

ИССЛЕДОВАНИЯ В ОБЛАСТИ ОБРАЗОВАНИЯ

ПЛАТОНОВА НАТАЛЬЯ МИХАЙЛОВНА

доктор педагогических наук, заведующая кафедрой теории и технологии социальной работы Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы, профессор факультета социологии Санкт-Петербургского государственного университета, ntplatonova@inbox.ru

NATALYA PLATONOVA

D.Sc. (Pedagogy), Head of the Department of Theory and Technology of Social Work, St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work, Professor at the Department of Theory and Practice of Social Work, St. Petersburg State University

ПЛАТОНОВ МИХАИЛ ЮРЬЕВИЧ

кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и информационных технологий Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы, 519@mail.ru

MIKHAIL PLATONOV

Cand.Sc. (Economics), Assoc. Prof., Department of Economics and Information Technology, St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work

УДК 378, 37.07

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

MODERN TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF HIGHER SCHOOL

Аннотация: Статья посвящена рассмотрению различных тенденций, характерных современному состоянию развития высшей школы в Российской Федерации. Наиболее детально рассмотрены два аспекта влияния на практику деятельности вузов — формирование глобального рынка образовательных услуг и повышающаяся конкуренция с одной стороны, и парадигмальная трансформация содержания, принципов и методов обучения с другой стороны. Определены аспекты тех преобразований, которые необходимо осуществлять образовательным организациям для соответствия требованиям инновационного развития.

ABSTRACT. The article discusses various trends typical of the current state of development of higher school in Russian Federation. The most detailed analysis is given to two aspects affecting the practical activity of Higher Education Institutions — developing global education market and rising competition on the one hand, and a paradigmatic transformation of content, principles and learning methods on the other. Authors define aspects of reforms, which are needed by educational organizations in order to meet the requirements of innovative development.

Ключевые слова: Высшая школа, высшее учебное заведение, рынок образовательных услуг, академическая мобильность, интернационализация высшего образования.

KEY WORDS: higher school, Higher Education Institution, education market, academic mobility, internationalization of higher education.

Формирование глобального рынка образовательных услуг происходит наиболее интенсивно в течение последних трех десятилетий [7, с. 59]. Либерализация экономики в сочетании со стремительно развивающимся техническим прогрессом (прежде всего в сфере коммуникаций) способствовали созданию единого рыночного пространства,

в рамках которого перемещаются не только товары и финансовые потоки, но и услуги, в том числе относящаяся теперь к ним сфера высшего образования. По оценкам экспертов, емкость мирового рынка образования оценивается в 50–60 млрд долларов ежегодно [5, с. 101]. Основой для развития международного образовательного рынка послужили

активизация деятельности транснациональных компаний, индустриализация все большего числа азиатских стран, политика экономически развитых государств по привлечению иностранных студентов.

В то же время глобализация приводит и к трансформациям в функционировании образования как социального института [13, с. 7]. Быстрые изменения, происходящие в современном мире, во многом входят в противоречия со стремлением образования воспроизводить традиционные нормы, образцы, опыт и знания. В силу этих причин в мире наблюдается все больше национальных и международных инициатив, направленных на модернизацию образования. В «экономике знаний» образование, прежде всего высшее, становится неотъемлемой частью инновационных систем, локомотивом создания и распространения знаний. Поэтому образование, как социальный институт, нуждается во все большем внедрении инноваций, нацеленных на изменение самой образовательной системы.

Можно отметить два аспекта влияния глобализации на практику деятельности высших учебных заведений в современных условиях — формирование глобального рынка образовательных услуг и повышающаяся конкуренция, с одной стороны, и парадигмальная трансформация содержания, принципов и методов обучения, с другой стороны. Эти аспекты во многом определяют характер тех преобразований, которые необходимо осуществлять образовательным организациям для соответствия требованиям инновационного развития. Поэтому рассмотрим более подробно существующие сегодня тенденции, затрагивающие практику деятельности образовательных организаций, и определим их значение для высших учебных заведений.

