

DOI: 10.26794/2220-6469-2018-12-2-72-77
УДК 378.1, 338.462(045)
JEL M31

Факторы повышения конкурентоспособности вузов: международный контекст

М.Е. Ульянова,
МГУ имени М.В. Ломоносова,
Москва, Россия
<https://orcid.org/0000-0002-2665-5000>

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена вопросам конкурентоспособности университетов в международном образовательном пространстве с учетом реалий новой экономики и современных факторов потребительского выбора. Показана важность процесса интернационализации состава преподавателей и студентов, важность наполнения содержания учебных программ международным и межкультурным опытом. Обсуждаются направления развития российского управленческого и экономического образования с учетом сохранения национальной идентичности в сложном институциональном окружении мирового рынка образования. Представлены результаты опроса 120 выпускников программ магистратуры в области экономики и менеджмента и программ MBA, определены факторы, влияющие на выбор студентами образовательной программы, а также оценен спрос со стороны студентов на получение международного опыта в процессе обучения в своей стране. К данным факторам, в том числе, относятся возможность получения международного опыта во время обучения и престиж университета, диплом которого имеет выпускник. Выявленные факторы также рассматриваются работодателями как ключевые и влияют на развитие карьеры. Определены два ключевых направления развития интернационализации экономического и управленческого образования в российских университетах. Показан опыт экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова по включению международных аспектов в образовательные программы магистерского уровня и программы MBA.

Ключевые слова: система высшего профессионального образования; интернационализация; конкурентоспособность образования; разработка образовательных программ; управленческое образование; экономическое образование; MBA

Для цитирования: Ульянова М.Е. Факторы повышения конкурентоспособности вузов: международный контекст. *Мир новой экономики*. 2018;12(2):72-77.





DOI: 10.26794/2220-6469-2018-12-2-72-77
UDC 378.1, 338.462(045)
JEL M31

Factors Increasing the Competitiveness of Universities: The International Context

M.E. Ul'yanova,

Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
<https://orcid.org/0000-0002-2665-5000>

ABSTRACT

The article is devoted to the competitiveness of universities in the international educational space, taking into account the realities of the new economy and modern factors of consumer choice. We stress the importance of the process of internationalization of teachers' teams and students, the importance of enriching the content of curricula with international and intercultural experience. Further, we discussed directions of development in Russia of management and economic education taking into account preservation of national identity in a difficult institutional environment of the world market of education. We presented the results of a survey of 120 graduates of master's programs in economics, management and MBA programmes, identified the factors that affect the students' choice of the educational program, as well as estimated demand from students for international experience in the learning process in their country. These factors include, among others, the possibility of obtaining international experience during studies and the prestige of the university, whose diploma has a graduate. The identified factors are also considered by employers as key and affect career development. Two key directions of development of internationalization of economic and management education in Russian universities are defined. We showed the experience of the Faculty of Economics of Lomonosov Moscow State University on the inclusion of international aspects in the educational programs of the master's level and MBA programs.

Keywords: system of higher professional education; internationalization; competitiveness of education; development of educational programs; management education; economic education; MBA

For citation: Ul'yanova M.E. Factors increasing the competitiveness of universities: The international context. *Mir novoj ekonomiki = World of the new economy*, 2018, vol. 12, iss. 2, pp. 72-77. (In Russ.)

ВВЕДЕНИЕ

Многие вузы, входящие в мировое академическое сообщество, поставили вопрос об интернационализации высшего образования еще в конце XX в. [1]. Большинство ведущих национальных университетов разных стран сталкиваются со все возрастающей конкуренцией в глобальном масштабе. Многие исследования показывают, что интернационализация профессорско-преподавательского состава и студенческого сообщества является одним из факторов, способствующих интернационализации вузов. Однако согласно исследованию, проведенному среди ведущих европейских университетов, фактор интернационализации студенческого сообщества играет более важную

роль на уровне программ магистратуры, чем бакалавриата [1]. В то же время ведущие мировые университеты, находящиеся в верхних строках рейтингов, традиционно обладают высоким исследовательским потенциалом [2]. Научно-исследовательская деятельность является одним из важнейших факторов, определяющих конкурентоспособность вузов. Ее успех напрямую связан со степенью интернационализации персонала и студенческого сообщества вуза. Интернационализация профессорско-преподавательского состава способствует развитию научно-исследовательской составляющей деятельности вузов, в то время как интернационализация студенческого сообщества является ее следствием.



