



„EESTI KÕRGHARIDUSE RAHVUSVAHELISE TUTVUSTAMISE
STRATEEGIA 2015-2020“ TÄITMISE TAGASISIDE RAPORT

[Lauri Linnamäe](#)

[Põim Kama](#)



Kaasrahanud
Euroopa Liit



Eesti
tuleviku heaks

2024

Hange	Tagasiside küsimine Eesti kõrghariduse rahvusvahelise tutvustamise strateegia elluviimisele
Hankija	Haridus- ja Noorteamet (registrikood 77001292)
Hankija esindajad	Heli Aru-Chabilan, Eero Loonurm
Teenusepakkuja	Tuum Consulting OÜ
Raporti koostajad	Cloud Media OÜ, Tuum Consulting OÜ
Meeskonna liikmed	Lauri Linnamäe, Põim Kama
Koostamise aeg	2024



Kaasrahanud
Euroopa Liit



Eesti
tuleviku heaks

Sissejuhatus	4
Kokkuvõte	5
Tulemused ja järeldused	5
Ettepanekud tulevikuks.....	6
Analüüs	8
Strateegia eesmärgid ja mõõdikud.....	8
Kvantitatiivsed tulemused	11
Välistudengid Eesti kõrgkoolides	11
Välisüliõpilased ja -vilistlased Eesti tööturul	15
Relevantsete uuringute tulemused	15
Eurograduate vilistlaste uuring	15
Välisüliõpilaste majanduslik mõju	16
International Student Barometer	17
Turundus- ja teavitustegevuste mõõdikud.....	18
Study in Estonia koduleht.....	18
Sotsiaalmeediategevus.....	23
Meediategevus	25
Ankeetküsitluse tulemused	27
Üldtulemused	27
Värbamise vedurid ja pidurid.....	28
Erinevused avalik-õiguslike ja eraõiguslike kõrgkoolide tulemustes.....	29
Kvalitatiivsed tulemused	31
Intervjuude kokkuvõte.....	31
Lõimumine tööturule	35
Olulisemad koostöövõimalused Study in Estonia jaoks.....	36
Tööandjate nägemus	36
Lisad	38
Lisa 1. Esitlus	39
Lisa 2. Ankeetküsitluse ankeet	51

SISSEJUHATUS

Käesolev tagasisideraport koondab sidusrühmade, eeskätt kõrgkoolide, aga ka tööandjate ja välisministeeriumi tagasisidet „Eesti kõrghariduse rahvusvahelise tutvustamise strateegia 2015-2020“ täitmise kohta.

Peamised küsimused, millele tagasisideraport vastuseid otsib, on järgmised:

1. Kuidas Study in Estonia tegevused 2014-2023 perioodil on kaasa aidanud kõrghariduse tutvustamise strateegia eesmärkide täitmisele?
2. Milliseid tegevusi hinnata kõige mõjukamateks? Milliseid vähemmõjukateks?
3. Millised on peamised õppetunnid Study in Estonia programmi rakendamisest vaadeldaval perioodil? Mida kaasa võtta uue programmi kujundamiseks? Õppetunnid eraldi riigi ning kõrgkooli tasandil.
4. Ülevaade Study in Estonia digiturunduse mõjukusest.

Kuigi tagasisideraporti põhirõhk on hinnangutel strateegia eesmärkide täitmisele, annab nii küsitlusest kui intervjuudest saadud teave ka väärtuslikke suuniseid tulevaste tegevuste kavandamiseks.

Käesoleva raporti koostajad on Tuum Consulting OÜ ja Cloud Media OÜ.

KOKKUVÕTE

Tulemused ja järeldused

Kuidas Study in Estonia tegevused 2014-2023 perioodil on kaasa aidanud kõrghariduse tutvustamise strateegia strateegiliste eesmärkide täitmisele?

"Study in Estonia" tegevused ajavahemikus 2014-2023 on aidanud tõsta teadlikkust Eestist kui õpisihtkohast, toetanud kõrgkooli nende rahvusvahelise värbamisturunduse võimelünkades, muutnud tööd sihtturgudel süsteemsemaks ning võimaldanud ja võimestanud kõrgkoolide koostööd.

Tagasiside kinnitab, et Study in Estonia tegevused on kõrghariduse rahvusvahelistumise eesmärkide täitmisele olulisel määral kaasa aidanud.

Milliseid tegevusi hinnata kõige mõjukamateks? Milliseid vähemmõjukateks?

Kõrgkoolid hindavad kõige mõjukamateks tegevusteks ühist turundust, maine kujundamist, värbamis- ja teavitustegevuste toetamist ühtse brändiga. Olulisemate arenguvõimalustena nähakse Study in Estonia puhul tegevuste tagasiside arendamist ja ning Eesti riigi puhul kõrghariduspoliitika ja rändepoliitika eesmärkide ühtlustamist, et viisapoliitika toetaks rohkem kõrgkoolide värbamispüüdlusi.

Millised on peamised õppetunnid Study in Estonia programmi rakendamises vaadeldaval perioodil? Mida kaasa võtta uue programmi kujundamiseks? Õppetunnid eraldi riigi ning kõrgkooli tasandil.

Olulise järeldusena koorub kõrgkoolide, välisministeeriumi ja tööandjate tagasisidest, et ühiskonna jaoks pole kõige tõhusam viis kitsalt välistudengi värbamisele keskendumine, vaid välismaalase värbamise ja hõive käsitlemine tervikliku protsessina. See lähtub suures osas kahest järeldusest: 1) kõige tõhusam motivaator välistudengi otsuse Eesti kasuks kallutamisel on isiklik varasem kogemus Eestiga; 2) kuigi tööturult välistalente värvates saab kogenumaid, nõ valmis talente, tasakaalustab seda kooli lõpetanud välistudengi märksa madalam ühiskonda ja tööturule lõimimise rahaline ja sotsiaalne hind. Ühtlasi on Eestis kõrgharidusametuse lõpetanud välismaalasel suur valmisolek edasise elu Eestiga sidumiseks.¹

Kõrgkoolid hindavad kõrgelt ühiseid tegevusi, kuid rõhutasid korduvalt ka vajadust kõrgkoolide individuaalsete tegevuste toetamise järele (nagu oli Dora Pluss programmis), kuna kõrgkoolide vajadused võivad kohati olla spetsiifilised ja üksteisest suuresti erineva.

Olulisemate takistustena rahvusvahelisel värbamisel nähakse Eesti rände- ja viisapoliitika ettearvatust, viisaprotseduuride keerukust (hõre välisesinduste võrk, alternatiivide nappus).

¹ Kõnealused järeldused koorusid peamiselt välja kõrgkoolide esindajate ankeetküsitlusest ja intervjuust tööandjate esindajaga.

Ülevaade Study in Estonia digiturunduse mõjukusest

"Study in Estonia" digiturundus hõlmas vaadetaval perioodil näiteks sihtturgude valikut ja analüüsi, kaubamärgi uuendusi, Eesti kõrghariduse kaubamärgisaadikute võrgustiku ([Study in Estonia Student Ambassador network](#)) ja sissetulevatele üliõpilastele stipendiumivõimaluste andmebaasi² loomist.

Digiturunduses on tähelepanu pööratud ka koostöö ja turundusalase kompetentsi parandamisele, kujundatud Eesti kõrghariduse mainet, läbi viidud on mitmeid koolitusi, näiteks "Lead management", "Loovkirjutamine turundajale", "Marketing techniques in students recruitment". Digiturunduse teemasid kaeti ka õppereisidel Hollandi, Rootsi, USA ning Ühendkuningriigi kõrgkoolidesse ja agentuuridesse.

Kõrgkoolide esindajad tunnustavad kõrgelt kaubamärgi loomist ja arendamist, millega Eesti õppimisvõimalusi ja Eestit kui õpisihtriiki keskselt turundatakse.

Ettepanekud tulevikuks

- Jätkata kõrgkoolide toetamist ühiste turundustegevuste ja brändiga, Eesti kõrghariduse maine kujundamist sihtturgudel ning kõrgkoolide varustamist iseseisvaks turundamiseks vajaliku ekspertteadmiselega.
- Teostada vajalikud analüüsid, luua metoodika ning teha poliitikakujundajatele vajalikud ettepanekud üleminekuks välismaalase elukaare värbamise poliitikale, kus õpi- ja töövärbamist ei käsitleta eraldi, vaid välismaalasi värvatakse Eestisse tema elukaare õpingu- ja tööperioodiks.³
- Arendada tegevuste tagasisidestamise mehhanismi, et keskenduda tõhusamatele tegevustele.
- Teadvustada täitevvõimu ja poliitikakujundajate tasandil tekkinud probleemi, kus viisapoliitika töötab kõrghariduspoliitika eesmärkidele vastu, ning vajadusel olla partneriks lahenduse leidmisel.
- Leida võimalused ka kõrgkoolide rahvusvahelise turundamise toetamiseks (nagu oli kaasfinantseerimise meede programmis Dora Pluss), et kõrgkoolid saaks enda spetsiifilised vajadused katta ise ja tõhusamalt, kui ühistegevusega.
- Kaasata välisvilistlaskogukonda Eesti kui õpiriigi tutvustamisse.
- Tutvustada jõulisemalt kõrgharidusega kaasnevat karjäärivõimalusi Eestis ja Eesti rahvusvahelistes ettevõtetes, koostöös tööandjate ja ettevõtetega.

² <https://studyinestonia.ee/index.php/study/scholarships>

³ Ka Siseministerium on toonud välja sama: „Kvalifitseeritud tööjõupuuduse probleemi lahendamisel on välisstudengite värbamine ning nende tööturul rakendamine tõhusam välis tööjõu värbamisest, kuivõrd välisstudengitel tekib õpingute käigus harjumus siinse keskkonnaga ehk esmane kohanemine.”

- Võimalusel toetada bakalaureuseastme üliõpilasvahetuste turundamist, kuna bakalaureuseastme vahetusüliõpilased tulevad pärast isikliku kogemuse saamist märksa tõenäolisemalt Eestisse tagasi magistriõpinguteks.
- Eraldi turundada ja toetada kõrgkoole tutvustamiseks õppekavasid läbi konkreetsete, rahvusvaheliselt mainekate õppejõudude.
- Võtta eraldi värbamissihtrühmaks väliseesti kogukondade noorem põlvkond (rahvuskaaslased, potentsiaalsed tagasipöördunud) ning vajadusel luua koostööpartneritega vastav strateegia.

ANALÜÜS

Raporti uurimisküsimusele vastamiseks on kasutatud nii kvalitatiivseid kui kvantitatiivseid meetodeid, sh uuringute ja taustamaterjali analüüsi, relevantse statistika ülevaadet, tegevuste analüüsi, digiturunduse jm mõõdikute ülevaadet, ankeetküsitlust, intervjuusid.

Raportis on analüüsitud ka selliseid andmeid, mis pärinevad uuritavast perioodist hilisemast ajast (nt mõned digiturunduse andmestikud). Seda nii põhjusel, et kõiki relevantseid andmeliike polnud uuritava perioodi kohta võimalik hankida, kui ka põhjusel, et värsked andmed aitavad paremini planeerida tulevikutegevusi.

Strateegia eesmärgid ja mõõdikud

“Eesti kõrghariduse rahvusvahelise tutvustamise strateegia 2015-2020” sätestab nii visiooni, üld- ja alaeesmärgid kui ka mõõdikud.

Käesolev raport koondab tagasisidet perioodi 2015-2023 kohta, mistõttu pole strateegias 2020. aastaks sätestatud eesmärkide ja mõõdikute analüüs üks-ühele kohane. Sellegipoolest väärib kehtestatud eesmärkide saavutamise analüüsimist, kuna tegemist on parima etaloniga, mis raporti koostamise hetkel käepärast. Käesolevas raportis ei analüüsita sätestatud eesmärkide täitmist 2020. aastaks, mis oleks rangelt võttes korrektne, vaid 2020. aastaks seatud eesmärgid 2024. aasta II kvartali seisuga.

Strateegia kehtestab järgmise visiooni:

Eesti on aastaks 2020 strateegias sätestatud sihtturgudel tuntud hea õppimis- ja mitmekülgsete karjääri- ning eneseteostusvõimaluste poolest.

Sama dokument kehtestab ka eesmärgid ja indikaatorid nende mõõtmiseks.

ÜLDEESMÄRK, ALAEESMÄRGID JA INDIKAATORID

Üldeesmärk	Eesti kõrghariduse rahvusvahelise tutvustamise üldeesmärk on parandada Eesti konkurentsivõimet, tutvustades Eestit kui jätkuvalt arenevat kõrgetasemelist ja rahvusvaheliselt hinnatud õppimiskohta.
Alaeesmärk 1	Eesti tuntus hea õppimise ning mitmekülgsete karjääri- ja eneseteostusvõimalustega kohana on sihtturgudel paranenud.
Indikaator 2020	10% välisüliõpilaste osakaal kõigist tasemeõppe üliõpilastest.
Seis 2023	2022/2023. õppeaastal õppis Eesti kõrgkoolides 4873 tasemeõppe välistudengit. Kokku moodustasid välisüliõpilased 11,0% Eesti üliõpilaskonnast.

Alaeesmärk 2	Välisüliõpilased on nõutud Eesti tööturul ja toetavad nii kõrghariduse kui ka majanduse arengut.
Indikaator 2020	30% kooli lõpetanud magistri- ja doktoritaseme välisüliõpilastest töötab pärast kooli lõpetamist Eestis.
Seis 2023	2024. aasta Statistikaameti uuring näitas, et õpingute lõpetamisele järgneval õppeaastal töötas Eestis 64% magistri- ja 51% doktoriõppe 2021/22. õppeaastal lõpetanud välisüliõpilastest.

Alaeesmärgi 1 tegevused keskenduvad strateegia kohaselt sihtturgudele, välisüliõpilastele pakutavate teenuste kvaliteedi parandamisele ja tutvustustegevuste arendamisele.

Alaeesmärgi 2 tegevused keskenduvad riiklikule teavitusele ja koostööle, et parandada välisüliõpilaste õpi- ja praktikavõimalusi ning töö- ja karjäärivõimalusi pärast õpingute lõppu.

Eesmärkide saavutamiseks määrab strateegia neli tegevussuunda koos järgmiste mõõdikutega.

SIHTTURGUDE VALIK JA ANALÜÜS

Välja on töötatud metodoloogia, et analüüsida Eesti kõrgharidusele potentsiaalselt huvipakkuvaid turge

Seis: Kõrgkoolide, tööandjate ja teiste osalistega töötati välja Eesti rahvusvahelise kõrghariduse potentsiaalsete ja olemasolevate sihtturgude turu-uuringute metoodika, mis võimaldab võrdlevalt hinnata sihtturgude sobivust Study in Estonia turundustegevuste jaoks. Metoodika hõlmas komponente nagu kliendianalüüs, sihtturu potentsiaali analüüs, sihtturu tõuketegurid, Eesti kui rahvusvahelise kõrgharidusteenuse pakkumise asukoha tõmbetegurid üldiselt ja seoses sihtturguga ning sidustegurid Eesti ja sihtturu vahel lisaks tõmbe- ja tõuketeguritele.

Analüüsitud on vähemalt kümne sihtturu potentsiaali Eesti jaoks

Seis: "Study in Estonia" viis läbi analüüsi, mille raames uuriti põhjalikult 11 turgu⁴, millest osa on juba traditsioonilised sihtturud ning osa kõrgharidusele suurema või väiksema potentsiaaliga võimalikud sihtriigid. Lisaks 11 analüüsitud turule analüüsiti ning hinnati regulaarselt globaalset kõrgharidusmaastikku ning muutuvaid trende.

⁴ Armeenia, Aserbaidžaan, Valgevene, Saksamaa, India, Kasahstan, Läti, Venemaa, Türgi, Ameerika Ühendriigid ja Vietnam.

TEGEVUSED SIHTTURGUDEL

Uuendatud on Study in Estonia kaubamärk

Seis "Study in Estonia" võttis programmiperioodil kasutusele uue visuaalse identiteedi, mille raames kasutatakse Eesti sinivalget kaubamärki ning riigi tutvustamise tööriistu. Kaubamärk on olemas ja aktiivselt kasutusel. Kaubamärk on kaitsmata.

Loodud on Eesti kõrghariduse kaubamärgisaadikute võrgustik

Seis "Study in Estonia" kaubamärgisaadikute võrgustiku töö aitab kaasa Eesti kui kvaliteetset kõrgharidust pakkuva riigi kuvandile laias maailmas. Kaubamärgisaadikud tutvustavad Eesti õppe- ja elukeskkonda läbi oma kogemuslugude, mida saab rakendada nii "Study in Estonia" kui ka kõrgkoolide tegevuste toetamiseks.

