



Национальный  
исследовательский  
Томский  
государственный  
университет



## **Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий**



**Материалы шестнадцатой международной  
научно-практической конференции,  
посвященной памяти  
Почетного председателя ТОО РГО,  
профессора Петра Андреевича Окишева**

**Томск, 1-2 ноября 2016 г.**

**Национальный исследовательский Томский государственный университет  
Томское областное отделение Русского географического общества  
Департамент по культуре и туризму Администрации Томской области  
Департамент общего образования Администрации Томской области  
Управление культуры Администрации города Томска**

## **Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий**

**Сборник материалов  
XVI Международной научно-практической  
конференции, посвященной памяти  
Почетного председателя ТОО РГО,  
профессора Петра Андреевича Окишева**

**Томск – 2016**

УДК 908 (571,1)(063)  
ББК 26.89 (253.3)  
В 64

**В64** **Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий.** Сборник научных статей по результатам шестнадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной памяти Почетного председателя ТОО РГО, профессора Петра Андреевича Окишева, 1-2 ноября 2016 г. – Томск, 2016. – 412 с.

**ISBN 978-5-9908506-9-9**

Сборник содержит материалы докладов, представленных на конференцию. Публикуемые материалы разбиты на тематические блоки: «Региональные аспекты устойчивого развития туризма: проблемы и тенденции», «Проблемы и перспективы использования туристско-рекреационного потенциала Сибирского региона», «Географические факторы как условия развития туризма», «Краеведение и туризм в представлении студентов и школьников».

В конференции приняли участие члены Русского географического общества, представители субъектов малого и среднего бизнеса в туристской индустрии, отраслевых и профессиональных объединений в сфере туризма и гостеприимства, исполнительных органов государственной власти, профильных учебных заведений, некоммерческих организаций, туристских фирм, научно-исследовательских институтов, общеобразовательных школ и учреждений дополнительного образования, средств массовой информации. В сборник вошли материалы участников из России, Казахстана, Монголии, Республики Корея, США, Таджикистана.

**УДК 908 (571,1)(063)**  
**ББК 26.89 (253.3)**

Редактор: доцент Филандышева Л.Б.

*При подготовке материалов к публикации сохранен авторский стиль изложения с минимальными редакционными правками, в основном пунктуации и орфографии. Ответственность за содержание материалов несут авторы.*

**ISBN 978-5-9908506-9-9**

© Томский государственный университет, 2016  
© ООО «Интегральный переплет», 2016

блокнот, ручка, бандана, путеводитель по региону. Что касается других подарков, то, к примеру, победителю в номинации «Родная тропинка» был вручен сертификат на проживание с семьей в Гранд Отеле «Уват» Уватского района. Всем победителям секции «Сервис» (включая обладателей поощрительных дипломов) были вручены торты от ведущих кондитерских города. Трём призерам в номинации фотопроектов «Моя малая родина» были вручены альбомы картин путешественника Ф. Конюхова от Тюменского регионального общественного благотворительного фонда «Возрождение Тобольска» (председатель Президиума А.Г. Елфимов).

Школьники, их педагогов и родителей, помимо торжественной церемонии награждения, ждали сюрпризы: выступление Оркестра русских народных инструментов ТГАКИСТ (руководитель Т.А. Жданова) и народного ансамбля чувашской песни «Танташ» из с. Канаш Нижнетавдинского района (руководитель Л.В. Волков). После дружеского чаепития состоялась театрализованная экскурсия от мастерской путешествий «Рыжий слон» по исторической части Тюмени.

В целом конкурс показал, насколько велик интерес школьников к своей малой родине, которую они хотят видеть востребованной среди туристов и обустроенной благодаря наличию инфраструктуры гостеприимства. Конечно, некоторые моменты конкурса будут дорабатываться (например, может быть запланирована серия стационарных и выездных мастер-классов для школьников от представителей индустрии гостеприимства и турфирм региона). Подобный конкурс, руководствуясь нашим опытом, изложенным в этой статье, можно проводить в любом регионе Сибири и сопредельных территорий.

