

ВУЗЫ ОМСКОЙ ОБЛАСТИ НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ АСПЕКТ

В статье рассмотрены вопросы организации деятельности вузов Омской области на международном рынке образовательных услуг с учетом социально-экономических, демографических, географических особенностей региона. Обобщен опыт организации международной деятельности высших учебных заведений Великобритании. Проанализированы проблемы организационного характера, свойственные вузам региона при работе на рынках образовательных услуг стран СНГ. Раскрывается опыт университета г. Хаддерсфилда, который предлагает несколько моделей организации сотрудничества с иностранными вузами-партнерами.

Ключевые слова: управление образованием, рынок образовательных услуг, глобализация, конкурентоспособность вуза, международное сотрудничество в области образования.

Современные политические, социальные и культурные изменения приводят к тому, что мы пересматриваем общественное значение высшего образования. В прошлом на первом месте был социальный аспект, повышение интеллектуального и образовательного уровня нации, развитие граждан, стимулирование их активной позиции. Сегодня же высшее образование рассматривается скорее как один из факторов экономической конкурентоспособности государства, которое своей основной задачей видит обеспечение эффективного взаимодействия высшего образования и рынка труда. В то же время развитие высшего образования как в целом, так и отдельных вузов может рассматриваться в маркетинговом контексте. Действительно, современные высшие учебные заведения могут рассматриваться как

мощные бизнес-структуры, формирующие региональные экономики и конкурирующие между собой в глобальном масштабе.

Следует отметить, что вопросы функционирования вузов в современных социально-экономических условиях активно обсуждаются в научном сообществе. К настоящему времени сформированы различные концепции и модели функционирования вузов, наиболее значимыми и проработанными из которых, по нашему мнению, являются модели «предпринимательского университета» [1] (B. Clark), «производственного университета» [2] (S. Marginson, M. Considine), а также «проектно-ориентированного университета» [3] (А.О. Грудзинский).

Вузы становятся сегодня активными участниками различных бизнес-процессов, их социальная роль дополняется коммерческими задачами. При этом разработка стратегий собственного развития и реализация этой стратегии являются задачей руководства вуза независимо от роли и влияния государства.

¹ Ковалёв Василий Александрович – кандидат экономических наук, доцент, заместитель директора по научной работе филиала Всероссийского заочного финансово-экономического института в г. Омске; e-mail: kovalev_omsk@list.ru.

В разных странах роль государства в регулировании высшего профессионального образования различна. В США и России, например, существует значительный по своим масштабам сегмент частных, негосударственных вузов, которые позиционируют себя преимущественно как бизнес-структуры и ориентируются на финансовые показатели своей деятельности. В Великобритании университеты, несмотря на высокую степень автономии, по-прежнему финансируются и контролируются государством.

Роль государства в поддержке национальных систем образования в условиях глобализации трудно переоценить, тем не менее активная маркетинговая, может быть даже «предпринимательская» стратегия вуза способна компенсировать слабость и инерционность государственной политики в сфере образования.

Сегодня мы отмечаем тот факт, что российские вузы оказались под сильным конкурентным давлением со стороны университетов США, Европы, Австралии и других стран, причем занимающих далеко не ведущие позиции на общемировом образовательном рынке. Например, Омский государственный педагогический университет предлагает своим студентам возможность обучения по иранским образовательным программам. Мы полагаем, что вектор глобализации [4], существующий в настоящее время, неуклонно сокращает долю российских вузов не только на внешнем, но и на внутреннем рынке образовательных услуг. Фактически глобализация в сфере высшего и дополнительного профессионального образования происходит сегодня за счет российских образовательных структур, приводя к потере ими своих позиций.

Это объясняется множеством факторов, в том числе, например, переходом на двухуровневую систему высшего профессионального образования, что

делает продвижение образовательных продуктов иностранных вузов – в первую очередь программ бакалавриата и магистратуры – более понятным и «осязаемым» процессом для отечественных потребителей образовательных услуг.