VÄLISÜLIÕPILASTELE PAKUTAVAD TEENUSED JA NENDE KÄTTESAADAVUS

Loodud on ühtne stipendiumivõimaluste andmebaas

Seis Ühtne stipendiumibaas tutvustas Eestis pakutavaid programmi Dora Pluss stipendiume ja ka teisi toetusskeeme nii Eestisse saabunud õppijatele kui ka väliskogemust omandada soovivatele, juba Eestis õppivatele tudengitele.

Läbi on viidud vähemalt viis tööandjate ja üliõpilaste kontaktüritust

Seis Antud programmiperioodi jooksul viidi läbi mitmeid kontaktüritusi⁵, mille eesmärk oli tutvustada Eesti tööturgu Eestis õpinguid alustanud välisüliõpilastele.

KOOSTÖÖ JA TURUNDUSALASE KOMPETENTSI PARANDAMINE

Kokku on kutsutud kõigi osaliste võrgustik mis kohtub regulaarselt

Seis Välja on töötatud koostööformaad, mis koosneb kõrgkoolide ja "Study in Estonia" ühisest kõrghariduse rahvusvahelistumise koostöövõrgustikust, mis kohtub regulaarselt.

Eesti kõrgkoolide turundusega ning välisüliõpilastega tegelevale personalile on perioodi jooksul läbi viidud vähemalt 10 koolitust.

Seis "Study in Estonia" on aastate jooksul läbi viinud nii regulaarseid kui ühekordseid koolitusi eri teemadel, mis toetavad kõrgkoolide rahvusvahelistumist.

⁵ Näiteks „QS World University Rankings“, "Lead management", "Loovkirjutamine turundajale", "Värbamine Aasia turgudel", "Marketing techniques in students recruitment" ning 2016-2019 toimunud õppereisid Hollandi, Rootsi, USA ning Ühendkuningriigi kõrgkoolidesse ja agentuuridesse.

Kvantitatiivsed tulemused

STATISTIKA ÜLEVAADE

VÄLISTUDENGID EESTI KÕRGGKOOLOIDES

DÜNAAMIKA ÕPPETASEME, PÄRITOLUREGIOONI JA SOO KAUPA

Allikas: Statistikaamet

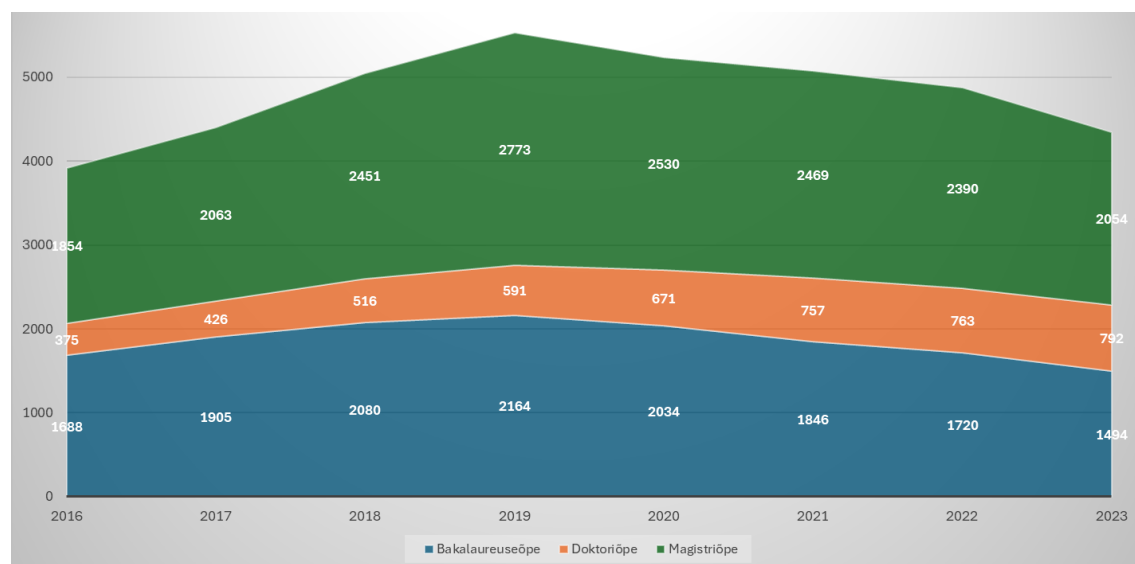
Välisstudengite hulk Eesti kõrgkoolides tipnes 2019. aastal, kuid on sealt alates langenud. 2023. aastal langus kiirenes. Eesti on üks viiest OECD riigist, kus tasemeõppe õpiränne pole taastunud tervisekriisi eelsele tasemele.⁶

Languse peapõhjuseks on välja toodud COVID-19 põhjustatud tervisekriis ning Venemaa agressiooni intensiivistumine Ukrainas. Muude põhjuste hulgas on ka kõrghariduse rahvusvahelistumist toetanud Dora Plus programmi lõppemine ning elukallidus.⁷ Seetõttu pole õnnestunud kompenseerida Venemaalt pärit välisüliõpilaste arvu kiiret kahanemist.

Languse mõjuteguritena võib käsitleda veel näiteks rändepoliitilisi otsuseid (näiteks tudengitel kaasas oleva kohustusliku rahasumma kasvamine) ja konkureerivate riikide aktiivne värbamistegevus.

Kõige järsemalt on kahanenud Soomest pärit välisüliõpilaste hulk, kuue aastaga pea kaks korda.

VÄLISTUDENGID EESTI KÕRGGKOOLOIDES

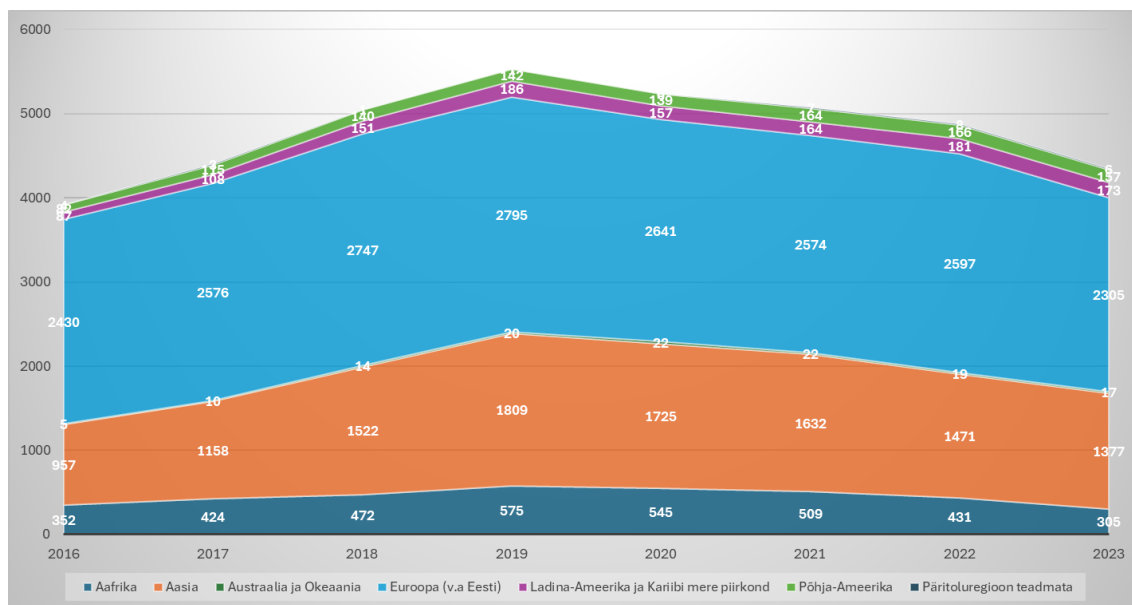


Joonis 1. Välisstudengite hulk tipnes 2019. aastal ning on järgneva nelja aastaga ca 20% langenud. Murdepunktid on seostatavad välisteguritega (Covid-19 ja Ukraina sõja intensiivistumine).

⁶ <https://haridus.postimees.ee/7961294/soja-mojud-uha-vahem-valistudengeid-leiab-tee-eesti-ulikoolidesse>

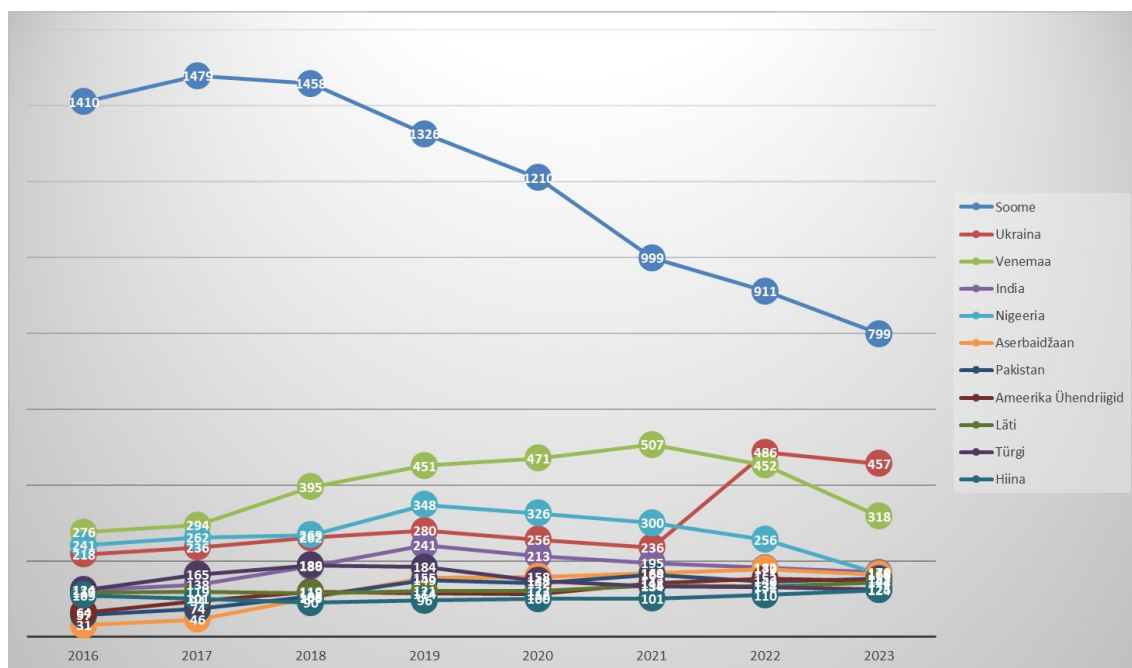
⁷ <https://haridus.postimees.ee/7961294/soja-mojud-uha-vahem-valistudengeid-leiab-tee-eesti-ulikoolidesse>

VÄLISTUDENGIDPÄRITOLU REGIOONITI



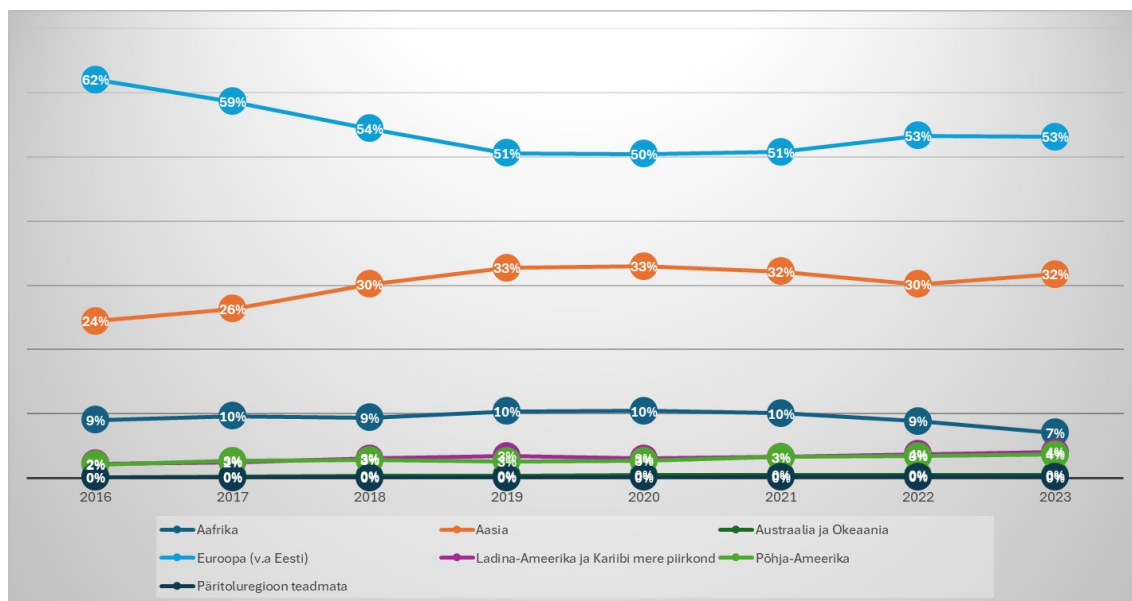
Joonis 2. Suurima osa Eestis õppivaist välisstudengeist moodustavad Euroopa ja Aasia päritolu tudengid.

VÄLISTUDENGITE HULK PÄRITOLURIIKIDE KAUPA



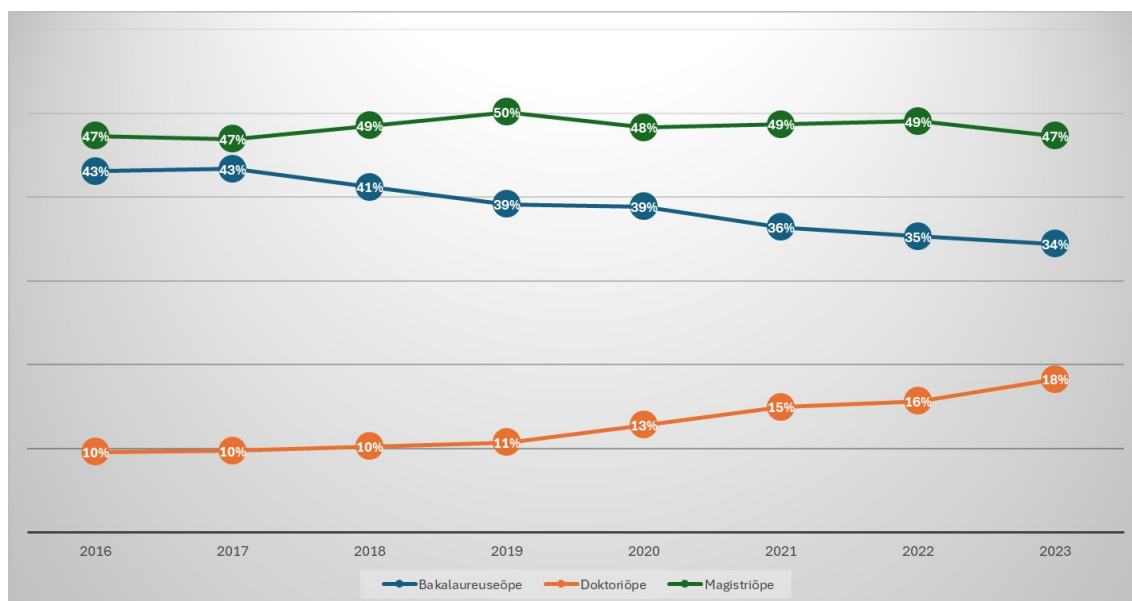
Joonis 3. Soome ja Venemaa tudengite hulk on kiirelt langenud.

VÄLISTUDENGITE JAOTUS REGIOONITI



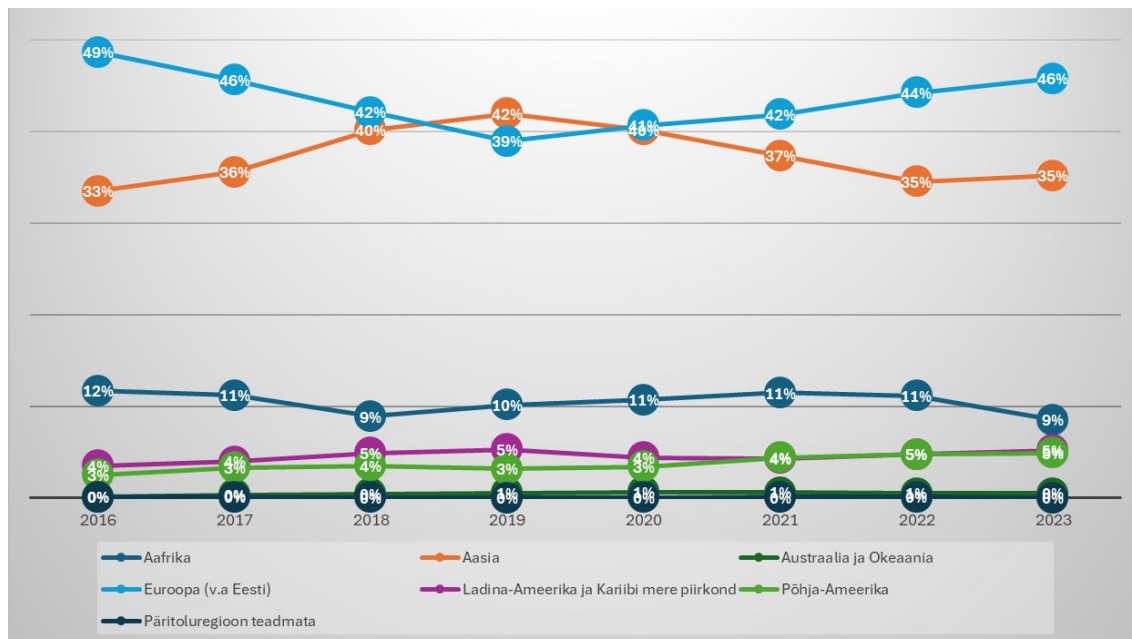
Joonis 4. Euroopa päritolu tudengite osakaal on vaadeldaval perioodil langenud peamiselt Aasia päritolu tudengite arvelt.