#### Список использованных источников и литературы

1. Гольшмановский карась может стать частью бренда Тюменской области [Электронный ресурс] / 72RU. – URL: <http://72.ru/text/newsline/131549165244416-print.html> (дата обращения: 02.04.2016).
2. За создание тюменского бренда возьмутся дети [Электронный ресурс] / Вслух.ru. – URL: <http://www.vsluh.ru/news/tourism/302545> (дата обращения: 02.04.2016).
3. Областной конкурс проектов учащихся школ «Школа гостеприимства: мой первый проект в сервисе и туризме» [Электронный ресурс] / Тюменск. гос. ун-т. – URL: <http://www.utmn.ru/presse/obyavleniya/122105/> (дата обращения: 24.04.2016).
4. Тюменские туроператоры: блины туристов не привлекают [Электронный ресурс] / 72RU. – URL: <http://72.ru/text/newsline/131564260544512.html#comments/c3c6bc27d-e1c7-4976-b144-e71bf932be89/page/1> (дата обращения: 02.04.2016).
5. «Школа гостеприимства: мой первый проект в сервисе и туризме». Областной конкурс проектов пройдет в Тюмени [Электронный ресурс] / Учѣба.ру. – URL: <http://tumen.ucheba.ru/article/2190> (дата обращения: 24.04.2016).
6. Энциклопедия туризма [Электронный ресурс] / Рос. гос. ун-т туризма и сервиса. – URL: <http://rguts.ru/2266-enciklopediya-turizma.html> (дата обращения: 06.11.2015).

#### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

*Есимова Д.Д., Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар*

В статье рассматриваются проблемы и перспективы образовательного туризма. Определены задачи образовательного туризма. Сделан анализ вопросам продвижения образовательного туризма в целом.

Ключевые слова: образовательный туризм, экономика, иностранные студенты, академическая мобильность

#### PROBLEMS AND PROSPECTS OF EDUCATIONAL TOURISM

*Yesimova D.D., Pavlodar state University of the name S. Toraihyrov, Pavlodar*

Problems and prospects of educational tourism are examined in the article. The tasks of educational tourism are certain. An analysis is done to the questions of advancement of educational tourism on the whole.

Key words: educational tourism, economy, foreign students, academic mobility

Все более актуальной темой в Казахстане становится возможность получения образования за рубежом. Она интересна как школьникам и студентам, так и профессионалам и бизнесменам, стремящимся вывести свою деятельность на международный уровень. Но, в условиях стремительного

темпа жизни во всем мире, большинство из нас уже не может себе позволить выделить отдельное время для изучения иностранного языка и узкоспециализированной лексики. Поэтому, в мировой практике существует возможность обучения в иностранных школах по специальным образовательным программам, которые совмещают в себе не только процесс обучения, но и, например, отдых, работу или занятия любимым делом – хобби. К сожалению, эта возможность остается недостаточно освещенной на казахстанском рынке.

К числу первоочередных задач по образовательным поездкам и детскому туризму относится:

- разработка нормативных документов (первичных документов, договоров, контрактов, дополнительных соглашений и т.д.), которые могут быть в дальнейшем рекомендованы туроператорам для работы с клиентами и субагентствами на рынке детского и образовательного туризма;

- работа с научными институтами в области привлечения внимания к проблемам организации детского и образовательного туризма;

- информирование граждан Казахстана о проблемах в области организации и качества детских и образовательных туристических поездок, а также нормативных требованиях, которые должны предъявляться к туристическим агентствам при выборе поездки и компании по ее организации;

- защита интересов казахстанских детей за рубежом, попавших в сложные ситуации, отстаивание прав и достоинств российских детей и молодежи в случае их ущемления прав и достоинства как туристов и как личностей, и др.

Высшие учебные заведения продолжают адаптироваться к сложной макроэкономической конъюнктуре. На смену краткосрочным «пожарным мерам» университеты и государственные органы, ответственные за их деятельность, принимают среднесрочные концепции развития, адаптированные к новым реалиям.

Высшее образование в целом, и особенно его международная составляющая, окончательно признано многомиллиардным бизнесом, способным обеспечить системный и последовательный рост благосостояния отдельных городов и регионов. Не только в профессиональном сообществе, консервативном по определению, но и в общественном сознании сформировалось представление о мобильности иностранных студентов, их обучение стало отраслью экономики, способной приносить ощутимые дивиденды. Если данные по США, где экспорт образовательных услуг в этом году принес национальной экономике около 20 миллиардов долларов и по прогнозам экспертов продолжил рост, уже давно считались хрестоматийными, то в других странах смещение интереса СМИ к «академической тематике» вызвано осознанной растущей экономической значимостью экспорта образовательных услуг. В Новой Зеландии доход от обучения иностранных студентов превышает доход от экспорта вина, в Канаде – приносит больше, чем экспорт угля и древесины, в Великобритании – больше, чем автомобилестроение или даже финансовые услуги, а в Австралии образовательные услуги для иностранцев являются четвертой по важности отраслью национального экспорта, едва уступая золотодобыче.