Тем не менее основные проблемы здесь связаны, на наш взгляд, с пассивностью, управленческим и организационным консерватизмом российских вузов, многие из которых не имеют выработанных и жизнеспособных стратегий продвижения образовательных услуг на внешний рынок. Исследование, проведенное нами в октябре-ноябре 2008 г. в ряде вузов г. Омска при поддержке Некоммерческого фонда содействия сохранению и развитию культурного, научного, духовного и природного наследия Евразии, показало, что ни в одном из них не существует и соответственно не может быть реализована стратегия привлечения к сотрудничеству в сфере образования иностранных вузов и иностранных студентов. Все существующие взаимодействия имеют отношения в первую очередь формальный, номинальный, политический характер, построены на личных контактах и ориентированы в лучшем случае на совместную организацию мероприятий научно-исследовательского характера. Систематическая же работа по продвижению собственных образовательных услуг на внешний рынок не ведется, хотя именно вузы г. Омска имеют для этого определенные предпосылки.

В силу непосредственной географической близости у Омской области исторически сложились тесные социально-экономические связи с Республикой Казахстан и рядом других, ранее входивших в состав бывшего СССР, государств, что видно из представленных в табл. 1 и 2 официальных данных Росстата [5]. При этом необходимо учитывать, что реальные показатели миграции, как правило,

Таблица 1

Национальный состав населения области
(по данным Всероссийской переписи населения 2002 г.) [5]

Национальность	Человек	На 100 тыс. человек населения
Русские	1735512	83469
Казахи	81618	3925
Армяне	6644	320
Азербайджанцы	4260	205
Грузины	1521	73
Узбеки	1244	60

Таблица 2

Международная миграция (человек) [5, 6]

Прибыло в Омскую область из:	1997	2003	2004	2005	2006	2007	Январь–сентябрь 2008
Азербайджана	150	15	18	36	62	103	115
Армении	174	70	41	97	171	191	142
Грузии	218	39	21	56	49	60	16
Казахстана	20445	1977	4196	3850	3260	2811	2089
Киргизии	360	178	427	441	444	692	453
Таджикистана	179	49	29	65	58	88	55
Туркмении	92	30	32	19	33	16	16
Узбекистана	368	165	172	347	312	218	163

существенно превышают официальные цифры.

Также необходимо отметить и сохраняющуюся популярность российского, считающегося в этих странах преемником советского, высшего образования. Граждане ряда стран СНГ на основании межправительственных соглашений имеют право получать высшее образование бесплатно. Стоимость обучения в большинстве вузов региона также выглядит достаточно конкурентоспособной и привлекательной. Например, получение высшего образования по экономическим специальностям в ведущих вузах нашего региона в 2008/2009 учебном году стоит от 23 000 рублей при заочной форме обучения, и от 30 000 рублей – при очной.

Тем не менее в крупнейших вузах г. Омска доля иностранных студентов, в первую очередь из стран СНГ, не превышает 3 %, т. е. абсолютно не является определяющей для наших вузов. Так, например, в Омском государственном педагогическом университете по программам специалитета, бакалавриата и в магистратуре обучаются 109 студентов из стран СНГ при общем контингенте 7250 человек (1,5 %), в Омском государственном университете – 116 студентов из 7527 (1,54 %), в Сибирской государственной автомобильно-дорожной академии (СибАДИ) – 88 из 5668 (1,55 %), в Омском государственном институте сервиса – 64 студента из 2365 (2,7 %), в Филиале Всероссийского заочного

финансово-экономического института в г. Омске – 11 из 2884 (0,38 %)

Тут вполне уместно говорить и о существовании ограничений правового, социального, бытового характера, с которыми сталкиваются в России иностранные студенты. Однако в таком же положении находятся иностранные студенты в любой стране мира, например, российские – в Великобритании.

Мы, в свою очередь, хотели бы остановиться на пассивности и организационных проблемах вузов региона на внешнем рынке. При этом в Казахстане, Кыргызстане и других странах достаточно активно проникают на рынок образовательных услуг университеты Европы и США. Более того, даже структуры начального, среднего и дополнительного профессионального образования, такие как Английская ассоциация менеджмента ABE (Association of Business Executives), реализуют на этом рынке свои программы.

Причины этой ситуации многообразны, но необходимо отметить и то, что в университетах Европы и США разработаны и реализуются долгосрочные стратегии выхода на внешний рынок и привлечения иностранных студентов. При этом четко прописаны механизмы взаимодействия с иностранными партнерами, не зависящие от персоналий и ориентированные на однозначные, качественно и количественно измеримые цели.