VÄLISTUDENGITE JAOTUS ÕPPETASEME KAUPA



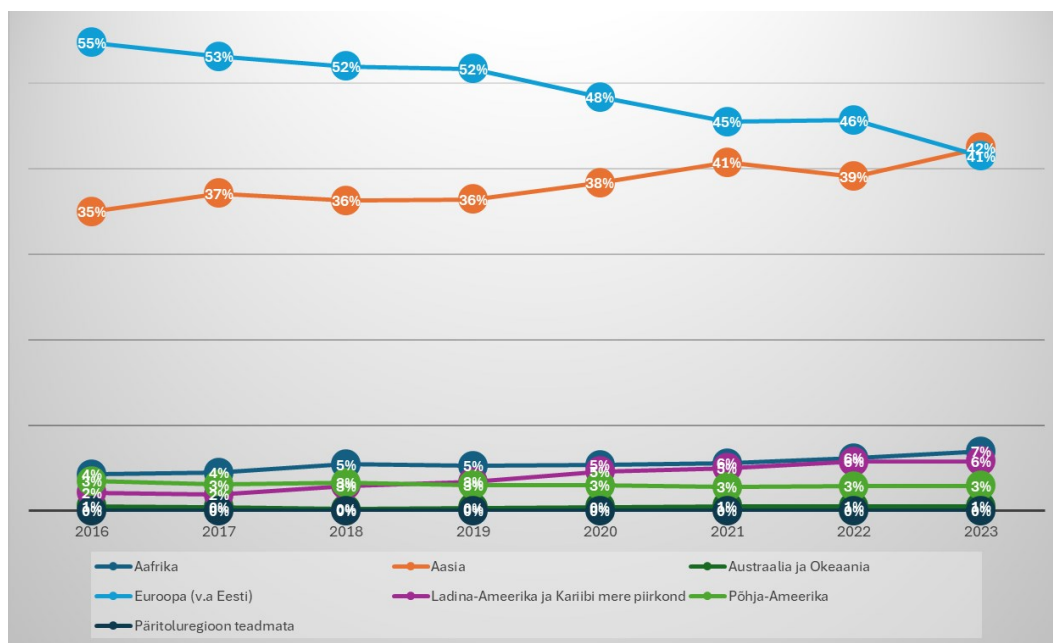
Joonis 5. Doktoriõppes õppivate välistudengite osakaal on vaadeldaval perioodil pea kahekordistunud, peamiselt bakalaureusetudengite arvelt.

VÄLISMAGISTRANTIDE PÄRITOLU



Joonis 6. Välismagistrantide jaotus päritoluregioonide kaupa. Magistriõppes kasvab eurooplaste osakaal.

VÄLISDOKTORANTIDE PÄRITOLU



Joonis 7. Välisdoktorantide jaotus päritoluregioonide kaupa. Doktoriõppes kasvab Aasia päritolu õppijate osakaal.

VÄLISÜLIÕPILASED JA -VILISTLASED EESTI TÖÖTURUL

Statistikaameti 2024. aasta analüüsi järgi kasvas välisüliõpilaste arv 3917-lt 5528-ni aastal 2019, kuid langes 2022. aastal 4873-le. Üldine tööhõive määr nende seas suurenes kuni 2020. aastani, kuid Covid-19 pandeemia ja hilisem Venemaa agressioon Ukrainas mõjutasid tööturu olukorda.

Välisüliõpilaste ja -vilistlaste karjäärivalikute osas Eestis on tõusuteel haridussektor, eriti doktorantide seas, kes on sageli ülikoolide töötajad. 2022/23 õppeaastal töötas rohkem kui pool välisüliõpilastest vähemalt ühe päeva, enamik neist töötas rohkem kui kuus kuud. Suurema tõenäosusega töötavad välisüliõpilased, kes õpivad IKT, tehnika, tootmise ja ehituse, ärimise, halduse ja õiguse valdkonnas.

Välisüliõpilased ja -vilistlased panustasid 2022/23 õppeaastal Eestisse tulu- ja sotsiaalmaksuna 23,5 miljonit eurot. Vahemikus 2018 kuni 2022 õpingud lõpetanud (ja enam mitte edasi õppinud) välisüliõpilastest oli õppeaastal 2022/23 endiselt Eesti tööturul 43% vilistlastest. Koguarvult on kõige enam siinsel tööturul ärimise, halduse ja õiguse, tehnika, tootmise ja ehituse ning IKT valdkonna lõpetanud välisüliõpilasi.

IKT ning tehnika, tootmise ja ehituse valdkondade vilistlased jäävad ka teistest sagedamini lõpetamise järel Eestisse tööle. 2022/23 õppeaastal tehti töise tulu väljamakseid perioodil 2018-2022 õpingud lõpetanud 2543 välisvilistlasele kokku ligi 66 miljoni euro ulatuses. Nende maksupanus tulumaksuna oli 12 miljonit eurot ning sotsiaalmaksuna 21,8 miljonit eurot.

Allikas: [Statistikaamet](#)

Relevantsete uuringute tulemused

EUROGRADUATE VILISTLASTE UURING

Eurograduate⁸ on üleeuroopaline vilistlaste uuring, milles Eesti osaleb esimest korda. Uuring hõlmab 2016/2017 ja 2020/2021 õppeaasta kõigi kõrgkoolide lõpetajaid, sealhulgas välisüliõpilastena lõpetanud.

Kaks kolmandikku välistudengina Eestis kõrgkooli lõpetanuist seovad enda tulevikku Eestiga, neist pooled kauemaks kui aastaks ja 28% pikas perspektiivis ehk määramata ajaks või kauemaks kui 10 aastaks.

Seejuures kinnitavad meessoost välisvilistlased pikemas perspektiivis Eestisse jäämist poole sagedamini, kui naissoost välisvilistlased (32% meestest, 22% naistest).

Ühtlasi kasvab pikas perspektiivis Eestisse jäämise kavatsus koos haridustasemega. Kui kõrghariduse esimese astme välisvilistlastest kavatses end pikas perspektiivis Eestiga siduda 18%, siis magistritaseme vilistlastest kavatses sama juba 31% ja doktoritest lausa 46%⁹.

Kuna sama küsimust on uuritud ka varasematel aastatel, saab välja tuua olulise tendentsi: varasemate kohortide vastajad (st varem kõrgkooli lõpetanud) seovad enda tulevikku pikaajaliselt Eestiga märksa

⁸ Eurograduate on üleeuroopaline vilistlaste uuring, milles Eesti osaleb esimest korda.

⁹ Väike valim: välismaalastest doktoreid osales uuringus 21, st tulemuste tõlgendamine nõuab ettevaatust.

suuremas osas, kui värsked lõpetajad. Kui 2020/2021 õppeaasta vilistlastest sidus end määramata ajaks või pikemaks kui 10 aastat Eestiga 22%, siis 2016/2017 õppeaasta vilistlastest 39%.

Põhjapanevate järelduste tegemine ja tõsikindla põhjus-tagajärg seose väitmine vajaks küll põhjalikumat uuringut, kuid siiski vihjab see vähemalt huvitavale hüpoteesile, et kõige tõhusam (nii rahaliste kui ühiskondliku koormuse mõttes) on värvata Eestisse magistritaseme välisüliõpilasi, kelle erialal on võimalik jätkata doktoriõppes - see annab korraga Eestile kõrgelt haritud ja pikaajaliselt Eestiga seotud töötajaid.

VÄLISÜLIÕPILASTE MAJANDUSLIK MÕJU

Eesti tööturul osalemine 2021/2022

Kuigi inimrühma majandusliku kogumõju mõõtmine on parimagi meetodikaga hinnanguline, uuritakse seda regulaarselt nii Eestis kui maailmas. Mõõtmistulemuse hinnangulisus tuleneb inimese tegevuste kogumi keerulisusest ja äärmisest mitmekülsusest, millest igaühele nõ hinnasildi külgeriputamine on praktikas võimatu. Lisaks on otsese mõju kõrval, kus piltlikult öeldes raha vahetab omanikku, märksa olulisem kaudne ja pikaajaline mõju. Selle hulka kuulub näiteks välistudengite asutatud ettevõtete või nende töökohal loodud lisandväärtus, panus Eesti majanduse konkurentsivõimesse, uue majandusaktiivsuse loomine kõrge lisandväärtusega välistöötajate teenindamiseks ja tarbimisvajaduste katmiseks, tööjõupuuduse leevendamise mõju jne. Sellegipoolest annab uuring, eriti kui see on korduv ja ühtse meetodikaga, võimaluse mõõta ka muutujate dünaamikat ajas, mis on juhtimisotsuste langetamiseks absoluutarvudest ilmselt olulisemgi.

Uuringu üks oluline järeldus on, et välisüliõpilased keskenduvad rohkem õpingutele kui kohalikku päritolu tudengid. Välistudengitest töötab õppimise ajal 56%, kohalikest 86%. Küll asub lausa kaks kolmandikku lõpetanud välistudengitest aasta jooksul tööle Eestis. Kõrgema lisandväärtusega töötajate ehk magistriõppe lõpetanute seas oli vastav näitaja 71% ja doktoriõppe lõpetanutest 62%. Suurema tõenäosusega jäävad pärast õpinguid Eestisse meessoost lõpetajad. Eestis kõrgkooli lõpetanud ning Eestisse tööle jäänud välisvilistlaste arv kasvab kiirelt.

Õpingute ajal hakkavad välistudengitest tööturule lõimuma enim IKT, tehnika tootmise, ehituse, ärimise, halduse ja õiguse välisüliõpilased. Uuringu hinnangul soodustab seda rahvusvahelise töökeskkonnaga ettevõtete rohkus neis valdkondades.

Välisvilistlased panustasid uuritava perioodil enim info ja side tegevusalade ettevõtteis, millele järgnesid töötlev tööstus ning finants- ja kindlustustegevus. Uuritaval õppeaastal tegid tööandjad välisüliõpilastele väljamakseid 28,5 miljonit eurot (otsene sotsiaal- ja tulumaksutulu 14 miljonit eurot), välisvilistlastele 16,5 miljonit eurot (otsene maksutulu 8,4 miljonit eurot).

Välisüliõpilased ei kasuta üldjuhul püsivalt majutusasutuste teenuseid, mistõttu ei kajastu nad turismistatistikas. Seda vahetegemist võib osalt pidada kunstlikuks, sest majutuse, toitlustuse jms teenuste eest maksavad nad siiski, tuues ühiskonda raha mis valdavas osas on teenitud väljaspool Eestit (ehk olemuselt on tegemist teenuste ekspordiga) ning vähemalt osaliselt toidavad sama sektorit, mis turistidki. Selle üks tagajärg on ka turismisektori hooajalisuse tasandamine. Ehkki välistudengite tarbimine pole intensiivselt võrreldav lühiajaliste turistidega, on see pikema-ajaline ja stabiilne.

INTERNATIONAL STUDENT BAROMETER

Rahvusvaheline üliõpilaste uuring, mis viidi läbi 2022. aastal, toob huvitava alateemana välja rahvusvaheliste tudengite avanemise online-õppe suhtes. Covid-19 meetmed tekitasid arvukalt olukordi, kus välistudengid pidid küll kandma välisriigis elamise kulusid, osaledes samal ajal pea sajaprotsendiliselt online-õppes.

Samal ajal sundis pandeemiaolukord maailma kõrgkoolde kiiresti kohanema nii tehnoloogiliselt kui metodoloogiliselt, ning esialgu kriitilist suhtumist pälvinud online-õppe tagasiside tudengitelt paraneb aasta-aastalt. Lisaks nähakse hästi korraldatud online- või hübriidõppes ka ettevalmistust online- või hübriidtingimustes tööturule sisenemiseks. Online- ja hübriidõppega seotud arengud annavad Eesti kõrgkoolidele olulise vihi uuest rindest rahvusvahelises konkurentsivõitluses.

Kui kümne aasta eest läbi viidud uuringus oli välistudengi jaoks kõrgkooli valikul olulisim faktor haridusasutuse maine, siis alates 2018. aastast on esikohal valikuga kaasnevad karjäärivõimalused. Viimases küsitluses nimetas 96% rahvusvahelistest üliõpilastest karjäärivõimalusi oluliseks teguriks valiku langetamisel. Ka viimane Eesti kõrgkoolide osalusega [ISB uuring](#) näitas, et mõju tulevasele karjäärile (ingl. k Future career impact) on peamine põhjus, miks otsustatakse õpingute sihtkohaks valida just Eesti (seda peab tähtsaks või väga tähtsaks 95% vastanud Eestis õppivatest välistudengitest¹⁰). Tõenäoliselt karjäärivõimaluste (täpsemalt värvatavuse, ingl k employability) tähtsus kasvab veelgi, sest Maailma Majandusfoorumi raporti "[Future of Jobs](#)"¹¹ järgi laienevad käärid koolilõpetajate oskuste ja tööturu vajaduste vahel. On kõrgkoolde, kes on enda pakutava hariduse keskmeks võtnud värvatavuse, luues tihedad sidemed kohaliku ettevõtluse ja eriti tööstussektoriga, pakkudes ametiettevalmistuskursusi, spetsiifilisi kultuuridevahelisi koolitusi ja keeleõpet, mis kõik teenivad lõpetajate tööturule kohandamise eesmärki.

Värvatavus, edumaa oskuste lõhe ületamisel, saab seega rahvusvaheliste tudengite meelitamisel kõrgkoolide üha olulisemaks peibutiseks. Euroopas järgneb tegurite mõjususe esikolmikus karjäärimõjule kõrgkooli maine ja konkreetse õppekava nimetus.

Viimastel kiire inflatsiooni aastatel, kui elukalliduse kriis on ka jõukate lääneriikide elanikkonda valusalt tabanud, on õppimiskoha valikul eriti kiirelt kasvanud elukalliduse ja õppemaksude tähtsus.

Uuring toob ka välja, et Euroopa kõrgharidusasutused panustavad uute välistudengite vastuvõtmisel vähem nende uude kooli ja ühiskonda sulandamisele, mis saab vastavalt ka tudengitelt madalamaid hinnanguid.

Eesti konteksti avab Eesti kõrg- ja kutsehariduse kvaliteediagentuuri piloothindamine "'Välisüliõpilaste õppimine ja õpetamine Eesti kõrgkoolides". Ülevaade kinnitab, et välisüliõpilaste arvu kasvuga on paranenud ka kõrgkoolide valmisolek ja oskus rahvusvahelise õppijaskonnaga hakkama saamiseks. Hindamine kinnitas suures osas juba varasemates uurimustes väljaõeldut: üliõpilased on õppe kvaliteediga üldiselt rahul, kuid probleemidena nähakse näiteks vähest kontakti kohalike üliõpilastega. Ka toob hindamine välja, et välisüliõpilaste jaoks on nii praktikale kui ka tööle kandideerimisel suurim probleem eesti keele mittevaldamine.

¹⁰ <https://www.digar.ee/arhiiv/et/raamatud/162986>

¹¹ <https://www.weforum.org/publications/the-future-of-jobs-report-2023/>

Turundus- ja teavitustegevuste mõõdikud

Järgnevalt on analüüsitud Study in Estonia digiturunduse tegevuste ja ka PR-i mõõdikuid, sotsmeediategevuste juures võrreldud ka konkurentide tegevusega. Tehnilistel põhjustel pole võimalik analüüsida kogu uuritava perioodi andmestikku, seetõttu on kasutatud parimat olemasolevat andmestikku.

Kodulehe kasutusstatistika andmestik katab ajavahemiku 2018-2023, samas otsingusõnade ja maandumislehtede kohta on andmestik olemas vaid alates 2023. aastast. Seetõttu võib seal, kus andmestik katab uuringuperioodi, teha selle põhjal ka üldistusi perioodi tegevuste kohta, ent seal, kus analüüsiks olemas vaid värskeim andmestik, tasub seda võtta hetkeolukorra kaardistuse ja juba tehtud töö tulemusena, samuti võrdlusbaasina konkurentidega.