Во-вторых, рынок образовательных услуг среди всеобщего падения и сокращения оказался одним из немногих, кто обнаруживает тенденцию к росту. В условиях кризиса высшее образование остается гигантским транснациональным предприятием XXI в., одной из ключевых отраслей мировой экономики постиндустриальной эпохи. По уточненным оценкам ОЭСР, сейчас в мире 135 миллионов студентов проходят обучение в 36 000 высших учебных заведениях планеты. По прогнозам экспертов, через 10 лет эта цифра удвоится в значительной степени в результате увеличения числа получающих высшее образование в Азии и Европе.

Под воздействием процессов глобализации количество студентов, выбирающих обучение вне пределов своей страны, продолжает расти. Если за период с 1975 по 1990 гг. количество тех, кто обучался за рубежом, выросло с 600 тыс. до 1,2 млн. человек, к рубежу тысячелетия их насчитывалось 1,9 млн., то к 2014 г. эта цифра выросла до 3,9 млн. Более половины всех студентов, обучающихся за рубежом, приходится на США, Великобританию, Германию и Францию.

В-третьих, особое звучание приобрели социальные аспекты, связанные с коммерциализацией высшего образования и особенно программ обучения за рубежом.

В-четвертых, в условиях глобальной конкуренции особую важность приобретают происходящие изменения в «географии» международного образования. Предварительные выводы о том, как национальные образовательные системы пережили 2010 г, свидетельствуют, что страны-лидеры, имеющие значительный отрыв от преследователей, накопленный за последние десятилетия, по-прежнему остаются притягательными местами для обучения для миллионов студентов. Обучение

в США привлекает в 2 раза больше иностранных студентов, чем у ближайшей из стран-преследовательниц.

Ведущие страны используют различные стратегии в борьбе за иностранных студентов.

В США продвижение бренда «американское образование» не проходит централизованно. Значительная часть усилий по набору студентов предпринимается высшими учебными заведениями самостоятельно. Широкую практику получило создание образовательных консорциумов, призванных объединить усилия нескольких вузов по набору студентов. Объединение, как правило, проходит по географическому (учебные заведения одного штата, округа) или по типовому признаку (например, 2-х летние колледжи). В тоже время приоритеты государственного развития подчеркиваются утверждением специальных программ, направленных на повышение мобильности студентов в определенном регионе. В последние годы примером такого подхода служат инициативы Белого дома по развитию академического сотрудничества с Китаем, сопровождаемые выделением значительных средств на развитие мобильности между двумя странами.

На государственном уровне привлечением иностранных студентов в страну занимаются американские образовательные центры, получающих поддержку правительства через систему грантов и целевых программ. Примером такого рода служит международная сеть образовательных центров «Education USA». В 450 офисах, рассредоточенных по всему миру, все желающие могут бесплатно получить консультации по вопросам обучения в этой стране, воспользоваться информационными ресурсами центра для выбора учебного заведения.

Продвижение британского образования происходит в острой конкурентной борьбе и не столько с США, сколько с континентальной Европой, где за последние годы количество программ на английском языке (а значит, открытых для всех желающих и без необходимости сдачи экзаменов по немецкому, французскому или другому европейскому языку) выросло в 3 раза. Инициативы континентальных университетов, продвигаемые под брендом «Образование в Европе» привели к снижению темпов роста числа иностранных студентов в Великобритании. В этих условиях маркетинговые инициативы остаются прерогативой Британского Совета, действующего по всему миру и продвигающего бренд «Education UK» посредством выставок, семинаров, образовательных ярмарок. В планах британского правительства привлечение дополнительно 100 тыс. международных студентов и удвоение количества стран, посылающих более 10 тыс. студентов для обучения в Великобритании.

Продвижением программ высшего образования в Германии активно занимается Германская служба академических обменов (DAAD), осуществляющая свою деятельность через 64 региональных представительства. В зоне особого внимания этой структуры вопросы изучения немецкого языка, предоставление краткосрочных и долгосрочных стипендий, развитие межвузовских связей.

Во Франции схожие функции выполняет Агентство CampusFrance, созданное в 2006 г. на базе ранее существовавшей организации EduFrance. География французского «влияния» включает 75 стран и 100 представительств. Особенностью французского подхода является регистрации всех абитуриентов, поступающих в высшие учебные заведения Франции, непосредственно Агентством, которое также оказывает сопровождение в период оформления образовательных документов, необходимых для зачисления в вузы.

Маркетинговые усилия Австралии в значительной степени сфокусированы на Юго-Восточной Азии. В целом же в 17 странах действуют более 20 представительств, деятельность которых направлена на пропаганду планов и инициатив правительства страны по привлечению иностранных студентов, в том числе и при финансовой поддержке через гранты и стипендии.