Большинство национальных вузов не англоговорящих стран, целью развития которых является укрепление международной позиции, часто сталкиваются с проблемами в процессе привлечения международного персонала. Именно язык является основным препятствием, и поэтому выбор персонала в значительной степени ограничен в отличие от вузов США и Великобритании. В первую очередь с такими проблемами сталкиваются университеты стран, в которых численность населения в студенческом возрасте высока. Многие европейские университеты из стран со средней или низкой численностью населения в студенческом возрасте перевели либо часть курсов, либо образовательные программы целиком на английский язык, тем самым пытаясь привлечь студентов из других стран. В качестве примера можно привести шведские вузы, и особенно Международную школу бизнеса Йончопинга (Jonkoping International Business School), где языком обучения и деловых коммуникаций является английский. Это позволяет данной бизнес-школе иметь один из самых высоких показателей в Швеции по числу иностранных студентов. С другой стороны, перевод обучения полностью на английский язык в не англоговорящих странах с высокой численностью населения в студенческом возрасте может привести к исключению из системы высшего образования существенной доли местных студентов, обладающих недостаточными компетенциями в области английского языка. В России, согласно проводимым исследованиям, индекс знания английского языка низкий [3]. Таким образом, язык является одним из основных факторов, препятствующих привлечению международного персонала и студентов в вузы.

Основная задача данной статьи — изучить, каким образом включение международной повестки в национальные программы может способствовать росту конкурентоспособности российских вузов, в первую очередь в области управленческого и экономического образования.

ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ В РОССИЙСКИХ УНИВЕРСИТЕТАХ

Процесс интернационализации российского высшего профессионального образования ставит перед вузами сложную стратегическую задачу сохранения национальной идентичности в условиях глобализирующегося рынка образовательных услуг. Желание сохранить национальную иден-

тичность в сложном институциональном окружении мирового рынка образования вынуждает вузы ответить на ключевой вопрос: каким должно быть национальное образование и, в частности, в каком направлении должно развиваться управленческое и экономическое образование? [4].

Настало время оценить важность интернационализации образования в условиях глобальных системных изменений внешней среды. Миграционные потоки усиливаются, а большинство крупных компаний из списка Fortune Global 500 меняют места своей дислокации и выбирают менее развитые страны [5]. В то же время спрос на высшее профессиональное образование продолжает расти [6].

Задача интернационализации также является важной и для вузов не англоговорящих стран с высокой численностью населения в студенческом возрасте. Такие страны могут привлекать только иностранных студентов, знающих местный язык. Опыт российских университетов показывает, что большинство иностранных студентов приезжают из стран бывших республик СССР, и в первую очередь из стран СНГ, где традиции изучения русского языка в школе до сих пор сильны. Это в какой-то степени делает схожими российские вузы с вузами Франции. Большинство иностранных студентов, обучающихся во французских вузах, приезжают из франкоговорящих стран, которые исторически имели тесные связи с Францией (например, Алжир и Сенегал) [1]. К примеру, в 2013/2014 учебном году большинство иностранных студентов российских вузов имели гражданство Казахстана (27,5 тыс. человек), на втором месте — студенты из Китая (18,2 тыс. человек), на третьем месте — Туркменистана (12,1 тыс. человек) [7]. Последние данные показывают, что на начало 2015/2016 учебного года большая часть иностранных студентов (79,2%) приехали из стран бывшего СССР (Казахстан, Туркменистан, Украина, Белоруссия), 20,8% — из стран дальнего зарубежья*.

Привлечение иностранных студентов позволяет разнообразить национально-культурный состав студенческого сообщества. В то же время структура и содержание самой образовательной программы должны предоставлять возможность местным студентам, предпочитающим обучаться в своей родной стране, получить международный опыт. Многие из этих студентов на этапе выбора вуза и программы

* Академическая мобильность иностранных студентов в России. Факты образования. Вып. 7 (июль 2016 г.). Информационный бюллетень НИУ ВШЭ.



обучения руководствуются такими показателями, как репутация вуза, качество предоставляемых образовательных услуг, рейтинги и т.п. [8]. Для многих наличие международного аспекта в обучении может стать движущим фактором будущей карьеры. Однако разработчики образовательных программ должны учитывать факт удорожания программы при включении в нее международных элементов, таких как студенческие обмены или краткосрочные зарубежные семинары (данный тип краткосрочных стажировок активно используется на программах МВА), что может привести к сокращению числа абитуриентов [9].

Основной задачей проведенного авторами опроса было определить, как указанные выше и другие факторы влияют на выбор студентов. А также выяснить, в какой степени студенты стремятся получить международный опыт во время прохождения обучения в родной стране.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Представленный в статье опрос проводился в 2016 г. среди выпускников программ магистерского уровня в области экономики и менеджмента и среди выпускников программ МВА одного из ведущих российских вузов — Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова. Одной из основных задач было выяснить, в какой степени международный дизайн программ МВА отвечает запросам российского рынка труда и параметрам спроса на экономическое и управленческое образование. В опросе приняли участие 120 выпускников программ магистерского уровня Московского государственного университета имени М.В. Ломоносова, в том числе 78 выпускников программы МВА и 42 выпускника магистратуры по экономике и менеджменту.