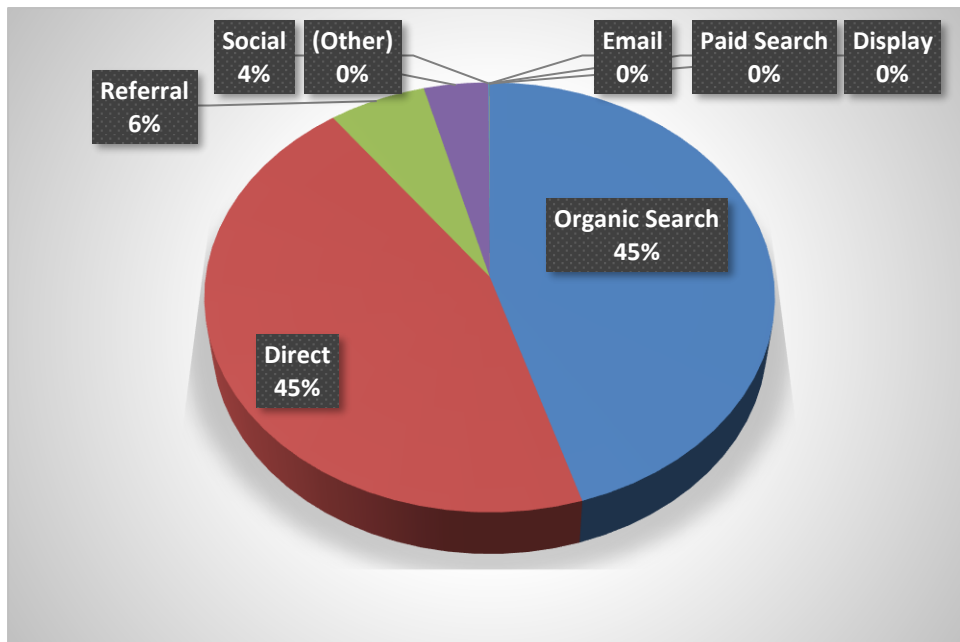
Tulevase võrreldavuse huvides ja kunstlikust eestindamisest tuleneva segaduse vältimiseks on graafikutes kasutatud inglise keelseid mõõdikuid, kuna tegemist on veebitehnoloogiates standardiks kujunenud terminoloogiaga (Google Analytics on de facto standard veebimõõdikute maailmas), samal ajal eesti keeles üheselt aktsepteeritud vastete süsteem puudub.

STUDY IN ESTONIA KODULEHT

ÜLEVAADE	KASUTAJAID 1 061 427	SESSIOONE 1 284 363	SESSIOONE KASUTAJA KOHTA 1,21
LK KUVAMISI 2 228 120	LK KUVAMISI SESSIOONI KOHTA 1,73	KESKMINE SESSIOONI KESTUS 00:01:45	BOUNCE RATE 59,84%

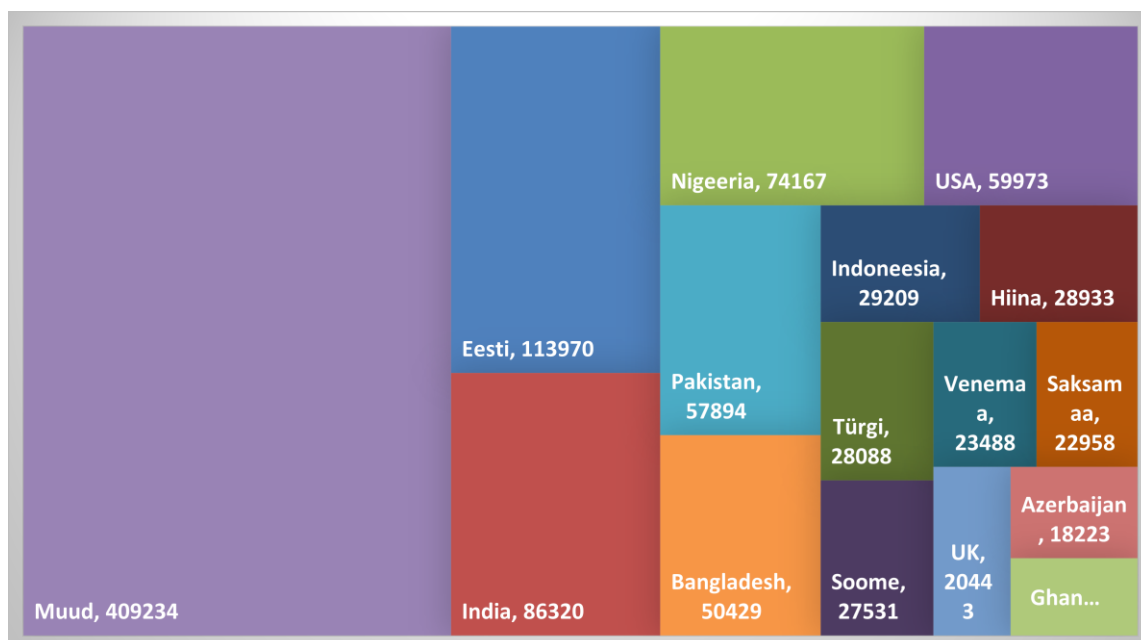
Kodulehe kasutusstatistika on koostatud tellija edastatud Google Analytics'i andmete põhjal. Andmestik ei kata kogu perioodi, kuid lubab järeldusi siiski teha.

KUST KODULEHELE JÕUTAKSE?



Joonis 8. 90% uutest külastajaist jõuavad Study in Estonia kodulehele Google'i otsingu kaudu või otse.

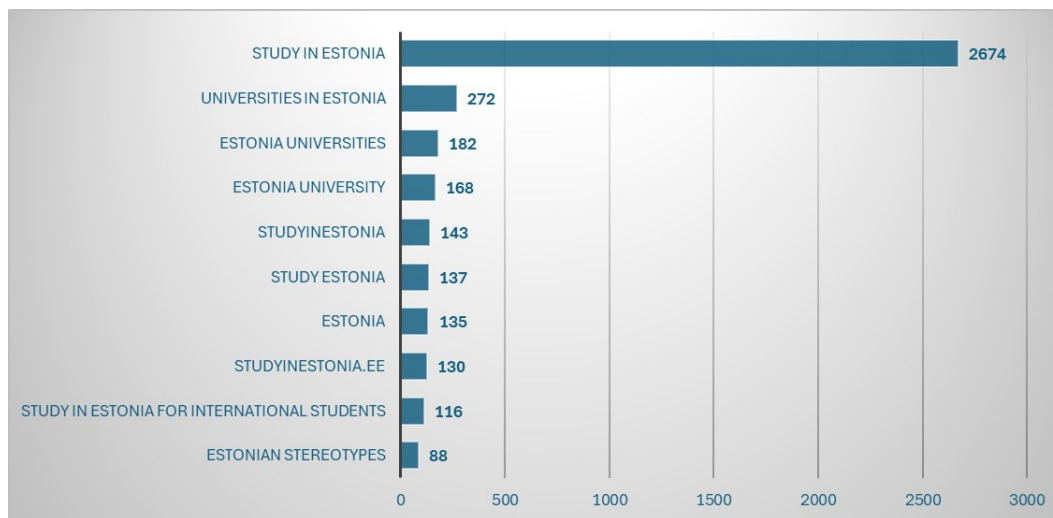
Päritolult on viimase 9 kuu jooksul kodulehel enim välismaalastest külastajaid Indiast, Nigeeriast ja Ameerika Ühendriikidest. Ka muude võimalike mõõdikute (uute külastajate, sessioonide arvu osas) on pilt võrdlemisi sarnane.



Joonis 9. Study in Estonia kodulehe välismaalastest külastajate päritolu.

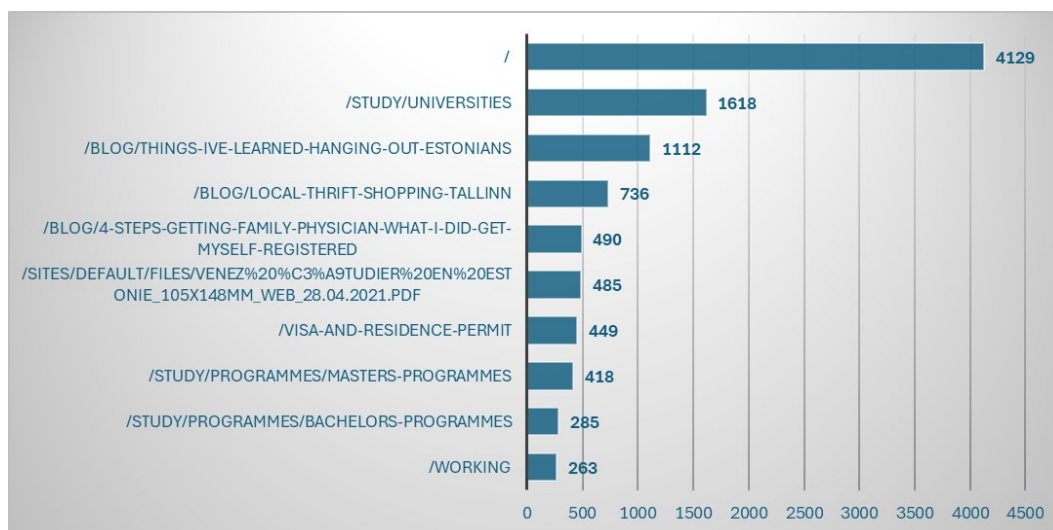
KUIDAS KODULEHELE JÕUTAKSE?

Google'i orgaaniliste otsingutulemuste kaudu jõutakse kaugelt enim otsinguterminiga "Study in Estonia".¹²



Joonis 10. Kodulehele toonud klikid Google'i orgaaniliste otsingutulemustel.

Google'i otsinguklõkkide maandumislehekülgede esikümme kinnitab, et kuigi enim toovad külastajaid õpingutega seotud leheküljed, toimib hästi ka inimlikku huvi kõnetav sisu (nt "Study in Estonia" kaubamärgisaadiku poolt kirjutatud blogiartikkel "[Like a local: Thrift shopping in Tallinn](#)").



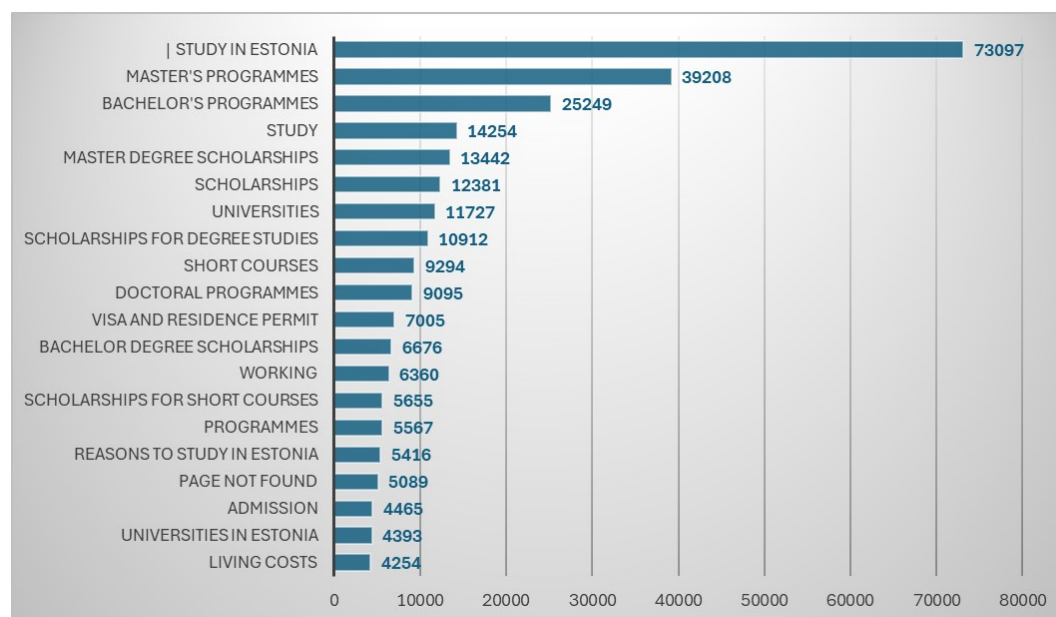
Joonis 11. Google'i orgaaniliste otsingutulemuste maandumislehekülgede top.

¹² Google Search Console'i andmestik on olemas alates juulist 2023, mistõttu tuleb käesolevas jaotuses näha eeskätt hetkeseisu kaardistust, mida võib käsitleda nii programmiperioodil tehtud töö tulemusena kui ka juhise järgnevate tegevuste planeerimisel.

MIDA KODULEHEL VAADATAKSE?

Avalehe järel vaadatavuselt teisel kohal on magistriõppekavade lehekülg, sellest suurusjärgu võrra maas bakalaureuseõppekavade lehekülg.

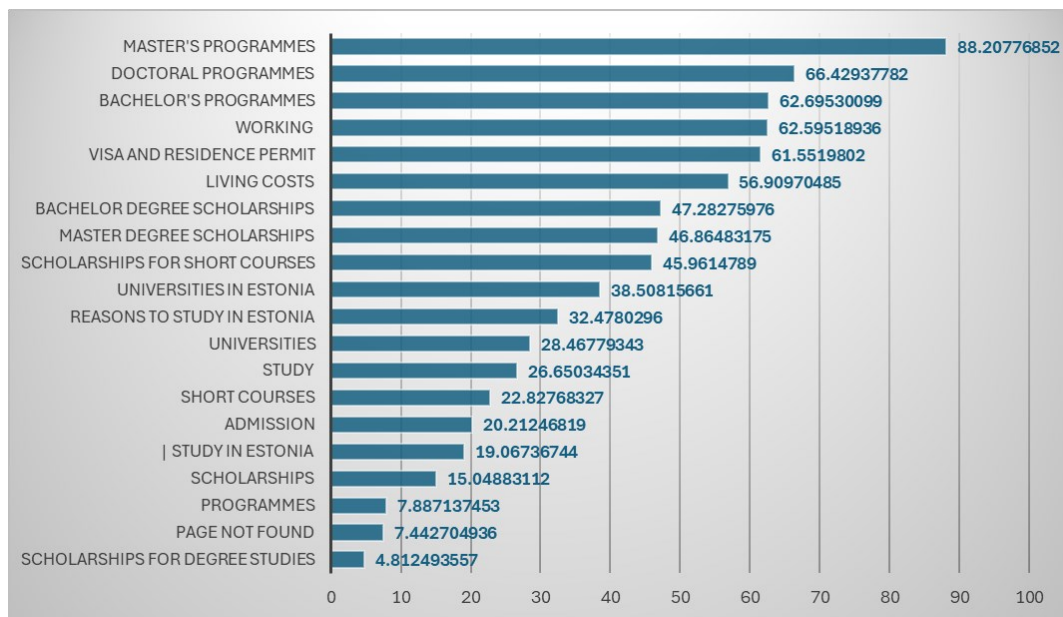
Doktoriõppe lehekülje külastatavus moodustab vaid veerandi magistriõppe lehekülje omast, olles alles kümnendal kohal.



Joonis 12. Küllastajad huvituvad enim magistri- ja bakalaureuseõppekavadest ning stipendiumidest.

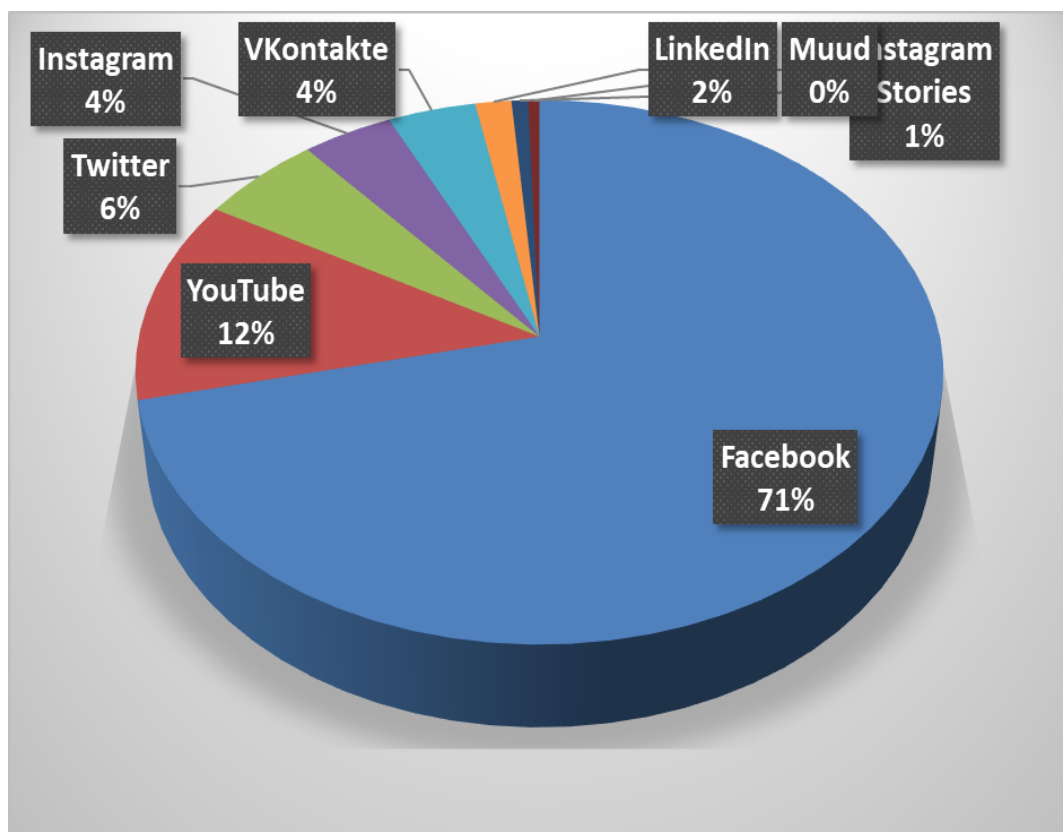
Keskmine leheküljel veedetud aeg lubab aimata teemade prioriteetsust küllastajate jaoks. Ehkki keskmine sekundites mõõdetud küllastuse aeg võib tunda napp, on selle näitaja variatiivsus tõenäoliselt väga suur, nõ mittejuhuslikud küllastajad veedavad lehekülgedel aega oluliselt rohkem; seda mõjutab oluliselt aga mõnesekundiliste küllastuste arv.