Усилия лидеров по развитию мировой сети представительств вызваны необходимостью сохранить завоеванные позиции. По данным ЮНЕСКО, география высшего образования продолжает расширяться за счет возникновения крупных региональных центров. Внимание образовательного сообщества приковано к Индии и Китаю, главным образовательным рынкам планеты, где к 2020 г. количество молодых людей в возрасте от 15 до 19 лет составит 127 и 85 миллионов соответственно. Все это способствует возникновению в регионе так называемых образовательных хабов (education hubs), что является одним из проявлений тенденции, обозначаемой сегодня как «новый глобальный регионализм». Отличительная особенность таких центров – преподавание на английском языке для студентов из близлежащих регионов. В этом направлении значительно продвинулись в Японии и Малайзии. Гонконг только в 2009 г. привлек более 10,000 студентов из Китая.

С другой стороны, создание таких центров не является панацеей. В условиях финансового кризиса далеко не все образовательные центры, созданные чтобы максимально приблизить западное образование к потребителям, справляются с новой ситуацией. Проблемы с набором и

финансированием испытывают образовательные «спутники» – кампусы ведущих университетов США и Великобритании в зоне Персидского залива, такие как Michigan State, Carnegie Mellon, Cornell and Georgetown Universities в Дубае и Rochester Institute of Technology в ОАЭ. Отток специалистов из региона в связи с изменившейся конъюнктурой привел к существенному сокращению количества потенциальных студентов.

Данные, собранные по 3,000 университетам и колледжам США, свидетельствуют, что наибольшее количество иностранных студентов по-прежнему приезжает из Азии. Выходцы из этого региона составляют более 60 % от всех иностранных студентов. Как отмечают специалисты Института международного образования, число студентов из Азии за последние 50 лет выросло в 60 раз. Наибольший рост был зафиксирован в десятилетие между 1980 и 1990 гг. – с 29 до 54 %. За последние 5 лет увеличение составило 28 %.

Рост числа иностранных студентов в прошлом году был предопределен рекордным увеличением абитуриентов, прежде всего из Китая. Тридцатипроцентное увеличение студентов из этой страны, после прошлогодних 21 %, привело к росту китайской студенческой диаспоры до 128,000, что составляет более 18 % от всего числа зарубежных студентов в США. Китай в этом году стал абсолютным лидером среди стран, направляющих своих граждан для получения высшего образования в Америке. На втором месте – студенты из Индии. Их число также возросло, хотя и только на 3 %, что привело к потере верхней строчки в этом рейтинге. Тем не менее, сегодня в США обучается более 105,000 индийских студентов, что составляет около 15 % от общего числа иностранных студентов в этой стране.

Студенты из трех стран – Китая, Индии и Южной Кореи составляют 44 % всех иностранцев, обучающихся в вузах страны. Канада, Тайвань и Япония обеспечивают примерно по 4 % от числа иностранных студентов, а все остальные страны – 2 % и менее. Полученные результаты исследования по другим странам свидетельствуют о значительном влиянии, который продолжает оказывать мировой финансовый кризис на различные регионы мира. По сравнению с прошлым годом только пять из десяти ведущих стран доноров сумели увеличить число студентов, направляемых в США. Кроме уже отмеченного роста Китая, зафиксировано значительное увеличение числа студентов из Саудовской Аравии (на 25 %), что позволило этой стране переместиться с десятого на седьмое место в Топ-10 стран. Рост студентов связан не только со стабильностью основных экспортных отраслей страны, но и планомерной политикой поддержки программ обучения за границей через правительственные стипендии и гранты. Увеличение числа студентов было отмечено из Турции, Великобритании, Бразилии, Франции, Нигерии, Малайзии, Венесуэлы и Вьетнама.

Среди Топ-25 стран-доноров США, то есть отправляющих своих студентов для получения высшего образования в этой стране, более половины сократили свои «объемы». Наиболее заметно снизилось количество студентов из Японии (15 % в этом году), Мексики (9 %), Индонезии (7.5 %) и Кении (8 %). Для остальных стран сокращение направляемых студентов составило 5 % и менее. Российские студенты занимают в этом году 25-ю строчку, и их число немного снизилось (на 2 %) до 4,827 человек по сравнению с 4,908 в прошлом году.

Наиболее привлекательными штатами для иностранных студентов традиционно остаются Калифорния, Нью-Йорк, Техас. Городами – лидерами по числу иностранных студентов стали Нью-Йорк и Лос-Анджелес. Университетами США, где обучается наибольшее количество иностранных студентов в 2009 г., названы Университет Южной Калифорнии, где обучается 7,987 иностранных студентов, Университет Нью-Йорка (7,987), который в этом году уступил вторую позицию Иллинойскому университету (7287), Колумбийский университет, пропустивший в этом году на четвертое место Университет Пердью и теперь замыкающий пятерку наиболее «международных» вузов страны. В прошлом учебном году выросло и число кампусов американских вузов, где проходит обучение более 1000 иностранных студентов, со 171 до 186.