В качестве примера мы предлагаем рассмотреть опыт наших коллег из университета г. Хаддерсфилда (Huddersfield University), в котором на сегодняшний день обучается более 22 000 студентов, в том числе – более 6 700, т.е. порядка 30 %, из 85 стран мира. Аналогичная картина наблюдается и в других вузах Великобритании, ориентированных на международный рынок образовательных услуг, например, в

университетах Лидса, Ливерпуля, Манчестера и др.

В конце 1980-х и начале 1990-х гг. Великобритания столкнулась с серьезным экономическим кризисом, обусловленным коллапсом промышленности. Этот коллапс был вызван неконкурентоспособностью стоимости сырья и рабочей силы по сравнению с развивающимися странами. Проблемами стали не только высокий уровень безработицы, но и низкая квалификация рабочей силы. Одним из путей выхода из кризиса стала подготовка гибкой, высококвалифицированной и высокообразованной рабочей силы.

В 1989 г. высшее образование в США имели 54 % взрослого населения, в Великобритании – только 15 %. Модель британского высшего образования была элитарной, в то время как в США – массовой, обеспечивающей большинству выпускников школ возможность продолжить обучение в университетах. В конце концов правительство Великобритании решило начать реализацию массовой модели. Например, в 1989 г. учебные заведения среднего профессионального образования получили право на значительную автономию и независимость от региональных властей. В 1992 г. они получили возможность приобрести статус университета, и 60 учебных заведений ее реализовали.

Совместно с реструктуризацией высшего образования был изменен порядок финансирования вузов. В 1996 г. высшее образование имело уже свыше 30 % жителей Великобритании, однако это стало слишком серьезной нагрузкой на бюджет государства. Правительство приняло решение сократить государственное финансирование расходов студентов на жилье, а также ввести количественные ограничения для каждого вуза на прием студентов (аналог предельной численности контингента для российских вузов). Одновременно было принято решение

ввести плату за обучение и отменить компенсацию расходов студентов на жилье.

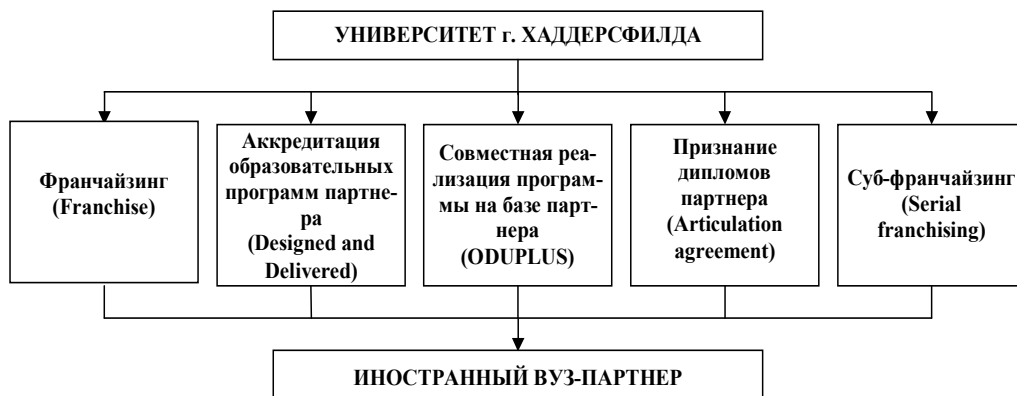
В итоге государственное финансирование в расчете на каждого студента в Великобритании за 10 лет снизилось на 40%. Университеты, таким образом, столкнулись с серьезными финансовыми трудностями, в том числе и потому, что первоначальный размер платы за обучение был низким и не покрывал их потребностей, не говоря уже о развитии.

Сектор высшего образования Великобритании прошел за последние 20 лет через значительные изменения, которые, на наш взгляд, во многом схожи с изменениями в отечественной высшей школе. Университеты и их образовательные программы диверсифицировали свой статус – от элитного до массового, получили значительную автономию, что приблизило их к классическим субъектам свободного рынка. При этом государство, с одной стороны, предоставляет высшим учебным заведениям значительную автономию, с другой стороны, регулирует предельный контингент и стоимость обучения, поощряя тем самым активную политику университетов на внешних рынках.