Kõige põhjalikumalt uuritakse õppekavade, töötamisvõimaluste ja olmeküsimuste kohta.



Joonis 13. Keskmise leheküljel veedetud aeg (sekundites).

Sotsiaalmeediast kodulehele saabunud liiklusest pärineb üle 2/3 Facebookist.



Joonis 14. Sotsiaalmeediast kodulehele toodud liiklus.

SOTSIAALMEEDIA TEGEVUS

Sotsiaalmeedia analüüsis on Study in Estonia tegevusi võrreldud Study in Latvia, Study in Czechia, Study in Finland ja Study in Norway tegevustega. Tegemist on Study in Estonia kolleegide ja konkurentidega, kelle tegevustest on kõige rohkem õppida ja kellega end tegevuste mõõtmisel ka kõige kohasem ka võrrelda. Facebooki, Instagrami ja Youtube'i analüüsis on kasutatud viimase 90 päeva andmeid analüüsi koostamise hetkest, st jaanuarist aprillini 2024. Sellesse perioodi langeb kõrgkoolide sisseastumise hooaeg ning pole välistatud, et mõned võrreldavad programmid on sel perioodil sotsmeediategevustes tavapärasest aktiivsemad.

Tabelis 1 on toodud erinevate sotsmeediaplattformide aktiivne kasutamine, st puudevaks on märgitud juhtumid, kus programmil on küll konto olemas, kuid sisu mitte.

Värbamisprogramm	Facebook	Instagram	Youtube	LinkedIn	X
Study in Estonia	✓	✓	✓	✓	✓
Study in Latvia	✓	✓	✓	✓	✓
Study in Finland	✓	✓	✓	✓	✗
Study in Czechia	✓	✓	✓	✓	✗
Study in Norway	✓	✓	✓	✗	✓

Tabel 1. Võrreldavate programmide sotsiaalmeediakanalite kasutus.

FACEBOOK

Facebooki lehtedest on konkurentsilt suurim kogukond Study in Finland'il, kuid aktiivsusest on esimene Study in Estonia. Läti anomaalia on ilmselt seotud mõne mõõtmisperioodi jäänud mahuka kampaaniaga. Postituse haaratavuse näitaja (Engagement rate – mõõdab, kui suur osa auditooriumist postitusele reageeris) on keskmiste hulgas ja viitab, et hästi fookuseeritud sotsiaalmeediakoolitus võiks olla lihtne viis sotsiaalmeediategevuste oluliseks tõhustamiseks (Study in Czechia 0,05% näitab, et nende postitused toimivad keskmiselt 1,6 korda paremini).

Lehekülg	Page Likes	Posts	Total Interactions	Engagement Rate
Study in Estonia	24,789	42	359	0.03%
Study in Latvia	10,831	31	5,931	1.77%
Study in Czechia	17,982	23	196	0.05%
Study in Finland	284,258	7	273	0.01%
Study in Norway	104,587	4	132	0.03%

Tabel 2. Võrreldavate programmide Facebooki-tegevuste statistika.

INSTAGRAM

Study in Estonia Instagrami-sisu on kõige haaravam (vt tabel), kuid auditoorium vaid viiendik Facebooki omast. Ehkki võrgustikud on osalt lõimitud, tasub olemasolevate tugevuste parimaks ära kasutamiseks edaspidistes sotsimeediategevustes panustada Instagrami jälgijaskonna kasvatamisele.

Lehekülg	Page Likes	Posts	Total Interactions	Engagement Rate
Study in Czechia	5,019	18	1,919	2.12%
Study in Estonia	4,932	24	2,584	2.18%
Study in Finland	18,657	7	689	0.53%
Study in Latvia	5,576	30	1,432	0.86%
Study in Norway	4,912	2	76	0.77%

Tabel 3. Võrreldavate programmide Instagrami tegevuste statistika.

YOUTUBE

Kuigi Youtube on kodulehele liikluse toomise seisukohalt märkimisväärne kanal, kasutatakse seda võrdlemisi vähe. Erandiks on Study in Finland, kes on vaatlusperioodil avaldanud 5 lühivideot (teised lühivideo formaati üldse või peaaegu ei kasuta), mis räägivad tudengisaadiku kogemusest Soomes. Kvaliteetse videosisu tootmine on aeganõudev ja võrdlemisi kulukas, ent lühivideote formaat on selles pisut vähem nõudlik. Seetõttu võib ressursside tõhusama kasutamise nimel abi olla sotsiaalmeediakoolitusest, mis keskendub kulutõhusale lühivideosisu tootmisele.

Page	Page Likes	Videos	Posts (90days)	Total Interactions
Study in Czechia	5,380	61	0	0
Study in Estonia	3,650	86	1	0
Study in Finland	5,400	92	5	91
Study in Latvia	1,430	35	0	0
Study in Norway	802	63	0	0

Tabel 4. Võrreldavate programmide Youtube'i tegevuste statistika.

LINKEDIN

LinkedIn-is on Study in Estonia ja võrreldavate programmide nähtavus väike. Kui bakalaureuseõppesse astuja ilmselt polegi aktiivne LinkedIn-i kasutaja, siis magistri- ja doktoriastme õppijate värbamiseks peitub LinkedIn-is siiski potentsiaal. Study in Estonia jälgijaskond LinkedIn-is on konkurentide seas suurim, kuid lähem võrdlus Läti ja Leeduga võib anda vihjeid ka toimivama sisu loomiseks.

Page	Followers	Posts	Engagements
Study in Latvia	336	6	261
Study in Finland	841	5	150
Study in Estonia	1247	8	72
Study in Czechia	246	0	0

Tabel 5. Võrreldavate programmide LinkedIn'i tegevuste statistika.

X (TWITTER)

Study in Estonia on X-is konkurentidest kõige aktiivsem. Loodud sisu on atraktiivne ja visuaaliderohke.

Twitter	Jälgijaid	Postitusi	Aktiivne alates
Study in Estonia	3465	1320	11.2009
Study in Latvia	653	1135	3.2014
Study in Czechia			
Study in Finland	336	0	12.2015
Study in Norway	3339	162	6.2009

Tabel 6. Võrreldavate programmide Instagrami tegevuste statistika.

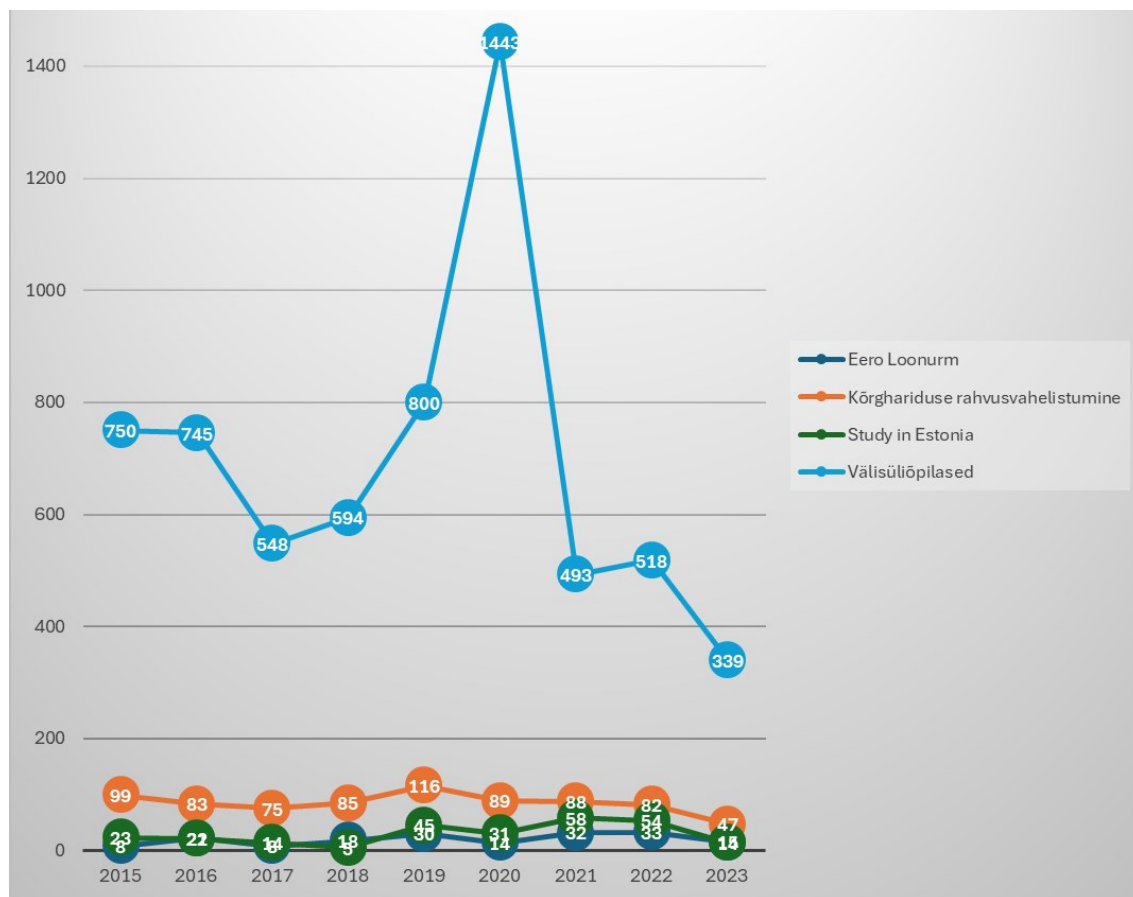
MEEDIATEGEVUS

2015. aasta algusest 2023. aasta lõpuni mainiti Station.ee meediamonitoringu andmeil Eesti ajakirjandusväljaannetes välisstudengite teemasid ca 6300 korral ja kõrghariduse rahvusvahelistumise teemasid 764 korral.

Selle aja väljastati erinevatelt allikatelt (Haridus- ja Teadusministeerium, Tartu Ülikool, Statistikaamet, Samsung Electronics Baltic, Haridus- ja Noorteamet, SA Archimedes jt) 38 pressiteadet Study in Estonia programmi teemal.

Meedia huvi kõrghariduse rahvusvahelistumise vastu kinnitab pigem kajastuste dünaamika kui absoluutarvud. Eeskätt järsk hüpe 2020. aasta juuli algul, mil ilmnes toonase koalitsiooni kava piirata välisstudengite töötamise võimalusi Eestis. Toona kajastati agaralt nii välisüliõpilaste majanduslikku mõju kui piiramisega seotud isiklike tagajärgi. See lubab arvata, et meedia on välisstudengite teemaikale avatud ja suhtub sümpaatiaga välisstudengite värbamise püüdlustesse.

MEEDIAKAJASTUSTE ARV



Joonis 15. Märksõnade mainimine Eesti meedias. Allikas: station.ee

Ankeetküsitluse tulemused

Käesoleva raporti koostamiseks viidi 2024. aasta märtsis läbi ankeetküsitlus 18 kõrgkooli esindaja seas. Küsitlus uuris hinnangut rahvusvahelistumise olukorrale, rahvusvahelistumist soodustavaid ja takistavaid tegureid, hinnangut Study in Estonia tegevustele ja võimalusi koostöö tõhustamiseks.

Tulemusi analüüsid on välja toodud nii vastuste koondtulemus (üldjuhul aritmeetiline keskmine), suurte ja väikeste kõrgkoolide tulemused eraldi ning ka lahknevus nende vahel. See võimaldab aimu saada ka suurte ja väikeste kõrgkoolide erinevatest vajadustest.

ÜLDTULEMUSED

TÖHUSAIMAD TEGEVUSED

Study in Estonia tegevustest tõhusaimateks hindasid kõrgkoolide esindajad uuringuid (sihtturgude analüüs, välistudengite majanduslik mõju jms). Järgnesid koduleht koos pakutavate ning rahvusvahelistumise olulisuse siseriiklik kommunikatsioon, et teema olulisust ühiskonnas päevakorral hoida.

Tõhusamate tegevussuundade hulgas mainiti ka sotsiaalmeediatööd ning tudengisaadikute võrgustikku.

VÄLISÜLIÕPILASE MOTIVATSIOON

Uurides kõrgkoolide esindajate nägemust põhjustest, miks välisüliõpilased on Eesti kasuks otsustanud, selgus tähelepanuväärne järeldus. Nimelt on olulisem kõigest, mida Eesti saab ise enda atraktiivsuse nimel teha, hoopis välisüliõpilase isiklik varasem kogemus Eestiga, eeskätt vahetusõpilase või vahetusüliõpilasena. Viie punkti skaalal märgiti selle olulisuseks keskmiselt 4,3 punkti, ehk tegemist on üsna üksmeelselt väga mõjusa teguriga.

Olulisemate tegurite seas järgnesid haridusega kaasnevad töö- ja karjäärivõimalused (4,1), mainekad kõrgkoolid (3,9) ning soodsad õppemaksud (3,8). Eestlastele tunnetuslikult olulised tegurid nagu e-riigi kuulsus ja aktiivne startup-skeene olid aga kõrgkoolide esindajate kogemuse põhjal välistudengi otsuse kallutamisel silmatorkavalt vähem olulised.

Intervjuudest selgus ka ankeedis puudutamata jäänud, kuid kogemuslikult tõhusaks osutunud tegur ehk värbamisaktiivne õppejõud.

Avasime mullu õppekava "Crafts", õppekava juhid ise on palju panustanud ja said välismaalt väga head kandidaadid.

Eesti Kunstiakadeemia esindaja

Oluline järeldus selgub, kui vaadata isikliku kogemuse olulisust koosmõjus välisvilistlaste hõivet puudutava uuringuga [Eurograduate](#), mille järgi kasvab välistudengi iga järgmise haridusastmega mitte üksnes tema kvalifikatsioon ja väärtus tööjõuturul, vaid ka valmisolek end Eestiga pikaajaliselt siduda pärast õpingute lõppu. See lubab teha olulise järelduse: ühiskonna jaoks kõige valutum (nii rahaliselt kui sotsiaalselt) on välislaste värbamine järk-järgult.

See hõlmab alustamist väikeste, tarbija jaoks soodsate või tasuta kontaktidega (õpilasvahetus, Erasmus+ üliõpilasvahetus bakalaureuseõppe ajal), mis tekitab valmisoleku suuremateks “annusteks” nagu magistri- ja doktoriõpe. Ning ehkki tööandjate esindaja tõi välja, et kogunud välislandi tööle värbamise kasutegur on suurem kui ülikoolilõpetaja värbamisel, annavad teisalt märgatava eelise magistri- või doktoriõpingud Eestis veetnud inimese oluliselt madalam lõimimis- ja kohanemisvajadus. Teisisõnu, tõhusaim viis välismaalaste värbamiseks on siduda Eestiga kogu tema elukaare akadeemiliselt ja majanduslikult aktiivne periood. See algab nõ klientuuri sissesöötmisest juba gümnaasiumi- ja bakalaureuseastmes, ning edasi on kõige potentsiaalikum tegeleda juba olemasolevate välisstudengite Eesti “kasutajakogemuse” arendamisega ja nende siinviibimise maksimaalse pikendamisega.



Joonis 16. Värbamisahel.

VÄRBAMISE VEDURID JA PIDURID

Välisstudengite Eestisse värbamist enim soodustavaiks tegureiks peeti kvaliteetset õppekava ja Eesti kuulumist Euroopa Liitu.