В настоящий момент глобальный образовательный рынок характеризуется процессом интернационализации — систематической интеграции международной составляющей в образование, исследования и общественную деятельность высших учебных заведений. Цели следующие:

- диверсификация и рост финансовых поступлений через привлечение иностранных студентов на платное обучение;
- расширение учебных планов и обучение своих студентов в зарубежных вузах-партнерах;
- расширение региональной сети вузов для эффективного использования ресурсов;
- повышение качества образования и исследований за счет участия студентов и преподавателей в международном процессе обмена знаниями [11, с. 38–39].

Самая распространенная форма интернационализации высшего образования — это мобильность студентов, т. е. увеличение числа студентов, обучающихся за границей. За последние 40 лет темпы увеличения этих потоков превысили темпы распространения самого высшего образования. По данным ЮНЕСКО, уровень международной мобильности студентов вырос за последние 25 лет на 300%. По мнению экспертов, к 2025 году число студентов, обучающихся за рубежом, достигнет 4,9 млн [7, с. 40]. По данным Организации

экономического сотрудничества и развития (ОЭСР), спрос на образование со стороны зарубежных студентов может составить в 2025 году до 7,2 млн человек [5, с. 98]. Мобильность студентов стимулируется различными государственными и региональными программами. Так, например, наиболее известными европейскими программами являются «Эразмус» и «Сократ». Развитие мобильности на Европейском континенте также связано с созданием и внедрением в практику, в рамках стимулирования студенческой мобильности, а также реализации положений Болонской декларации, системы признания образования, полученного в различных вузах, — *European Credit Transfer System (ECTS)* [14, с. 102].

Помимо более или менее организованных схем студенческой мобильности, существует и спонтанное перемещение студентов вне программ. Как отмечает О. Сагинова в статье «Проблемы и перспективы интернационализации высшего образования», спонтанная мобильность является результатом целого ряда факторов, отражающих стратегии «проталкивания» и «вытягивания». С одной стороны, вузы, стремясь увеличить предложение своих программ, активно продвигают их на зарубежных рынках, ищут новые способы привлечения студентов из других регионов и стран, иными словами, «проталкивают» свои образовательные услуги по каналу распределения. С другой стороны, национальные различия в доступе к образованию, количественные ограничения в наборе абитуриентов на определенные специальности заставляют студентов из этих стран искать возможности получения образования за рубежом [11, с. 40].

Наличие межстрановых потоков студентов — характерная особенность современной системы образования. Традиционно лидерами по привлечению иностранных студентов в свои вузы остаются США, Великобритания, Франция, Германия, в то же время появился ряд новых с точки зрения привлечения студентов стран, в их числе Австралия, Новая Зеландия, Канада [3, с. 5]. СССР (до 1991 года) был второй страной в мире по привлечению иностранных студентов. Так, в 1989/1990 учебном году в 650 учебных заведениях, расположенных в 150 городах СССР, обучалось 117664 иностранных учащихся. Кроме того, Советский союз, в отличие от западных стран, не только обучал у себя иностранных граждан, но и активно участвовал в создании и оснащении десятков учебных заведений в целом ряде развивающихся стран. Среди иностранных выпускников советских вузов было более 20 тыс. кандидатов и свыше 120 докторов наук [4, с. 65–66].

По данным отечественных исследователей, в России численность иностранцев от общего числа студентов в последние годы составляла менее 1%, обеспечивая годовой доход порядка 100 млн долларов [2]. В то же время ежегодно из России с целью получения образования выезжают свыше 30 тыс. человек, в основном это происходит благодаря улучшению благосостояния граждан, а также из-за высокого спроса на качественное образование [10].