В университете г. Хаддерсфилда сформировалось несколько моделей организации сотрудничества с иностранными вузами-партнерами (рисунок). В зависимости от выбранной модели партнеры университета проходят определенную процедуру аккредитации и представляют необходимые документы.

Первая модель – франчайзинг (Franchise). Данная модель подразумевает реализацию образовательной программы университета г. Хаддерсфилда в целом или ее отдельных частей преподавателями вуза-партнера и на его базе.

Вторая модель – аккредитация образовательных программ партнера (Designed and Delivered). В рамках этой модели университет г. Хаддерсфилда в соответствии с разработанными процедурами осуществляет аккредитацию существующих образовательных программ вуза-партнера. Университет г. Хаддерсфилда в ходе учебного процесса осуществляет собственный контроль качества образовательных услуг и по результатам обучения присваивает соответствующую квалификацию (степень) и выдает свой документ об образовании.



Взаимодействие университета г. Хаддерсфилда с иностранными вузами

Третья модель – совместная реализация программы на базе партнера (ODUPLUS, Off-Campus Delivery of University Provision Led by University Staff). В данном случае осуществляется реализация образовательной программы университета г. Хаддерсфилда на базе вуза-партнера как преподавателями университета г. Хаддерсфилда, так и преподавателями вуза-партнера. Как правило, минимум одна треть учебной нагрузки, соответствующей программе, должна выполняться преподавателями университета г. Хаддерсфилда при одновременном консультировании студентов преподавателями вуза-партнера. Это условие является традиционным, хотя и не абсолютно обязательным, для партнеров, расположенных за границами Великобритании.

Четвертая модель – признание образовательных программ партнера (Articulation agreement). Образовательные программы и соответствующие документы об образовании, выдаваемые вузом-партнером, признаются соответствующими требованиям университета г. Хаддерсфилда к качеству образовательных услуг и обеспечивают определенные преимущества при поступлении на образовательные программы, реализуемые университетом г. Хаддерсфилда.

Пятая модель – суб-франчайзинг (Serial franchising). Данная модель подразумевает взаимодействие университета г. Хаддерсфилда, вуза-партнера и третьей стороны. Аккредитацию третьей стороны на право реализации образовательных программ осуществляет университет г. Хаддерсфилда, ответственность за текущий контроль реализации образовательных программ третьей стороной возлагается на вуза-партнера.

Процедура подписания формальных соглашений является многоступенчатой, в достаточной степени бюрократичной и может длиться до 1,5 лет. Подобный

порядок работы, впрочем, весьма характерен для британских вузов. Тем не менее этот порядок существует и является общим для всех потенциальных партнеров.

Вуз-партнер должен представить бизнес-план потенциального сотрудничества. При этом университет г. Хаддерсфилда предъявляет очень жесткие требования к финансовым аспектам сотрудничества. Основным критерием является выручка денежных средств (но не прибыль) от реализации проекта. В настоящее время установлены следующие значения этого критерия: первый год сотрудничества – 50 000 ф. ст., второй и все последующие – 100 000 ф. ст.

При отсутствии экономической целесообразности предложения о сотрудничестве отклоняются. Также существует практика закрытия уже существующих совместных проектов при отсутствии требуемых финансовых результатов. Бизнес-план, представляемый в университет г. Хаддерсфилда, близок по своей структуре к классическому формату. В целом осуществляется комплексный анализ образовательной, финансовой и маркетинговой составляющих будущего проекта, порядок проведения которого тем не менее достаточно четко прописан.

При необходимости для работы с партнером направляется группа экспертов университета. Университет оставляет за собой право направлять экспертов в любой необходимый момент. При этом все расходы на реализацию предварительных мероприятий ложатся на вуза-партнера, что также должно свидетельствовать о серьезности его намерений. Основные расходы вуза-партнера связаны с работой экспертов университета г. Хаддерсфилда. Например, общие расходы вуза, находящегося в г. Омске, на осуществление процедуры подписания формального документа

о сотрудничестве могут составить до 500 000 руб.