Rahvusvahelise värbamise suurimate takistustena toodi aga välja värbamistegevuste napp rahastus, rahvusvaheliste õppekavade nappus ja rahvusvaheliste kontaktide puudumine. Seejuures viimased kaks olid väikeste kõrgkoolide jaoks rahastusest olulisemadki takistused.

Väliseguritest, mida kõrgharidussüsteem ise muuta ei saa, toodi suurima takistusena välja aga sõjaärevus ning viisa- ja konsulaarküsimused, aga ka piiratud Eesti diplomaatiliste esinduste võrk maailmas.

Intervjuude põhjal võib suure kindlusega väita, et takistavate viisa ja konsulaarküsimuste all peeti silmas Eesti ebajärjepidevust viisade väljastamisel. Intervjuusid läbis korduv motiiv tudengitest, kelle värbamiseks on kõrgkool suure töö ära teinud, kuid kes sellegipoolest jäetakse viisata, või juba Eestis õppiva välisstudengi viisa pikendamata jätmisest.

Hõre välisesinduste võrk annab end märku eeskätt pikkade vahemaadena, mis Eestis õppimist kaaluv välismaalane peab läbima, et jõuda üldse taotluse ja dokumentide esitamiseks Eesti välisesindusse.

Kõrgkoolide esindajad tõid intervjuudes välja ka turundustegevuste otsetoetamise olulisuse (nt Dora Pluss programm). See lubab kasutada rahalist ja inimressurssi tõhusamalt ja paremini sihituna, kuna kõrgkoolid on erinevad ning teavad üldjuhul ise kõige paremini, kus nende sihtrühm on ja mis sõnumeid ootab.

Olen varem töötanud Tallinna ülikoolis, seal tundsin praktilist tuge, kui Study in Estonia andis otsetoetusraha¹³, see aitas teha topelt rohkem ja olime topelt tõhusamad, saime teha silmapaistvamaid kampaaniaid ja osaleda messidel, kuhu muidu ei oleks minna saanud.

TTÜ esindaja

ERINEVUSED AVALIK-ÕIGUSLIKE JA ERAÕIGUSLIKE KÕRGKOOLOIDE TULEMUSTES

Suuremate ja väiksemate kõrgkoolide vastused erinesid mõnedes küsimustes märkimisväärselt. Neis lahknevustes peitub ka juhiseid järgmiste tegevuste kavandamiseks, mistõttu toome ära olulisemad lahknevused.

„Suurteks“ ja „väikesteks“ jaotamine on tinglik, suurte-väikeste piir ühtib Eestis ka enam-vähem avalik-õiguslike ja eraõiguslike kõrgkoolide vahelise piiriga. Ka alternatiivsete jaotuste kasutamine muudaks gruppide koosseisu ja tulemusi vähe. Seetõttu on käesolevas dokumendis loetud „suurteks“ viis avalik-õiguslikku, enam kui tuhande üliõpilasega ülikooli, ning „väikesteks“ kõik ülejäänud.

Suurteks on loetud Tartu Ülikool, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinna Ülikool, Eesti Kunstiakadeemia ja Eesti Maaülikool; väikesteks Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor, Kõrgem Kunstikool Pallas, EELK Usuteaduste Instituut, Tallinna Tehnikakõrgkool, Kõrgem Usuteaduslik Seminar, EMK Teoloogiline Seminar, Estonian Business School, Tallinna Tervishoiu Kõrgkool, Tartu Tervishoiu Kõrgkool, Lennuakadeemia, Kaitseväe Akadeemia, Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia, Sisekaitseakadeemia

Suurte ja väikeste kõrgkoolide erinevate vajaduste ja nägemuste analüüsimiseks on ankeetküsitluses eraldi välja toodud ka suurte ja väikeste vastuste keskmine.

Allpool on toodud valik küsimusi, kus suurte ja väikeste kõrgkoolide antud vastuste vahel valitses märkimisväärses lahknevus.

Online-turunduse võimekus: kui suured kõrgkoolid andsid kõrge keskmise hinde enda online-turunduse võimekusele (4,5 punkti 5st), siis väikesed kõrgkoolid tunnistasid seal enda võimelünka.

¹³ Mõeldud on kõrgkoolide turundustegevuste kaasfinantseerimist programmi Dora Pluss raames.

Rahvusvahelise koostöö tugi: väikesed kõrgkoolid tajuvad suurtega võrreldes märksa teravamalt endi võimelünka rahvusvahelise koostöö vallas, eeskätt koostöös teiste kõrgkoolidega ning teadus-arenduskoostöös, aga ka välisüliõpilaste värbamises.

Employability kui argument: väikeste kõrgkoolide välistudengite jaoks on kõrgkooli haridusega kaasnevad töö- ja karjäärivõimalused märgatavalt väiksem argument, kui suurte kõrgkoolide puhul.

Lihtsustamise vajadus: suurte kõrgkoolide esindajad ei näe oluliselt võimalusi bürokraatia oluliseks vähendamiseks välistudengite värbamisel, väikeste kõrgkoolide esindajate arvates saaks seda aga oluliselt vähendada.

Värbamismessid: väikesed kõrgkoolid näevad Study in Estonia tegevustest rahvusvahelistel värbamis- ja võrgustikmessidel osalemist märksa tõhusama abivahendina, kui suured.

Sovjetimaine: suurte kõrgkoolide esindajad tajuvad märksa olulisema värbamispidurina Eesti ida-euroopalikku või postsovjetikku mainet, vähest tuntust ja kõrget elukallidust.

Rahastus: suurte kõrgkoolide jaoks oli rahvusvahelistumise pidurina kaugelt olulisim napp rahastus. Väikeste kõrgkoolide jaoks oli olulisim takistus rahvusvaheliste õppekavade nappus.

Eesti arengutase: väikeste kõrgkoolide kogemuses mängis Eesti avalike teenuste kõrge tase välistudengite Eesti kasuks otsustamisel oluliselt suuremat rolli kui suurte kõrgkoolide puhul.

Kvalitatiivsed tulemused

INTERVJUUDE KOKKUVÕTE

Raporti koostamiseks viidi läbi personaalintervjuud kuue avalik-õigusliku kõrgkooli esindajaga (Tartu Ülikool, Tallinna Tehnikaülikool, Tallinna Ülikool, Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia, Eesti Maaülikool, Tartu Tervishoiu Kõrgkool), Välisministeeriumi ning Tööandjate Keskliidu esindajaga ning grüpiintervjuu ülejäänud kõrgkoolide esindajatega.

Nimi	Asutus	Intervjuu liik
Raul Aron	Eesti Tööandjate Keskliit	Personaalne
Kaili Terras	Välisministeerium	Personaalne
Eveli Soo	Tartu Ülikool	Personaalne
Kadri Kiigema	Tallinna Tehnikaülikool	Personaalne
Kai Kiiv	Eesti Muusika- ja Teatriakadeemia	Personaalne
Risto Mets	Eesti Maaülikool	Personaalne
Ulla Preeden	Tartu Tervishoiu Kõrgkool	Personaalne
Sandra Mell	Eesti Kunstiakadeemia	Grüpi
Ly Hõbe	Eesti Ettevõtluskõrgkool Mainor	Grüpi
Jaanika Niinepuu	Tartu Tervishoiu Kõrgkool	Grüpi
Margit Ubaleht	EELK Usuteaduste Instituut	Grüpi
Marilyn Aasoja	Kõrgem Kunstikool Pallas	Grüpi
Kaire Eerik	Tallinna Tehnikakõrgkool	Grüpi
Eelika Tootsi	Eesti Lennuakadeemia	Grüpi

Tabel 7. Intervjuudes osalejad.

STUDY IN ESTONIA PANUS KÕRGHARIDUSE RAHVUSVAHELISTUMISELE JA VÄLISTUDENGITE VÄRBAMISELE

- **Suhtluskanalite ja võrgustike arendamine:** Study in Estonia on oluliselt panustanud suhtluskanalite ja rahvusvaheliste võrgustike arendamisele. Kõrgkoolide osalemine rahvusvahelistes tegevustes (värbamine, võrgustikud, koostöö) koos Study in Estoniaga on olnud pikaajaline ja järjepidev töö, mis aitab tõsta Eesti kõrghariduse nähtavust välismaailmas.
- **Kõrgkoolide koostöö ja ühisprojektide toetamine:** Study in Estonia on toimunud ühendajana Eesti kõrgkoolide vahel, aidates neil koordineerida tegevusi ja korraldada ühiseid tegevusi. See koostöö on oluline väikese riigi nagu Eesti jaoks, kus kõik koostöövõimalused aitavad positiivselt mõjutada rahvusvahelise tudengkonna kasvu.
- **Teavitustegevus ja turunduslik tugi:** Intervjuudest selgub, et rakenduskõrgkoolide jaoks on olulised olnud Erasmus+ projektid ning Study in Estonia poolt pakutud turunduslik tugi ja teavitustegevus messidel. See on aidanud tõsta nii üksikute institutsioonide kui ka Eesti kõrgharidussüsteemi tervikuna rahvusvahelist tuntuust. Eraldi on Study in Estoniat tunnustatud uue praktilise teadmise loomise eest, näiteks ühisõppekavade potentsiaali kohta hariduse rahvusvahelisel turundamisel.

- **Tööturuvõimaluste esiletõstmine:** Kõrgkoolide esindajad tõid välja, et Study in Estonia kaudu saadud otsetoetused on aidanud paremini tutvustada välistudengitele Eesti tööturuvõimalusi juba õpingute ajal, mis omakorda on julgustanud tudengeid pärast õpinguid Eestisse jääma.

Study in Estonia tegevused on oluliselt aidanud kaasa Eesti kõrghariduse rahvusvahelistumisele ja välistudengite värbamisele, keskendudes eelkõige koostöövõimaluste arendamisele, ülikoolide vahelisele koostööle, rahvusvahelise nähtavuse tõstmisele teavitustegevuse ja messide kaudu ning Eesti tööturuvõimaluste tutvustamisele. Neid aspekte tuleks edasises tegevuses veelgi süvendada ja laiendada, et tugevdada Eesti positsiooni atraktiivse õppesihthohana rahvusvahelistele tudengitele.

TÕHUSAD TEGEVUSED VÄLISTUDENGITE VÄRBAMISEL

- **Kommunikatsiooni- ja turundustegevused:** Kommunikatsiooni- ja turundustugi, ühtse brändi arendamine, rahvusvahelistumise riigisisene kommunikatsioon.
- **Ühtse vastuvõtuplatvormi ja kodulehe pakkumine:** Toodi välja, et väga kasulik on olnud keske, ühtse vastuvõtuplatvormi ja kodulehe loomine, mis aitab välistudengitel lihtsamini infot leida ja rakendusi esitada.
- **Ühised turundustegevused:** Kõrgharidusele on kasulikud olnud ühiste turundustegevuste korraldamine, näiteks värbamis- ja võrgustikmessidel osalemine, mis toob kõrgkoolid koostööle ja aitab kohal olla seal, kus eraldi käiks see üle jõu.
- **Eesti kõrghariduse maine kujundamine:** Rõhutatakse, et Eesti kõrghariduse maine, sealhulgas rakenduskõrghariduse kvaliteedi tutvustamine, on oluline välistudengite ligimeelitamisel.

ARENGUVÕIMALUSED

- **Pikaajalise tagasiside kogumine:** Osalejate sõnul on Study in Estonia lühiajalise tagasiside kogumine küll toimunud, kuid pikemaajaliste tulemuste hindamine, eriti seoses värbamise ja võrgustikes osalemise mõjuga, on olnud puudulik.
- **Strateegiline järjepidevus:** Välja on toodud ootust suuremale püsivusele strateegilistel sihtturgudel tegutsemiseks.
- **Tugi potentsiaalikaamate sihtriikide tuvastamisel ja sisse töötamisel**
- Koostöö ja tugi **digiturunduse arendamisel.**

Kõrgkoolide esindajad peavad välistudengite värbamisel tõhusaks selliseid Study in Estonia tegevusi, mis keskenduvad ühisele turundamisele, maine kujundamisele, ja pakuvad stabiilseid platvorme teabe ja värbamise jaoks. Ebatõhusaks peetakse puudulikku tagasisidet ja piiratud nähtavust teatud piirkondades.

ÕPPETUNNID RIIGI TASANDIL

- **Rakenduskõrgkoolide kaasamine:** Rakenduskõrgkoolide aktiivne kaasamine ja esindatus Study in Estonia programmides peaks olema prioriteet, et tõsta teadlikkust ja tunnustust

rakenduskõrghariduse kvaliteedi üle. Riigi kui omaniku strateegiline vaade rakenduskõrghariduse rahvusvahelistumisele on puudu. Study in Estonia on rakenduskõrgkoolide oluliselt toetanud nii teadlikkuse kui proaktiivsusega, kuid rakenduskõrgkoolide suuremas kaasamises, väärtustamises ning kodumaise ja rahvusvahelise koostöö arendamises nähakse ka olulist arengupotentsiaali.

- **Pikaajalise mõju hindamine:** Tõhus on tagasiside kogumine pärast üritusi ja tegevusi, kuid käegakatsutava mõju hindamiseks on vaja ka pikemaajalist tagasiside süsteemi. See võimaldaks paremini mõõta programmide mõju välistudengite värbamisel ja Eesti kõrghariduse mainele pikemas perspektiivis.
- **Euroopa ja rahvusvahelistele suundumustele reageerimine:** Eesti peab olema kursis rahvusvaheliste haridussuundumustega, eriti Euroopa rakenduskõrgkoolide võrgustiku arengutega. See aitab paremini kohandada Study in Estoniat nii, et see vastaks rahvusvahelistele ootustele ja trendidele.
- **Koostöö laiendamine ja mitmekesistamine:** Koostööd riiklike ja rahvusvaheliste organisatsioonidega, nagu Work in Estonia ja Research in Estonia, tuleks jätkata ja laiendada. Samuti peaks otsima uusi partnereid, et suurendada Eesti kõrghariduse rahvusvahelist nähtavust.

KÕRGKOOLI TASANDI ÕPPETUNNID:

- **Aktiivne osalus ja tagasiside andmine:** Kõrgkoolidel on oluline olla aktiivsemad osalejad Study in Estonia programmides ning jagada regulaarselt tagasisidet, et programmid saaksid paremini vastata nende vajadustele.
- **Kohalike ja rahvusvaheliste võrgustike kasutamine:** Kõrgkoolid tõid välja, et suhted ja koostöö vastavate võrgustikega on pikaajaline töö. Sellega paralleelselt peaksid kõrgkoolid pidevalt otsima võimalusi oma rahvusvahelise nähtavuse suurendamiseks kasutades ära Study in Estonia pakutavaid platvorme ja ressursse.
- **Mainekujundusel aktiivse rolli ja vastutuse võtmine:** Kuigi Study in Estonia peaks aitama kaasa Eesti kõrghariduse maine arendamisele, on kõrgkoolide endi roll oma kooli ja eriala ainulaadsuse turundamisel ja väljatoomisel ülioluline.

STUDY IN ESTONIA DIGITURUNDUSE TÕHUSUS

Kõrgkoolide esindajad näevad Study in Estonia digiturunduses olulist tuge rahvusvahelistumisel, mis säästab koolide ressursi. Digitaalne kohalolek ja digiturundus mängivad suurt rolli Eesti kui sihtriigi ja konkreetsete ülikoolide värbamiskampaaniate edukuses. Ühe soovitusena tuuakse välja värbamise sihtriigis kommunikatsiooni- ja turundusagentuuri kaasamine.

Intervjuudest kooruvad järgmised punktid.

- **Positiivne esmamulje.** Tudengid on kinnitanud Eesti ja konkreetse õppekava kasuks otsustamist just Study in Estonia kodulehe, seal pakutud info ja suhtluse põhjal. Intervjuudes toodi ka välja, et ainuüksi Study in Estonia Eestit tutvustavad digiturundusmaterjalid säästavad värbamistegevustes oluliselt

kõrgkoolide ressursi, mis muudu kulukuks olmeküsimuste selgitamisele (nt viisa taotlemise kord, bussipileti hind Eestis jms).

- **Digiturunduse olulisus ja väljakutsed koolidele.** Kõrgkoolide esindajad tunnistavad üksmeelselt digiturunduse olulisust, kuid kõrgkoolidel (eeskätt väiksematel) napib selleks sageli ressursse. Sellest tulenevalt näevad nad võimalust ja vajadust suurendada digiturunduse tegevuste koordineerimist ja võimekust Study in Estonia kaudu. See tähendab, et kõrgkoolidel oleks kasu enamatest keskselt juhitud digiturunduse algatustest.
- **Edasiarenduse vajadus.** Kvaliteetne digiturundus nõuab pidevat innovatsiooni ja digitaalsete strateegiade arendamist, et püsida muutuva haridusturunduse maastikul konkurentsivõimeline. Kõrgkoolidele oleks abiks tugi kooli digiturunduse strateegia loomisel. Tehtud ülevaade näitab, et tulevikutegevusi aitaks tõhustada kõrgkoolide ja "Study in Estonia" ühised kokkulepped digiturunduse tegevustes. Kuna käesoleva dokumendi sotsiaalmeedia analüüs näitab ka kätte mõned potentsiaalid arengusuunad, võib mõistlikuks osutada ka ühiste koolituste korraldamine (nt lühivideod, digiturunduse strateegiad jne) ning kogemuste jagamine kõrgkoolide digiturundajate kesks.