Среди наиболее популярных специальностей по-прежнему выделяются направления, связанные с экономикой и бизнесом. В этом году специальности «Бизнес» и «Менеджмент» привлекли на 5 % больше иностранных студентов, чем в прошлом году. На этих специальностях обучается 21 % всех иностранных студентов. Далее следуют инженерные специальности – 18 % всех иностранных студентов. В прошлом году выросла популярность математики и компьютерных дисциплин, их выбрало на 8 % больше студентов, чем в прошлом году.

Всего, по оценке Института международного образования, иностранные студенты на уровне подготовки бакалавров составляют 1/50 часть от общего числа американских студентов, а на уровне постдипломного обучения (магистратуры, аспирантура) – 1/10. Особенно заметно присутствие иностранцев на естественнонаучных и математических специальностях. Именно они обеспечили,

блокнот, ручка, бандана, путеводитель по региону. Что касается других подарков, то, к примеру, победителю в номинации «Родная тропинка» был вручен сертификат на проживание с семьей в Гранд Отеле «Уват» Уватского района. Всем победителям секции «Сервис» (включая обладателей поощрительных дипломов) были вручены торты от ведущих кондитерских города. Трём призерам в номинации фотопроектов «Моя малая родина» были вручены альбомы картин путешественника Ф. Конюхова от Тюменского регионального общественного благотворительного фонда «Возрождение Тобольска» (председатель Президиума А.Г. Елфимов).

Школьники, их педагогов и родителей, помимо торжественной церемонии награждения, ждали сюрпризы: выступление Оркестра русских народных инструментов ТГАКИСТ (руководитель Т.А. Жданова) и народного ансамбля чувашской песни «Танташ» из с. Канаш Нижнетавдинского района (руководитель Л.В. Волков). После дружеского чаепития состоялась театрализованная экскурсия от мастерской путешествий «Рыжий слон» по исторической части Тюмени.

В целом конкурс показал, насколько велик интерес школьников к своей малой родине, которую они хотят видеть востребованной среди туристов и обустроенной благодаря наличию инфраструктуры гостеприимства. Конечно, некоторые моменты конкурса будут дорабатываться (например, может быть запланирована серия стационарных и выездных мастер-классов для школьников от представителей индустрии гостеприимства и турфирм региона). Подобный конкурс, руководствуясь нашим опытом, изложенным в этой статье, можно проводить в любом регионе Сибири и сопредельных территорий.

#### Список использованных источников и литературы

1. Гольшмановский карась может стать частью бренда Тюменской области [Электронный ресурс] / 72RU. – URL: <http://72.ru/text/newsline/131549165244416-print.html> (дата обращения: 02.04.2016).
2. За создание тюменского бренда возьмутся дети [Электронный ресурс] / Вслух.ru. – URL: <http://www.vsluh.ru/news/tourism/302545> (дата обращения: 02.04.2016).
3. Областной конкурс проектов учащихся школ «Школа гостеприимства: мой первый проект в сервисе и туризме» [Электронный ресурс] / Тюменск. гос. ун-т. – URL: <http://www.utmn.ru/presse/obyavleniya/122105/> (дата обращения: 24.04.2016).
4. Тюменские туроператоры: блины туристов не привлекают [Электронный ресурс] / 72RU. – URL: <http://72.ru/text/newsline/131564260544512.html#comments/c3c6bc27d-e1c7-4976-b144-e71bf932be89/page/1> (дата обращения: 02.04.2016).
5. «Школа гостеприимства: мой первый проект в сервисе и туризме». Областной конкурс проектов пройдет в Тюмени [Электронный ресурс] / Учѣба.ру. – URL: <http://tumen.ucheba.ru/article/2190> (дата обращения: 24.04.2016).
6. Энциклопедия туризма [Электронный ресурс] / Рос. гос. ун-т туризма и сервиса. – URL: <http://rguts.ru/2266-enciklopediya-turizma.html> (дата обращения: 06.11.2015).

#### ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

*Есимова Д.Д., Павлодарский государственный университет имени С. Торайгырова, г. Павлодар*

В статье рассматриваются проблемы и перспективы образовательного туризма. Определены задачи образовательного туризма. Сделан анализ вопросам продвижения образовательного туризма в целом.