Интернационализация высшего образования определяется наряду с мобильностью студентов

мобильностью преподавательского состава. Традиционно мобильность преподавателей обусловлена исследованиями и научной деятельностью, выполнением грантов и других работ по заказу национальных и международных организаций. Кроме того, параллельно с программами студенческой мобильности были предприняты шаги по целенаправленному стимулированию международной мобильности преподавателей [11, с. 41]. Глобализация и интернационализация образования расширяют возможности по привлечению зарубежных специалистов, в то же время возникает опасность увеличения уровня научной эмиграции, ужесточения конкуренции за привлечение высококлассных преподавателей.

Еще одним фактором интернационализации образования является мобильность учебных программ. Как отмечает канадский исследователь Дж. Найт, рост спроса на высшее образование в мире стимулировал развитие сложной системы так называемого зарубежного высшего образования (*cross-border higher education*), а мобильность образовательных программ стала стержнем этой системы [7, с. 59–60]. По мнению Найта, в настоящий момент существует несколько форм международной мобильности учебных программ:

- франшиза, на основе которой провайдер из страны А дает разрешение провайдеру из страны Б осуществлять поставку своих учебных курсов/программ/услуг, но при этом присвоение квалификации и степеней осуществляет провайдер из страны А;

- сотрудничество провайдера из страны происхождения программы с провайдером из страны приема программы в создании образовательной системы (института), позволяющей студентам получать образование и зачетные кредиты как в одной, так и в другой стране, при этом дипломы выдает только провайдер страны происхождения программы;

- соглашение о двойном/совместном дипломе, в рамках которого учебные заведения, заключившие соглашение, обучают по программам, обеспечивающим получение либо совместного диплома, либо диплома одного из провайдеров [7, с. 60].

Наравне с мобильностью учебных программ, международный образовательный рынок характеризуется другой тенденцией — мобильностью провайдеров образовательных услуг. Стимулируя спрос на свои учебные программы, вузы все больше стремятся увеличить предложение образовательных услуг на перспективных рынках, организуя зарубежные отделения или филиалы, полностью или частично подчиняя их основному учебному заведению [11, с. 42]. Эта тенденция определяется сдвигом в процессе интернационализации от спроса к предложению, от поставщиков к потребителям. Международная мобильность провайдеров образовательных услуг осуществляется в различных формах:

- созданием филиалов и отделений вузов страны А в стране Б, при этом дипломы выдаются провайдером из страны А;

- созданием провайдером из страны А независимого вуза, готовящего специалистов по своим программам и выдающего собственные дипломы;

- приобретением или поглощением провайдером из страны А вуза в стране Б и организацией на его основе собственного учебного заведения [7, с. 61].

Развитие международного рынка образовательных услуг и интернационализация образования способствовали трансформации институциональной структуры образовательных систем разных стран. В дополнение к традиционным высшим учебным заведениям, в основном государственным, появляются новые провайдеры образовательных услуг — частные образовательные учреждения; медиа-компании, ориентированные на распространение знаний; транснациональные компании, предоставляющие образовательные услуги нового типа; корпоративные центры или университеты международных корпораций.

Корпоративные учебные центры или более крупные корпоративные университеты в настоящий момент составляют серьезную конкуренцию традиционным образовательным учреждениям, занимающимся подготовкой по программам высшего и дополнительного профессионального образования, а также практическими исследованиями и разработками. К началу нынешнего века насчитывалось примерно 1600 корпоративных университетов, а в 1990-х их было всего 400 [12, с. 19]. Доступность, универсальность и удобство корпоративных учебных центров уже сейчас во многом удовлетворяют имеющиеся потребности компаний в обучении и развитии своих сотрудников. С. Мэлоун в своей книге «Корпоративный учебный центр: создание и управление» выделил характерные особенности концепции корпоративных учебных центров, создаваемых в транснациональных и крупных региональных компаниях, в частности: открытость, дистанционность, гибкость. Эти характеристики обеспечивают преимущества учебных центров перед традиционными вузами:

- открытость — подразумевает отказ от предвзятости отбора по таким критериям, как возраст, социальный статус или официальные экзамены, предоставляя доступ к знаниям для всех сотрудников организации;

- дистанционность — позволяет дистанционировать тех, кто готовит материал, от его потребителей, сокращая издержки и меняя форму изложения знаний;

- гибкость — дает возможность обучающимся изучать материал в том режиме и таким способом, который максимально удобен для его усвоения [6, с. 20–27].