Распределение ответов на вопрос: «Важно ли для вас, чтобы образование полученное в стенах МГУ, было международным?» показало, в какой степени глобализация влияет на содержание образовательных программ. Респонденты отметили высокую значимость данного фактора для выпускников программ МВА. Около 80% ответили, что возможность получить международный опыт во время обучения в российских вузах очень важен для них. Около трети респондентов отметили, что полученный во время обучения международный опыт важен для развития карьеры. Данный ответ возвращает нас к вопросу о содержании компетенций, необходимых в современных условиях для развития карьеры.

В то же время ответы выпускников магистерских программ показали, что большинство из них не планировали продолжить обучение за пределами РФ, когда принимали решение о выборе магистерской программы. Ответы на вопрос: «На этапе выбора программы обучения вы сравнивали программы, предоставляемые российскими и зарубежными университетами?» показали, что большинство респондентов опрос не проводило (66,7%). В то же время 49% выпускников МВА рассматривали зарубежные программы, когда принимали решение. Причины, по которым респонденты не рассматривали зарубежные программы: нежелание бросать работу на время учебы (93% выпускников МВА и 43% выпускников магистратуры), недостаточное знание английского языка (90% выпускников МВА и 7% выпускников магистратуры), высокая стоимость обучения и проживания за рубежом (83% выпускников МВА и 48% выпускников магистратуры). В то же время 14% выпускников магистратуры и почти 10% выпускников МВА приняли участие в программах обмена студентами с вузами-партнерами и краткосрочных зарубежных модулях.

ДИСКУССИЯ

Международный дизайн образовательных программ и развитие системного мышления — это два аспекта, которым отдается первостепенное значение в процессе развития экономического образования. Новые инновационные модели экономического и управленческого образования выходят на первый план [10–12]. Актуальность данных процессов обусловлена быстроменяющейся технологической базой экономического и управленческого образования, активного внедрения современных информационно-коммуникационных технологий в образовательный процесс, что приводит к развитию новых когнитивных стилей, путей получения и обработки информации студентами [13].

Представленное исследование показало, что процесс интернационализации экономического и управленческого образования в российских университетах должен развиваться в двух основных направлениях. Первое направление предполагает включение программ студенческих обменов в основные образовательные программы, хотя объем таких программ существенно ограничен количеством вузов-партнеров и их возможностями по приему стажеров. Второе направление связано с включением в программу обязательного международного



элемента, одним из вариантов является создание совместных образовательных программ с зарубежным партнером — программ двух дипломов.

Данные подходы активно используются на экономическом факультете МГУ имени М. В. Ломоносова. Помимо программ студенческих обменов, по которым ежегодно порядка 70–80 студентов проводят один семестр в зарубежных вузах-партнерах, были реализованы две совместные программы: программа двух дипломов с Международной школой бизнеса университета Йончопинга, Швеция [Jonkoping International Business School (JIBS)] и совместная программа Executive MBA со Школой бизнеса университета Зальцбурга, Австрия [University of Salzburg Business School (SMBS)]. В обоих случаях одним из факторов, позволивших интегрировать учебные планы вузов-партнеров, был сопоставимый подход к системе обеспечения качества. Сопоставимый высокий уровень качества образовательного процесса делает возможным признание учебных курсов, прослушанных в вузе-партнере, и является основой доверия между партнерами. В свою очередь, возможность признания учебных курсов является одним из основных аспектов дизайна совместных программ. Высокий уровень качества программ экономического факультета МГУ признается также и выпускниками: 87% выпускников программы MBA и 69% выпускников магистратуры считают, что программы учитывают современные экономические и бизнес-условия внешней среды.

Создание совместных программ позволяет получить синергетический эффект в области качества образования и современных методов преподавания и обучения путем объединения сильных сторон обоих партнеров.

Среди важных факторов обучения по совместным программам, респонденты отметили следующие: развитие профессиональных компетенций (87% выпускников), доступ к международным бизнес-кейсам (63%) и изучение лучших практик бизнеса разных стран (52%).