VAHETU ISIKLIKU KOGEMUSE OLULISUS

Varasem isiklik kogemus Eestiga mängib väga olulist rolli inimeste otsuses tulla Eestisse kõrgharidust omandama. Positiivsed kogemused, mis on seotud Eesti kultuuri, inimeste, keskkonna ja haridussüsteemiga, suurendavad Eesti atraktiivsust potentsiaalsete tudengite jaoks, murdes Ida-Euroopaga seotud müüte ning toetades Eestis õppimise otsust. See rõhutab vajadust süsteemse lähenemise järele, et luua ja kinnistada selliseid isiklike kogemusi ja luua veelgi rohkem võimalusi nende tekkimiseks. Potentsiaalselt oleks põhjust käsitleda värbamisteekonna alusena juba gümnaasiumiaegseid õpilasvahetusi, eriti aga bakalaureuseastme vahetusüliõpilaste programme.

VÄLISESINDUSTE TUGI JA VIISAPOLIITIKA

Välisesindused aitavad tudengite leidmisel, pakkudes konsulaarteenuste kõrval ka infot ja tuge seoses Eestiga õppimise võimaluste kohta. Saatkonnad on osaliselt ka kaasatud üliõpilaskandidaatide sõelumise protsessi, kuid kõrgkoolide kriitikat pälvib kõrghariduse rahvusvahelistumise poliitika ja viisapoliitika ühtimatus.

SAATKONDADE ASUKOHT JA PIISAVUS

Riikide hulgas, kust välistudengid pärit on, ja riikide hulgas, kus aktiivselt värbamiskampaaniaid tehakse, on ebakõla.

Viidatakse, et ülikoolid püüavad värvata tudengeid nn kolmandatest riikidest, kuid see ei pruugi alati kattuda saatkondade asukohtade ja viisapoliitika reaalsete tingimustega.

VIISAPOLIITIKA MÕJU ÕPIVÄRBAMISELE

Viisapoliitika ei toeta alati kõrgkoolide rahvusvahelistumise ja värbamistegevuste eesmärke. On ilmnunud juhtumeid, kus kvalifitseeritud välistudengite kandidaadid ei ole viisat saanud, mis on viinud märkimisväärse ajakao ja pettumuseni nii õpilaste kui ka ülikoolide jaoks. Eesti konservatiivne migratsiooni- ja tööturupoliitika on mainitud välistudengite värbamist takistava tegurina, mis piirab seega ülikoolide võimalusi panustada

rahvusvaheliste üliõpilaskandidaatide kaasamise. Riigilt oodatakse ühtset nägemust, mitte kõrgharidus- ja rändepoliitika vastastikku vastutöötamist.

TULEVIKUVAJADUSED

Viisapoliitika ja kõrgkoolide tegelikke värbamisesmärke ühtlustamine. Viisa jms protseduuride paindlikumaks arendamine, et vähendada potentsiaalsete tudengikandidaatide sõltuvust sageli kaugel asuvast Eesti saatkonnast.

LÕIMUMINE TÖÖTURULE

Koostöö Eesti tööandjate ja kõrgkoolide vahel areneb, välisstudengite paindlikul tööturule lõimumisel on siiski arenguruumi. Varajane lõimimine tööturule toetab õppuri pikemaajalist sidet Eestiga ja leevendab Eesti kõrgkvalifitseeritud tööjõu vajadust. Tööandjate jaoks on välisüliõpilaste Eestisse jäämise toetamine enesestmõistetav ja oluline eesmärk. Kuigi kogunud välislaste Eestisse värbamine annab kõrgema kvalifikatsiooniga eksperte, pakub välisstudengite õpingujärgne värbamine mitmeid eeliseid; mh on siin tasemeõppe lõpetanud õppija juba lõimunud Eesti ühiskonda, tema kaasamine töökeskkonda on kiirem ja soodsam.

TOETAVAD TEGURID

- **Tööturu vajadused:** Eesti tööturg vajab välist tööjõudu, eriti seoses rahvastiku vananemise ja kõrge kvalifikatsiooniga töökohtade täitmise vajadusega.
- **Praktikavõimalused:** Kõrgkoolide ja tööandjate esindajad rõhutavad tudengite ja tööandjate kokkuviiamise vajadust juba praktikafaasis kokku. See aitab tudengitel luua vajalikke võrgustikke ja suurendada oma võimekust erialase töökoha leidmiseks.

TAKISTAVAD TEGURID

- **Keele- ja kultuuribarjäärid:** Erinev keel ja kultuur võib panna tööandjaid eelistama kohalikke töötajaid. Esmane prioriteet on eesti keele oskuse arendamine välisstudengite hulgas, ent kui see pole piisavalt õnnestunud, jääb tööandjale vaid võimalus tagajärgedega tegeleda. Nii saavad välisvilistlastest kasu peamiselt rahvusvahelised ettevõtted Tallinnas ja Harjumaal, kus töökeeleks on inglise keel; ülejäänud Eestisse jõuab välisvilistlastest tõusev kasu aga visalt.
- **Erialase töökoha leidmine:** Kuigi paljud välisstudengid soovivad ja on võimelised töötama erialastel töökohtadel, on nad sageli silmitsi raskustega sobivate praktikakohtade ja ka töökoha leidmisel. Õpingute ajal töötatakse pigem lihtsamatel töökohtadel kui erialastel.
- **Sise- ja välispoliitika ettearvamus:** On märgitud, et Eesti sisepoliitika ja riigi suhtumise ettearvamus võivad takistada välisstudengite tööle asumist ja jäämist Eestisse.

ÜHISKONNA VALMISOLEK

Kõrgkoolide esindajate kinnitusel valitseb ühiskonnas valmisolek haritud välisriikide kodanike vastuvõtmiseks ning olulisi probleeme võõraviha või tõrjumisega välistudengid ei koge.

OLULISEMAD KOOSTÖÖVÕIMALUSED STUDY IN ESTONIA JAOKS

EESTIS

Eesti keelt õpetavad väliskõrgkoolid: Intervjuudest koorus Study in Estoniale soovitus arendada suhteid koolidega, mis õpetavad eesti keelt.

Eesti keele tutvustamine koostöös partneritega: eesti keele õppimise võimalusi saaks tutvustada ka juba Eestis õpinguid alustanud välisüliõpilastele (näiteks Keelekliik).

EAS (EISA): Mõnes intervjuus on mainitud, et EAS võiks teha koostööd Study in Estoniaga. Kuid arvestatakse, et nende teemad ja sihtrühmad võivad erineda. Intervjuueeritavad peavad näiteks kasulikuks koostöö jätkamist Work in Estonia'ga, kuna see loob sildu tööturu ja hariduse vahel. Töövõimaluste tutvustamine välistudengitele on juba õppimise ajal oluline¹⁴.

RAHVUSVAHELISEL TASANDIL

Eesti Majad ja Eesti kogukonnad: Study in Estonia võiks teha rohkem koostööd Eesti majade ja Eesti kogukondadega erinevates riikides. Võiksid tegeleda rohkem Eesti üldsusele suunatud tegevustega välismaal.

Saatkonnad ja aukonsulid: Intervjuud soovivad suurendada kommunikatsiooni Eesti saatkondade ja aukonsulitega. Need asutused võivad olla kasulikud partnerid välistudengitele võimaluste pakkumisel.

Study in Europe: Potentsiaalne partner ühisüritusteks ja koostööks.

Turundusagentuurid: Võiks leida turundusagentuure, kes aitaksid sihtriikides kohapeal.

TÖÖANDJATE NÄGEMUS

Eesti Tööandjate Keskliidust kinnitusel on Eesti tööandjad positiivselt meelestatud välistudengite värbamise ja nende tööturule lõimimise suhtes.

- **Vajadus välistudengite järele:** Eesti tööandjad näevad vajadust välistööjõu, sealhulgas välisüliõpilaste, suurema kaasamise järele. Nad soovivad, et välismaalasi, sealhulgas tudengeid, tuleks Eestisse rohkem, tajudes ägedat konkurentsi maailma mainekate ülikoolidega ning rahvusvahelise tööturu nõudlust kvalifitseeritud tööjõu järele.

¹⁴ Aastate jooksul on Study in Estonia teinud koostööd ka Visit Estonia, Work in Estonia, e-residentsuse programmidega.

- **Arusaamatu poliitiline vastuseis:** Tööandjad ei mõista poliitilist vastuseisu välistudengite suuremale kaasamisele Eestis, eriti arvestades objektiivset vajadust täiendava tööjõu järele.
- **Positiivsed tulemused ja värbamise tähtsus:** On märkimisväärne, et poolel välistudengitest on võimalik leida tööd õpingute ajal Eestis ja paljud neist jäävad pärast kooli lõpetamist Eestisse tööle. See tõendab välistudengite edukat lõimimist Eesti tööturule ja nende potentsiaali kohaliku tööjõupuuduse leevendamisel.
- **Koostöö kõrgkoolidega:** tööandjad rõhutavad vajadust tihedaks koostööks tööandjate ja ülikoolide vahel, et tudengeid tööturule paremini kaasata. Tööandjad soovivad näha, et rahvusvahelistel õppekavadel oleks rohkem seost reaalse tööturu vajadustega, mis omakorda parandaks välistudengite tööturule sisenemise võimalusi.

LISAD

Lisa 1. Esitlus.

Lisa 2. Ankeetküsitluse ankeet ja vastuste tabel.

LISA 1. ESITLUS

Study in Estonia 2016–2023

Tegevuste analüüs ja tagasiside

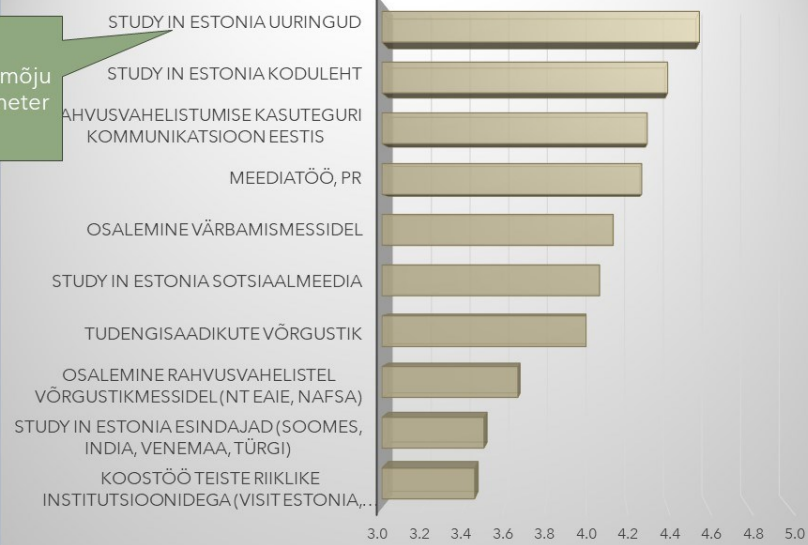
Tõhusaimad tegevused

- Uuringud
- Koduleht
- Värbamisüritused
- Digiturundus
- Võrgustikumessid
- Tudengisaadikute võrgustik

- Sihtriikide analüüs
- Välisstudengite majanduslik mõju
- International Student Barometer
- jt

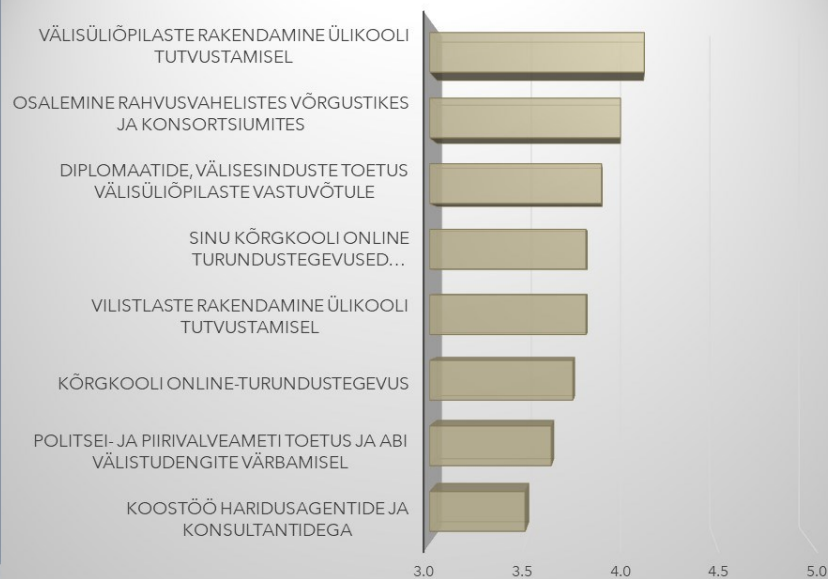
tegevuste tulemuslikkus

Kuidas hindad senise kogemuse põhjal Study in Estonia tegevussuundade tulemuslikkust kõrgkoolide toetamisel ja/või välisstudengite värbamisel?



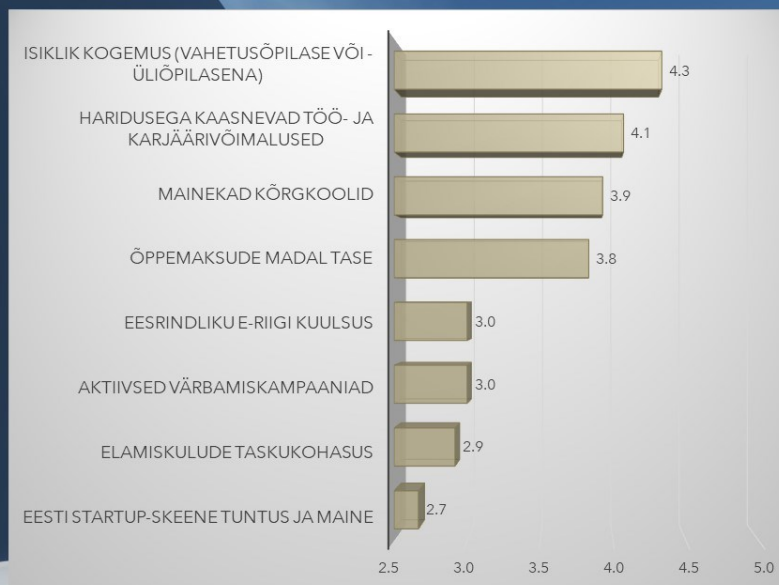
Muude toetavate tegevuste tõhusus

Kuidas hindad muude tegevuste tulemuslikkust kõrgkoolide toetamisel ja/või välisstudengite värbamisel?



Miks just Eesti?

Millised on Sinu kogemuse põhjal peamised motivaatorid, miks välisüliõpilased on otsustanud Eestisse õpirännata?



Tähelepanuväärseid tähelepanekuid

Üllatavalt tõhus
värbamismeetod:
aktiivne õppejõud.

Avasime mullu õppekava „Crafts“, õppekava juhid ise on palju panustanud ja said välismaalt väga head kandidaadid.

- EKA

Kangeim argument Eesti kasuks otsustamisel on varasem **isiklik kogemus Eestiga.**

Kõige nutikam värbamine

Kõige nutikam värbamine

Ühiskonna jaoks soodsaim on värvata „elukaart“.