При аккредитации нескольких программ, особенно реализуемых разными факультетами университет г. Хаддерсфилда, количество экспертов в группе будет увеличиваться. Такой уровень первоначальных расходов является своеобразной гарантией серьезности намерений вуза-партнера, его ориентацией на долгосрочное сотрудничество и реализацию проекта. Только регулярное и стабильное привлечение студентов на международные, официально аккредитованные программы может обеспечить не только политические, имиджевые, но и положительные финансовые результаты сотрудничества для вуза-партнера. Например, планируемая стоимость обучения студентов в г. Омске по программам Global Marketing и European Business (степень бакалавра университета г. Хаддерсфилда) в течение одного года может колебаться от 2 000 ф. ст. по модели франчайзинга до 2 800 ф. ст. по модели ODUPLUS. Для реализации бизнес-плана в соответствии с требованиями университета г. Хаддерсфилда потребуется привлечь порядка 20–25 студентов в первый год, с увеличением этого количества до 40–50 человек начиная со второго года сотрудничества.

Мы, конечно, не ставим вопрос о слепом копировании этой модели. На наш взгляд, опыт университета г. Хаддерсфилда интересен в первую очередь системным подходом к вопросам организации международного сотрудничества, который позволяет повышать конкурентоспособность вуза и его образовательных программ в условиях глобализации. Описанный выше механизм имеет четкую структуру и последовательность реализации отдельных действий и мероприятий. В целом уровень и реализуемые концепции менеджмента в университете г. Хаддерсфилда и вузах

Великобритании, на наш взгляд, ближе к классическому менеджменту в предпринимательских структурах.

Мы вообще не склонны идеализировать высшую школу Великобритании, но тем не менее надо отдать ей должное – вузы этой страны повышают свою конкурентоспособность как на внутреннем, так и на внешнем рынке, развивая управленческий потенциал, привлекая высококвалифицированных менеджеров не только из образовательной среды. Акцент делается на оперативные и гибкие управленческие решения, учитывающие целый ряд факторов, которые далеки от задач и интересов профессорско-преподавательского и учебного процесса:

- глобализация;
- конкуренция и обеспечение конкурентоспособности;
- экономическая целесообразность;
- приемлемые и обоснованные затраты;
- возможность привлечения и источники инвестиций;
- политические тенденции и процессы;
- компромиссный характер решений;
- негативные последствия решений.

В качестве важнейшей задачи рассматривается внедрение в высшую школу Великобритании новой управленческой и организационной культуры, что, однако, как и в нашей стране, встречает неодобрение и сопротивление со стороны академического персонала.

Тем не менее сложившиеся к сегодняшнему дню модели и концепции высшей школы устаревают вне зависимости от национальной и региональной принадлежности вузов, которые функционируют в условиях постоянных и все ускоряющихся изменений. Глобализа-

ция приводит к интернационализации вузов не только в контексте работы с иностранными студентами, но и в контексте выхода на новые рынки, открытия филиалов и т. п. И, на наш взгляд, реализация современных подходов к управлению в российских вузах, адаптация существующего организационного потенциала к новым условиям внешней среды позволят вузам направлять процессы глобализации, а не становиться их жертвой, перейти к реализации активных маркетинговых стратегий, а не концентрироваться лишь на сохранении имеющихся позиций.

Список использованных источников

1. Clark B. *Creating Entrepreneurial Universities: Organisational Pathways of Transformation* Pergamon Press, Oxford, 1998.

2. Marginson, S., Considine, M. *The Enterprise University: Power, Governance, and Reinvention in Australia*, University of Cambridge, 2000.

3. Грудзинский А.О. Проектно-ориентированный университет. Профессиональная предпринимательская организация вуза. Н. Новгород : ННГУ, 2004.

4. Майбуров И.А. Глобализация сферы высшего образования // *Мировая экономика и международные отношения*. 2005. № 3. С.10–17.

5. Омский областной статистический ежегодник: Стат. сб. в 2 ч. Ч. I. Омск : Омкстат, 2008.

6. Социально-экономическое положение Омской области за январь-октябрь 2008 года: Доклад. Омск : Омкстат, 2008.