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Международное сотрудничество и новые подходы к дизайну образовательных программ могут стать основой для усиления конкурентоспособности российских университетов и укрепления позиций в международных рейтингах. Международные аспекты дизайна образовательных программ имеют высокую важность для университетов и выпускников. На протяжении трех лет опросы выпускников программ MBA и магистратуры показывают, что получение международного опыта во время обучения важно как для обучающихся, так и для будущих работодателей. Также выпускники из года в год отмечают, что для работодателей важен престиж университета, диплом которого имеет выпускник, а развитие совместных образовательных программ, безусловно, поднимает престиж университетов. Процесс разработки программ двух дипломов сложен, он требует от вузов-партнеров креативности, внедрения инновационных форм информационно-коммуникационных технологий (включая дистанционное образование), повышения уровня знаний английского языка и навыков кросс-культурных коммуникаций у студентов. Разрабатываемые программы должны учитывать также основные тренды развития мировой экономики.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Hugo H. Global and national prominent universities: internationalization, competitiveness and the role of the State". *Higher Education*. 2009;58(3):387–405.
2. Marginson S. Dynamics of National and Global Competition in Higher Education. *Higher Education*. 2006;52:1–39.
3. Education First, Education Proficiency Index. URL: <http://www.ef-russia.ru/epi/>.
4. Kodeih F., Greenwood R. Responding to Institutional Complexity: The Role of Identity. *Organization Studies*. 2014;35(1):7–39.
5. Coelen R. Why Internationalize Education? *International Higher Education*. 2015;(83).
6. Письменский Г.И., Слива А.В. Современные тенденции развития высшего образования и их основные социально-экономические эффекты. *Экономика образования*. 2017;(3).
7. Komrakov A. The Number of International Students in Russia Has Increased by Forth. *Nezavisimaya Gazeta*. 12.07.2016. URL: http://www.ng.ru/economics/2016-07-12/4_students.html.
8. Wilkins S., Huisman J. Student Recruitment at International Branch Campuses: Can They Compete in the Global Market? *Journal Of Studies In International Education*. 2013;15(3):299–316.



9. Elliott C., Soo Kwok Tong. The international market for MBA qualifications: The relationship between tuition fees and applications. *Economics of Education Review*. 2013;34:162–174.
10. Lancione M., Clegg, S. The lightness of management learning. *Management Learning*. 2015;46(3):280–298.
11. Gerasimenko V., Razumova T., Echenique V. Discussing “MBA crisis”: current challenges and trends in business as evidenced by the educational experience. *ICERI2015 Proceedings: 8th International Conference of Education, Research and Innovation*, IATED IATED Academy Ceville, Spain. 18–20 November. 2015:8174–8181.
12. Blass E., Hayward P. Developing globally responsible leaders: What role for business schools in the future? *Futures*. 2015;66:35–44.
13. Cavanaugh M., Giapponi C., Golden T. Digital Technology and Student Cognitive Development: The Neuroscience of the University Classroom. *Journal of Management Education*. 2016;40(4):374–397.

REFERENCES

1. Hugo H. Global and nationally prominent universities: Internationalization, competitiveness and the role of the State”. *Higher Education*. 2009;58(3):387–405.
2. Marginson S. Dynamics of national and global competition in higher education. *Higher Education*. 2006;52:1–39.
3. Education First, Education Proficiency Index. URL: <http://www.ef-russia.ru/epi/>.
4. Kodeih F., Greenwood R. Responding to institutional complexity: The role of identity. *Organization Studies*. 2014;35(1):7–39.
5. Coelen R. Why Internationalize Education? *International Higher Education*. 2015;(83).
6. Pis'menskii G.I., Sliva A.V. Current trends in the development of higher education and their main socio-economic effects. *Ekonomika obrazovaniya*. 2017;(3). (In Russ.)
7. Komrakov A. The Number of International Students in Russia Has Increased by Forth. *Nezavisimaya Gazeta*. 12.07.2016 URL: http://www.ng.ru/economics/2016-07-12/4_students.html. (In Russ.)
8. Wilkins S., Huisman J. Student recruitment at international branch campuses: Can they compete in the global market? *Journal of Studies in International Education*. 2013;15(3):299–316.
9. Elliott C., Soo Kwok Tong. The international market for MBA qualifications: The relationship between tuition fees and applications. *Economics of Education Review*. 2013;34:162–174.
10. Lancione M., Clegg, S. The lightness of management learning. *Management Learning*. 2015;46(3):280–298.
11. Gerasimenko V., Razumova T., Echenique V. Discussing “MBA crisis”: current challenges and trends in business as evidenced by the educational experience. *ICERI2015 Proceedings: 8th International Conference of Education, Research and Innovation*, IATED IATED Academy Seville, Spain. 18–20 November. 2015:8174–8181.
12. Blass E., Hayward P. Developing globally responsible leaders: What role for business schools in the future? *Futures*. 2015;66:35–44.
13. Cavanaugh M., Giapponi C., Golden T. Digital technology and student cognitive development: The neuroscience of the university classroom. *Journal of Management Education*. 2016;40(4):374–397.

ОБ АВТОРЕ

Мария Евгеньевна Ульянова — руководитель магистерской программы «Международный бизнес и развитие», начальник отдела международных проектов экономического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, Москва, Россия
nfpk@econ.msu.ru

ABOUT THE AUTHOR

Mariya E. Ul'yanova — head of the master's program “International business and development”, head of International Projects Department, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russia
nfpk@econ.msu.ru

