНГ, число которых за год выросло с 69 689 до 80 910 человек. На втором месте страны Азии, а на третьем – Африки.

По прогнозам Минобрнауки РФ к 2025 г. в России будут учиться до 760 тыс. иностранных граждан. Также увеличится поток мобильности иностранных студентов на 5,6 % и профессорско-преподавательского состава на 3,8 % в рамках Большой Евразии.

Таким образом, увеличение численности иностранных студентов как в РФ, так и в рамках Большой Евразии, будет способствовать расширению международного научно-образовательного сотрудничества университетов.

Обострение международной конкуренции за абитуриента стимулирует повышение качества образования, содействует разработке новых сетевых международных программ обучения. Поэтому для повышения конкурентоспособности и привлекательности высшего образования стран-участниц Большой Евразии необходимо находить новые сегменты рынка образовательных услуг, а именно университеты должны разрабатывать и открывать новые сетевые учебные программы бакалавриата и магистратуры [6].

Несмотря на положительные тенденции интеграции университетов Большой Евразии можно выделить и ряд существующих на сегодняшний день проблем. Во-первых, факторы, возникающие в процессе реформирования системы образования, такие как отсутствие необходимой инфраструктуры, обеспечивающей модернизацию образования, слабость законодательной базы на национальном и межгосударственном уровнях, а также проблемы финансирования образования [7]. Во-вторых, специфика социально-экономического развития каждой из стран Большой Евразии и отсутствие унифицированного подхода к модернизации и диверсификации системы высшего образования. В-третьих, проблемы финансирования образовательных сетей.

В российских организациях высшего образования в рамках многих международных проектов проводится работа по рекрутингу иностранных граждан стран-участниц Большой Евразии, но эта деятельность носит очень разрозненный характер, отсутствует обмен накапливаемой информацией и приобретаемым опытом между участниками проектов, практически не осуществляется диссеминация результатов. Необходимо создание эффективной системы управления образовательными услугами для иностранных граждан, которая охватывала бы управление разных уровней в сфере образовательных услуг [4].

Таким образом, становится целесообразным изучение вопроса, касающегося динамики процесса присутствия на рынке конкретной инновационной образовательной услуги для иностранных граждан. Данный процесс возникает с момента зарождения потребностей потребителей в определенном роде компетенциях, трансформацией их в основные цели будущих инновационных образовательных услуг, простирается временным периодом эффективного конкурентоспособного присутствия инновационной образовательной услуги на рынке, и оканчивается уходом с него или значительной модернизацией (рис. 1) [2], [8].



Рис. 1

Автором предлагается алгоритм, который содержит:

- аналитические блоки, направленные на определение потенциальных вариантов коммерциализации функций маркетинговой деятельности, которые выявляют основные проблемы и помогут избежать нежелательных последствий;
- синтетические блоки, направленные на выбор целесообразного метода коммерциализации функций маркетинговой деятельности, – предполагают определение емкости рынка, потенциальных направлений инновационного развития, реализации и управления;
- практические блоки, направленные на реализацию механизма коммерциализации функций маркетинговой деятельности, которые также являются толкателями маркетинговой деятельности – это бренды, реклама и т. п.

Таким образом, с помощью вышеприведенных блоков можно сформировать механизм функций маркетинга и определить возможные решения проблем коммерциализации функций маркетинговой деятельности в организациях высшего образования.

В условиях интеграции в международные сетевые научно-образовательные организации необходимо активизировать работы между университетами, во-первых, в экономической сфере, а именно по повышению конкурентоспособности образовательных услуг; во-вторых, в сфере образования и науки – расширение и модификация образовательных услуг, создание возможности реализации союзного научно-технического потенциала; в-третьих, в инновационно-информационной сфере – улучшение качества международного информационного позиционирования.

На основе вышеизложенного решение проблем инновационного развития российских вузов будет способствовать формированию концепции устойчивого, стабильного роста

экспорта образовательных услуг в рамках интеграции в международные сетевые научно-образовательные организации.

Международное научно-образовательное сотрудничество сетевых университетов является заметной тенденцией в развитии всего мирового хозяйства, будущее которого будет зависеть от эффективности использования инновационного процесса и международного сотрудничества интеграционного формирования и от его внутренней стабильности.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аксяитов Р. К. Моделирование выбора стратегии диверсификации деятельности компании: автореф. дис. ... канд. экон. наук / СПбГУЭФ, СПб., 2001.
2. Медынский С. Некоторые особенности коммерциализации инновационных образовательных услуг в условиях внедрения цифровых технологий // Изв. СПбГЭУ. 2018. № 2 (110). С. 139–144.
3. Семеркова Л. Н., Геращенко С. М., Геращенко М. М. Маркетинговый подход к коммерциализации инноваций в вузе // Вестн. УрФУ. Сер. Экономика и управление. 2015. Т. 14, № 3. С. 496–513.
4. Евразийская экономическая интеграция. Цифры. Факты. URL: http://www.eurasiancommission.org/ru/Documents/EEC_dig_facts1.pdf. 2017 г. (дата обращения: 21.09.2018).
5. Higher Education in Asia: Expanding Out, Expanding Up – The Rise of Graduate Education and University Research. New Patterns in Student Mobility in Southern Africa Development Community. URL: <http://www.uis.unesco.org> (дата обращения: 19.09.2018).
6. Максимцев И. А., Багиев Г. Л., Газизуллин Н. Ф. Маркетинговое маневрирование в системе регулирования и эффективного развития экономики Евразийского Союза // Проблемы современной экономики. 2016. № 3 (59). С. 18–21.
7. Глазьев С. Ю. Реальное ядро постсоветской экономической интеграции: итоги создания и перспективы развития Таможенного союза Белоруссии, Казахстана и России // Рос. экон. журн. 2011. № 6. С. 56–81.
8. Багиев Г. Л., Мефферт Х. Маркетинг взаимодействия. Концепция. Стратегии. Эффективность. СПб.: Изд-во СПбГУЭФ, 2009.

I. V. Medynskaya

Saint Petersburg Electrotechnical University «LETI»

MODERN TRENDS IN INNOVATIVE DEVELOPMENT OF EDUCATIONAL SERVICES FOR FOREIGN CITIZENS IN THE INTEGRATED ENVIRONMENT

The current stage of scientific and technological progress and digital revolution development demonstrates the priority of export of educational services for the increase of foreign policy, foreign economic and cultural relations between countries. This article reviews problems and prospects of innovative development of international scientific and educational collaboration of higher educational institutions in the integrated environment. Strengths and weaknesses of international projects are defined. The study also analyzes the dynamics of the existence of a specific educational service for foreign students on the market. Considering the features of providing innovative educational services in higher educational institutions, an algorithm has been developed and proposed for solving major problems of commercialization of marketing activity functions of foreign citizens recruiting.

Digital revolution, international cooperation, innovative development, research and educational organizations, integration, foreign citizens, innovation and communication technologies, business incubators, competency-based approach