Ключевые слова: образовательный туризм, экономика, иностранные студенты, академическая мобильность

#### PROBLEMS AND PROSPECTS OF EDUCATIONAL TOURISM

*Yesimova D.D., Pavlodar state University of the name S. Toraihyrov, Pavlodar*

Problems and prospects of educational tourism are examined in the article. The tasks of educational tourism are certain. An analysis is done to the questions of advancement of educational tourism on the whole.

Key words: educational tourism, economy, foreign students, academic mobility

Все более актуальной темой в Казахстане становится возможность получения образования за рубежом. Она интересна как школьникам и студентам, так и профессионалам и бизнесменам, стремящимся вывести свою деятельность на международный уровень. Но, в условиях стремительного



темпа жизни во всем мире, большинство из нас уже не может себе позволить выделить отдельное время для изучения иностранного языка и узкоспециализированной лексики. Поэтому, в мировой практике существует возможность обучения в иностранных школах по специальным образовательным программам, которые совмещают в себе не только процесс обучения, но и, например, отдых, работу или занятия любимым делом – хобби. К сожалению, эта возможность остается недостаточно освещенной на казахстанском рынке.

К числу первоочередных задач по образовательным поездкам и детскому туризму относятся:

- разработка нормативных документов (первичных документов, договоров, контрактов, дополнительных соглашений и т.д.), которые могут быть в дальнейшем рекомендованы туроператорам для работы с клиентами и субагентствами на рынке детского и образовательного туризма;

- работа с научными институтами в области привлечения внимания к проблемам организации детского и образовательного туризма;

- информирование граждан Казахстана о проблемах в области организации и качества детских и образовательных туристических поездок, а также нормативных требованиях, которые должны предъявляться к туристическим агентствам при выборе поездки и компании по ее организации;

- защита интересов казахстанских детей за рубежом, попавших в сложные ситуации, отстаивание прав и достоинств российских детей и молодежи в случае их ущемления прав и достоинства как туристов и как личностей, и др.

Высшие учебные заведения продолжают адаптироваться к сложной макроэкономической конъюнктуре. На смену краткосрочным «пожарным мерам» университеты и государственные органы, ответственные за их деятельность, принимают среднесрочные концепции развития, адаптированные к новым реалиям.

Высшее образование в целом, и особенно его международная составляющая, окончательно признано многомиллиардным бизнесом, способным обеспечить системный и последовательный рост благосостояния отдельных городов и регионов. Не только в профессиональном сообществе, консервативном по определению, но и в общественном сознании сформировалось представление о мобильности иностранных студентов, их обучение стало отраслью экономики, способной приносить ощутимые дивиденды. Если данные по США, где экспорт образовательных услуг в этом году принес национальной экономике около 20 миллиардов долларов и по прогнозам экспертов продолжил рост, уже давно считались хрестоматийными, то в других странах смещение интереса СМИ к «академической тематике» вызвано осознанной растущей экономической значимостью экспорта образовательных услуг. В Новой Зеландии доход от обучения иностранных студентов превышает доход от экспорта вина, в Канаде – приносит больше, чем экспорт угля и древесины, в Великобритании – больше, чем автомобилестроение или даже финансовые услуги, а в Австралии образовательные услуги для иностранцев являются четвертой по важности отраслью национального экспорта, едва уступая золотодобыче.

Во-вторых, рынок образовательных услуг среди всеобщего падения и сокращения оказался одним из немногих, кто обнаруживает тенденцию к росту. В условиях кризиса высшее образование остается гигантским транснациональным предприятием XXI в., одной из ключевых отраслей мировой экономики постиндустриальной эпохи. По уточненным оценкам ОЭСР, сейчас в мире 135 миллионов студентов проходят обучение в 36 000 высших учебных заведениях планеты. По прогнозам экспертов, через 10 лет эта цифра удвоится в значительной степени в результате увеличения числа получающих высшее образование в Азии и Европе.

Под воздействием процессов глобализации количество студентов, выбирающих обучение вне пределов своей страны, продолжает расти. Если за период с 1975 по 1990 гг. количество тех, кто обучался за рубежом, выросло с 600 тыс. до 1,2 млн. человек, к рубежу тысячелетия их насчитывалось 1,9 млн., то к 2014 г. эта цифра выросла до 3,9 млн. Более половины всех студентов, обучающихся за рубежом, приходится на США, Великобританию, Германию и Францию.

В-третьих, особое звучание приобрели социальные аспекты, связанные с коммерциализацией высшего образования и особенно программ обучения за рубежом.