- Üks olulisimaid tegureid Eestisse õppima tulekul
- Erasmus+ jms

- Eeskätt magistri- või doktoriõppesse

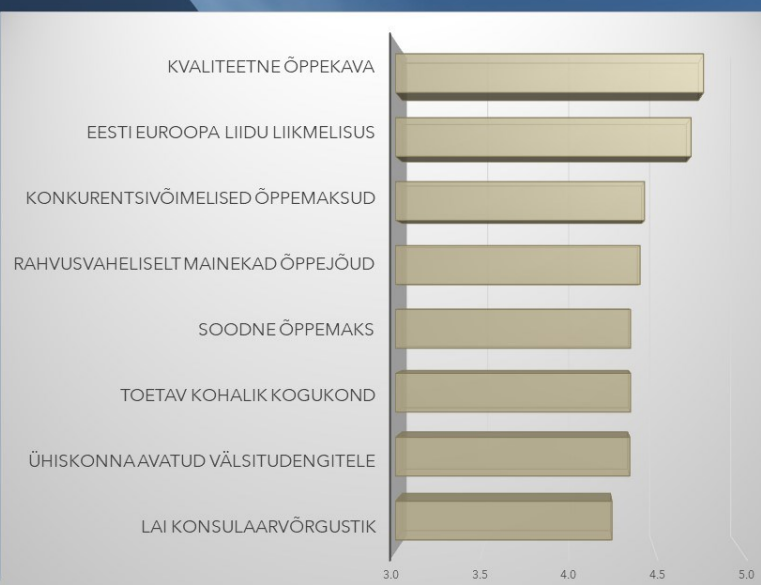
- Praktika
- Keeleõpe
- Sotsiaalne kude

- Algul väiksem lisandväärtus, kui küpse välitalendi palkamisel
- Ühiskonnale väiksem kulu Eesti ellu lõimimisel
- Side Eestiga püsivam

Värbamise vedurid

Värbamise vedurid

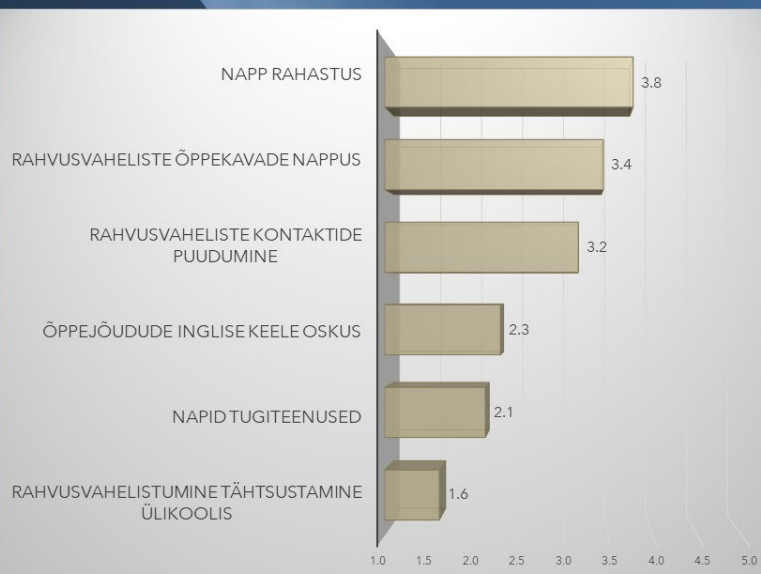
Mil määral soodustavad järgmised tegurid Sinu hinnangul Sinu kõrgkooli rahvusvahelistumisel?



Värbamise pidurid

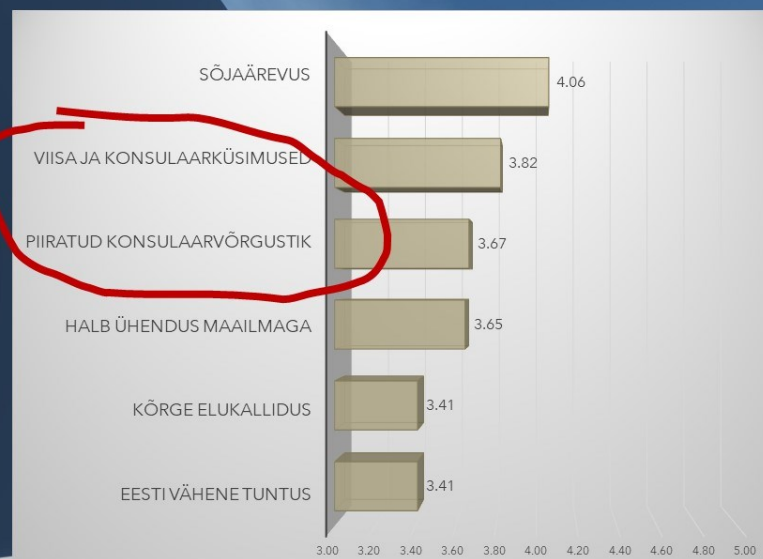
Värbamise pidurid

Mil määral takistavad järgmised tegurid Sinu hinnangul välistudengite edukat värbamist?



Värbamise pidurid

Mil määral takistavad järgmised tegurid Sinu hinnangul Sinu kõrgkooli rahvusvahelistumisel?



Värbamise pidurid

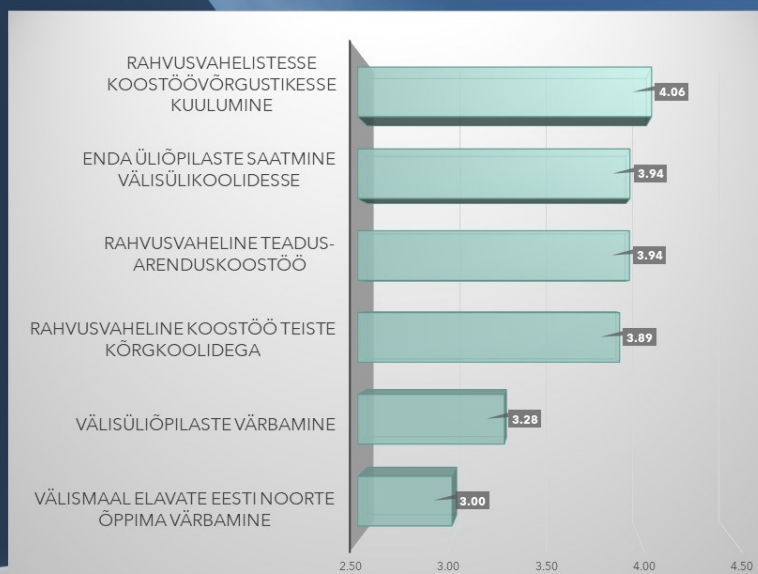
Tõdemused intervjuudest

- Rändepoliitika ettearvamatus
- Viisateenuste napp kättesaadavus maailmas
- Tihe konkurents ihaldusväärtetes lähteriikides
- Tegevuste killustatus
- Väikeste ja suurte kõrgkoolide erinevad vajadused

Kõrgkoolide võimekus

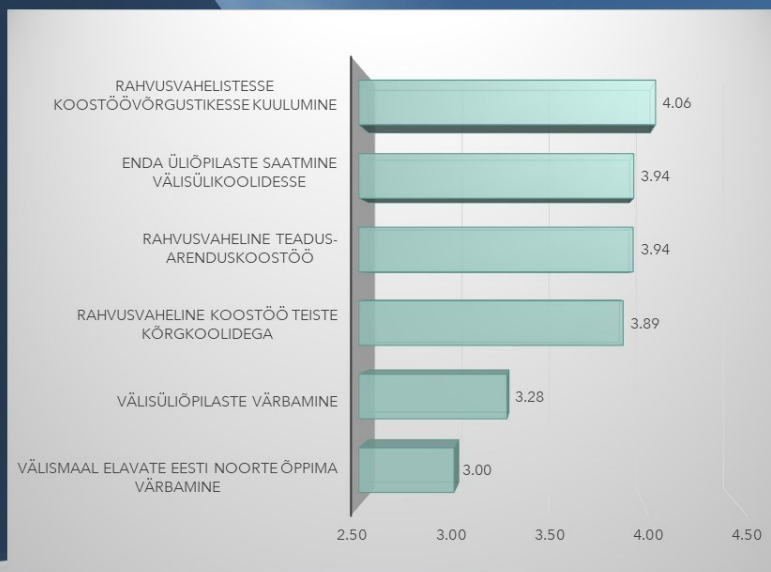
Kõrgkoolide prioriteedid

Kuidas hindad järgnevate valdkondade olulisust enda kõrgkooli jaoks?



Kõrgkoolide võimekus

Kuidas hindad Sinu kõrgkoolis hetkel olemasolevat inimressurssi ja oskusteavet järgnevates valdkondades?



Järeldusi intervjuudest

Suurte ja väikeste kõrgkoolide vajadused on väga erinevad.

Järeldusi intervjuudest

Otsetoetused värbamiseks on väga olulised: ülikool teab ise kõige paremini, mis tema jaoks töötab!

Järeldusi intervjuudest

Kõrghariduspoliitika ja rändepoliitika käivad eri jalga. See põhjustab kõrgkoolidele otsest kahju (nurivärbamised).

Järeldusi intervjuudest

Kui saatkondi vähe, otsi alternatiive! Vene viisad olid trükitud jalga MM-i pileti tagaküljele. Erafirma võib viisaid väljastada küll!

Järeldusi intervjuudest

Ingliskeelsete õppekavade
lisandumine on paratamatu –
demograafilistel põhjustel.

Järeldusi intervjuudest

Aitäh!

LISA 2. ANKEETKÜSITLUSE ANKEET

Kuidas hindad Sinu kõrgkoolis hetkel olemasolevat inimressurssi ja oskusteavet järgnevates valdkondades?

- Välisüliõpilastega tegelemine (nõustamine, toetamine, õpingutevälise eluolu toetamine, Eesti kultuuri tutvustamine jne)
- Koostöö tööandjatega, praktikapakkujatega
- Kõrghariduse välisturunduse koostöövõrgustikes osalemine
- Koostöö haridusvaldkonna väliste asutustega teiste ministeeriumite haldusalas
- Kõrgkooli rahvusvaheline turundamine

Mil määral soodustavad järgmised asjaolud Sinu hinnangul välistudengite edukat värbamist?

- Kvaliteetne õppekava
- Eesti Euroopa Liidu liikmelisus
- Konkurentsivõimelised õppemaksud
- Rahvusvaheliselt mainekad õppejõud
- Toetav kohalik kogukond
- Soodne õppemaks
- Eesti ühiskonna valmidus välistudengite vastuvõtmiseks
- Lai üleilmne konsulaarvõrgustik
- Bakalaureuseõppe vahetusüliõpilase kogemus Eestis
- Eesti digiriigi maine
- E-riik ja lihtne asjaajamine
- Isiklik kontakt messidel, värbamisüritustel jms
- Soodne elukalliduse tase
- Eesti avalike teenuste tase
- Gümnaasiumiõpilase vahetusõpilase kogemus Eestis
- E-residentsus

Mil määral takistavad järgmised tegurid Sinu hinnangul Sinu kõrgkooli rahvusvahelistumisel?

- Puudub kõrgkoolisene kokkulepe, et rahvusvahelistumine on strateegiliselt oluline
- Meie tugiteenused pole piisavalt välja arendatud, et toetada välisüliõpilaste õpet
- Meie õppejõudude inglise keele oskus pole piisav võõrkeelse õppe läbiviimiseks
- Vajalike rahvusvaheliste kontaktide puudumine
- Rahvusvaheliste õppekavade nappus
- Napp rahastus

Mil määral takistavad järgmised asjaolud Sinu hinnangul välistudengite edukat värbamist?

- Avalike teenuste kättesaadavus (nt ingliskeelne arstiabi, rahvusvahelised lasteaiaid jne)
- Kliima
- Eluaseme- ja kommunaalküsimused
- Eesti ühiskonna napp valmidus välistudengite vastuvõtmiseks
- Idaeuroopalik või sovjetlik maine
- Rahvusvaheliste õppekavade vähesus
- Konkurentide edukas värbamistegevus
- Eesti elatustase
- Eesti vähene tuntus
- Kõrge elukallidus
- Halb ühendus maailmaga
- Piiratud konsulaarvõrgustik
- Viisa ja konsulaarküsimused
- Sõjaärevus

Millised on peamised raskused, millega Eestisse õppima tulnud välisüliõpilase Sinu kogemuse põhjal kokku puutuvad?

- Majanduslik toimetulek
- Olmeküsimused (eluase, transport)
- Avalikud teenused (rahvusvahelised lasteaiaid, mitmekeelne arstiabi jt)
- Piisav keeleoskus õppetööks

Kuidas hindad järgnevate valdkondade olulisust enda kõrgkooli jaoks?

- Rahvusvaheline koostöö teiste kõrgkoolidega
- Rahvusvaheline teadus-arenduskoostöö
- Rahvusvahelistesse koostöövõrgustikesse kuulumine
- Enda üliõpilaste saatmine välisülikoolidesse
- Välisüliõpilaste värbamine
- Välismaal elavate Eesti noorte õppima värbamine

Kuidas hindad enda kõrgkooli võimekust järgnevate valdkondadega tegeleda?

- Välismaal elavate Eesti noorte õppima värbamine
- Välisüliõpilaste värbamine
- Rahvusvaheline koostöö teiste kõrgkoolidega
- Rahvusvaheline teadus-arenduskoostöö
- Enda üliõpilaste saatmine välisülikoolidesse
- Rahvusvahelistesse koostöövõrgustikesse kuulumine

Kuidas hindad senise kogemuse põhjal Study in Estonia tegevussuundade tulemuslikkust kõrgkoolide toetamisel ja/või välistudengite värbamisel?

- Study in Estonia uuringud (sihtriikide analüüs, välistudengite majanduslik mõju, International Student Barometer)
- Study in Estonia koduleht
- Study in Estonia kommunikatsioon ja suhtekorraldus rahvusvahelistumise kasutegurist Eesti avalikkuses
- Study in Estonia meediatöö ning Eesti kõrgharidust tutvustavate uudiste avaldamine kodulehel ja sotsiaalmeediakanalites;
- Study in Estonia osalemine kõrgkoolidega värbamismessidel
- Study in Estonia sotsiaalmeediakanalid (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, Youtube)
- Study in Estonia tudengisaadikute võrgustik
- Study in Estonia osalemine rahvusvahelistel võrgustikmessidel (näiteks EAIE, NAFSA)
- Study in Estonia esindajad perioodil 2014-2020 (Soomes, India, Venemaa, Türgi)
- Study in Estonia koostöö teiste riiklike institutsioonidega (Visit Estonia, Research in Estonia)

Kuidas hindad muude tegevuste tulemuslikkust kõrgkoolide toetamisel ja/või välistudengite värbamisel?

- Sinu kõrgkooli välisüliõpilaste rakendamine ülikooli tutvustamisel ja uute õppijate värbamisel (näiteks tudengisaadikute võrgustik)
- Sinu kõrgkooli osalemine rahvusvahelistes võrgustikes ja konsortsiumites
- Diplomaatide, välisesinduste toetus välisüliõpilaste vastuvõtule
- Sinu kõrgkooli vilistlaste rakendamine ülikooli tutvustamisel
- Sinu kõrgkooli online turundustegevused värbamistegevustes välisüliõpilaste värbamisel
- Sinu kõrgkooli online turundustegevused värbamistegevustes välisüliõpilaste värbamisel
- Politsei- ja Piirivalveameti toetus ja abi välistudengite värbamisel
- Koostöö haridusagentide ja konsultantidega

Millised on Sinu kogemuse põhjal peamised motivaatorid, miks välisüliõpilased on otsustanud Eestisse õpirännata?

- Isiklik kogemus (vahetusõpilase või -üliõpilasena)
- Haridusega kaasnevad töö- ja karjäärivõimalused
- Mainekad kõrgkoolid
- Õppemaksude madal tase
- Aktiivsed värbamiskampaaniad
- Eesrindliku e-riigi kuulsus
- Elamiskulude taskukohasus
- Eesti startup-skeene tuntus ja maine

Millistes tegevustes peitub Sinu hinnangul suurim kasvupotentsiaal välistudengite värbamisel?

- Viisataotluste ja konsulaartoimingute parem kättesaadavus
- Vilistlaskogukonna kaasamine Eesti kui õpiriigi tutvustamisel
- Konkreetsete õppekavade jõulisem turundamine Eesti või ülikooli asemel
- Haridusega kaasnevate töövõimaluste jõulisem turundamine Eesti või ülikooli asemel
- Bakalaureusetaseme üliõpilasvahetuste jõulisem turundamine (B.A vahetusüliõpilased tulevad märksa tõenäolisemalt tagasi magistriõppesse)
- Mainekate õppejõudude jõulisem turundamine Eesti või konkreetse ülikooli asemel
- Väliseesti kogukondade uue põlvkonna jõulisem Eestisse õppima meelitamine
- Gümnaasiumiõpilaste õpilasvahetuse jõulisem turundamine (tulevad hiljem tõenäolisemalt Eestisse ülikooli)
- Rahvusvaheliste õppekavade suurem küllus
- Rahvusvaheliste õppekavade suurem küllus
- Üksikute rahvusvaheliselt atraktiivsete õppekavade/erialade eelisarendamine

Mil määral nõustud järgmiste väidetega?

- Kõrgkool vajaks värbamis- ja turunduskommunikatsioonis rohkem professionaalset tuge
- Eestis kohanemiseks vajalik teave on välisüliõpilastele kergesti kättesaadav
- Teave stipendiumite ja teenuste kohta on välisüliõpilastele kergesti kättesaadav
- Välisüliõpilased saavad piisavat tuge kohanemisprotsessis
- Välisüliõpilastele on piisavalt tagatud eesti keele ja kultuuri õpe
- Bürokratiat välisüliõpilase Eestisse asumisel saaks oluliselt vähendada
- Tööandjad on piisavalt kaasatud välisüliõpilaste praktika- ja värbamisvõimaluste loomisse
- Karjääri- ja eneseteostusvõimalused Eestis pärast õpingute lõppu on piisavalt hästi teadvustatud
- Välisüliõpilastel on lihtne leida kontakti potentsiaalsete tööandjatega