В-четвертых, в условиях глобальной конкуренции особую важность приобретают происходящие изменения в «географии» международного образования. Предварительные выводы о том, как национальные образовательные системы пережили 2010 г, свидетельствуют, что страны-лидеры, имеющие значительный отрыв от преследователей, накопленный за последние десятилетия, по-прежнему остаются притягательными местами для обучения для миллионов студентов. Обучение

в США привлекает в 2 раза больше иностранных студентов, чем у ближайшей из стран-преследовательниц.

Ведущие страны используют различные стратегии в борьбе за иностранных студентов.

В США продвижение бренда «американское образование» не проходит централизованно. Значительная часть усилий по набору студентов предпринимается высшими учебными заведениями самостоятельно. Широкую практику получило создание образовательных консорциумов, призванных объединить усилия нескольких вузов по набору студентов. Объединение, как правило, проходит по географическому (учебные заведения одного штата, округа) или по типовому признаку (например, 2-х летние колледжи). В тоже время приоритеты государственного развития подчеркиваются утверждением специальных программ, направленных на повышение мобильности студентов в определенном регионе. В последние годы примером такого подхода служат инициативы Белого дома по развитию академического сотрудничества с Китаем, сопровождаемые выделением значительных средств на развитие мобильности между двумя странами.

На государственном уровне привлечением иностранных студентов в страну занимаются американские образовательные центры, получающих поддержку правительства через систему грантов и целевых программ. Примером такого рода служит международная сеть образовательных центров «Education USA». В 450 офисах, рассредоточенных по всему миру, все желающие могут бесплатно получить консультации по вопросам обучения в этой стране, воспользоваться информационными ресурсами центра для выбора учебного заведения.

Продвижение британского образования происходит в острой конкурентной борьбе и не столько с США, сколько с континентальной Европой, где за последние годы количество программ на английском языке (а значит, открытых для всех желающих и без необходимости сдачи экзаменов по немецкому, французскому или другому европейскому языку) выросло в 3 раза. Инициативы континентальных университетов, продвигаемые под брендом «Образование в Европе» привели к снижению темпов роста числа иностранных студентов в Великобритании. В этих условиях маркетинговые инициативы остаются прерогативой Британского Совета, действующего по всему миру и продвигающего бренд «Education UK» посредством выставок, семинаров, образовательных ярмарок. В планах британского правительства привлечение дополнительно 100 тыс. международных студентов и удвоение количества стран, посылающих более 10 тыс. студентов для обучения в Великобритании.

Продвижением программ высшего образования в Германии активно занимается Германская служба академических обменов (DAAD), осуществляющая свою деятельность через 64 региональных представительства. В зоне особого внимания этой структуры вопросы изучения немецкого языка, предоставление краткосрочных и долгосрочных стипендий, развитие межвузовских связей.

Во Франции схожие функции выполняет Агентство CampusFrance, созданное в 2006 г. на базе ранее существовавшей организации EduFrance. География французского «влияния» включает 75 стран и 100 представительств. Особенностью французского подхода является регистрации всех абитуриентов, поступающих в высшие учебные заведения Франции, непосредственно Агентством, которое также оказывает сопровождение в период оформления образовательных документов, необходимых для зачисления в вузы.

Маркетинговые усилия Австралии в значительной степени сфокусированы на Юго-Восточной Азии. В целом же в 17 странах действуют более 20 представительств, деятельность которых направлена на пропаганду планов и инициатив правительства страны по привлечению иностранных студентов, в том числе и при финансовой поддержке через гранты и стипендии.

Усилия лидеров по развитию мировой сети представительств вызваны необходимостью сохранить завоеванные позиции. По данным ЮНЕСКО, география высшего образования продолжает расширяться за счет возникновения крупных региональных центров. Внимание образовательного сообщества приковано к Индии и Китаю, главным образовательным рынкам планеты, где к 2020 г. количество молодых людей в возрасте от 15 до 19 лет составит 127 и 85 миллионов соответственно. Все это способствует возникновению в регионе так называемых образовательных хабов (education hubs), что является одним из проявлений тенденции, обозначаемой сегодня как «новый глобальный регионализм». Отличительная особенность таких центров – преподавание на английском языке для студентов из близлежащих регионов. В этом направлении значительно продвинулись в Японии и Малайзии. Гонконг только в 2009 г. привлек более 10,000 студентов из Китая.

С другой стороны, создание таких центров не является панацеей. В условиях финансового кризиса далеко не все образовательные центры, созданные чтобы максимально приблизить западное образование к потребителям, справляются с новой ситуацией. Проблемы с набором и

финансированием испытывают образовательные «спутники» – кампусы ведущих университетов США и Великобритании в зоне Персидского залива, такие как Michigan State, Carnegie Mellon, Cornell and Georgetown Universities в Дубае и Rochester Institute of Technology в ОАЭ. Отток специалистов из региона в связи с изменившейся конъюнктурой привел к существенному сокращению количества потенциальных студентов.

Данные, собранные по 3,000 университетам и колледжам США, свидетельствуют, что наибольшее количество иностранных студентов по-прежнему приезжает из Азии. Выходцы из этого региона составляют более 60 % от всех иностранных студентов. Как отмечают специалисты Института международного образования, число студентов из Азии за последние 50 лет выросло в 60 раз. Наибольший рост был зафиксирован в десятилетие между 1980 и 1990 гг. – с 29 до 54 %. За последние 5 лет увеличение составило 28 %.

Рост числа иностранных студентов в прошлом году был предопределен рекордным увеличением абитуриентов, прежде всего из Китая. Тридцатипроцентное увеличение студентов из этой страны, после прошлогодних 21 %, привело к росту китайской студенческой диаспоры до 128,000, что составляет более 18 % от всего числа зарубежных студентов в США. Китай в этом году стал абсолютным лидером среди стран, направляющих своих граждан для получения высшего образования в Америке. На втором месте – студенты из Индии. Их число также возросло, хотя и только на 3 %, что привело к потере верхней строчки в этом рейтинге. Тем не менее, сегодня в США обучается более 105,000 индийских студентов, что составляет около 15 % от общего числа иностранных студентов в этой стране.

Студенты из трех стран – Китая, Индии и Южной Кореи составляют 44 % всех иностранцев, обучающихся в вузах страны. Канада, Тайвань и Япония обеспечивают примерно по 4 % от числа иностранных студентов, а все остальные страны – 2 % и менее. Полученные результаты исследования по другим странам свидетельствуют о значительном влиянии, который продолжает оказывать мировой финансовый кризис на различные регионы мира. По сравнению с прошлым годом только пять из десяти ведущих стран доноров сумели увеличить число студентов, направляемых в США. Кроме уже отмеченного роста Китая, зафиксировано значительное увеличение числа студентов из Саудовской Аравии (на 25 %), что позволило этой стране переместиться с десятого на седьмое место в Топ-10 стран. Рост студентов связан не только со стабильностью основных экспортных отраслей страны, но и планомерной политикой поддержки программ обучения за границей через правительственные стипендии и гранты. Увеличение числа студентов было отмечено из Турции, Великобритании, Бразилии, Франции, Нигерии, Малайзии, Венесуэлы и Вьетнама.

Среди Топ-25 стран-доноров США, то есть отправляющих своих студентов для получения высшего образования в этой стране, более половины сократили свои «объемы». Наиболее заметно снизилось количество студентов из Японии (15 % в этом году), Мексики (9 %), Индонезии (7.5 %) и Кении (8 %). Для остальных стран сокращение направляемых студентов составило 5 % и менее. Российские студенты занимают в этом году 25-ю строчку, и их число немного снизилось (на 2 %) до 4,827 человек по сравнению с 4,908 в прошлом году.

Наиболее привлекательными штатами для иностранных студентов традиционно остаются Калифорния, Нью-Йорк, Техас. Городами – лидерами по числу иностранных студентов стали Нью-Йорк и Лос-Анджелес. Университетами США, где обучается наибольшее количество иностранных студентов в 2009 г., названы Университет Южной Калифорнии, где обучается 7,987 иностранных студентов, Университет Нью-Йорка (7,987), который в этом году уступил вторую позицию Иллинойскому университету (7287), Колумбийский университет, пропустивший в этом году на четвертое место Университет Пердью и теперь замыкающий пятерку наиболее «международных» вузов страны. В прошлом учебном году выросло и число кампусов американских вузов, где проходит обучение более 1000 иностранных студентов, со 171 до 186.

Среди наиболее популярных специальностей по-прежнему выделяются направления, связанные с экономикой и бизнесом. В этом году специальности «Бизнес» и «Менеджмент» привлекли на 5 % больше иностранных студентов, чем в прошлом году. На этих специальностях обучается 21 % всех иностранных студентов. Далее следуют инженерные специальности – 18 % всех иностранных студентов. В прошлом году выросла популярность математики и компьютерных дисциплин, их выбрало на 8 % больше студентов, чем в прошлом году.

Всего, по оценке Института международного образования, иностранные студенты на уровне подготовки бакалавров составляют 1/50 часть от общего числа американских студентов, а на уровне постдипломного обучения (магистратуры, аспирантура) – 1/10. Особенно заметно присутствие иностранцев на естественнонаучных и математических специальностях. Именно они обеспечили,