Международный спрос на образование стимулировал развитие целой сети вспомогательных организаций, предлагающих свою помощь, как потенциальным студентам, так и вузам, стремящимся максимизировать свои доходы от этой сферы деятельности. В силу сложности внешней маркетинговой среды вузов, к факторам которой можно отнести демографические, социально-культурные, политико-правовые, экономические и другие [8, с. 56], и ее дифференциации в различных странах и даже регионах, вузы не в состоянии самостоятельно работать на внешних рынках. Поэтому часть классических вузовских функций по привлечению студентов

берут на себя организации-посредники. К таким организациям можно отнести различные рекрутинговые компании, фирмы, занимающиеся консультированием будущих студентов, организации, проводящие собеседование и тестирование, органы, занимающиеся проверкой соответствия дипломов и аттестатов [5, с. 102].

Значительное влияние на формирование и развитие современного образовательного рынка оказывает так называемая информационная революция, т. е. внедрение в практику различных информационных технологий. М. Портер, анализируя воздействие этих технологий на конкуренцию, выделил три аспекта такого влияния:

- изменение структуры отрасли;
- появление новых возможностей в производительности;
- создание новых моделей бизнеса [9, с. 108].

Эти тенденции нашли отражение и на международном рынке образовательных услуг. Информационные технологии привели к возникновению новых форм передачи знаний, изменению процесса обучения. Прежде всего это выразилось в появлении дистанционных форм обучения, реализующих принцип открытости. Дистанционное образование устраняет многие барьеры, присущие традиционной системе: ограничения по времени, режиму, расстоянию и стоимости [15, с. 17], что позволяет создавать новые виды обучения, изменять структуру подготовки, вовлекает на рынок образования новых участников. Так, например, крупнейшим в США является Университет Феникса, оказывающий услуги дистанционного образования и принадлежащий частной инвестиционной группе *Appollo Group*. Первым государственным образовательным учреждением, полностью осуществляющим подготовку по программам дистанционного обучения, стал Британский открытый университет, численность студентов которого составляет 154 тыс.

Мобильность студентов, преподавателей, учебных программ и провайдеров образовательных услуг, обеспечивающих стремительную интернационализацию образования, наряду с внедрением в практику обучения новых образовательных технологий, усиливает конкуренцию на рынке образования. Конкурентное давление на национальные образовательные системы ощущают как традиционные лидеры образования, так и новые индустриальные страны. Сегодня рынок образования входит в новую стадию развития, когда страны-лидеры начинают сталкиваться с конкуренцией не только со стороны стран, университеты которых всегда высоко котировались в мире, но и со стороны азиатских государств, превращающихся в региональные образовательные центры [5, с. 103]. Одним из примеров целенаправленной работы по повышению конкурентоспособности региональной образовательной системы является создание «зоны европейского высшего образования», основой которому служит заявление, подписанное в 1999 году 29 министрами образования и получившее название «Болонской декларации». По мнению ряда экспертов, ключевым мотивом «Болонской декларации» является «желание руководителей высшего образования ведущих

стран ЕС получить систему, способную конкурировать с системой высшего образования США в привлечении зарубежных студентов на платное образование (для своих граждан образование остается бесплатным или оплачивается получением многолетнего беспроцентного кредита)» [1]. Серьезные усилия по повышению конкурентоспособности национальных образовательных систем предпринимают правительства большинства развитых и развивающихся стран, в том числе и России.

Определенные выше тенденции развития глобального рынка образовательных услуг способствуют увеличению уровня и масштаба конкуренции, а также изменению самой сущности образования как социального института. В силу объективных причин российские вузы начинают соперничать за абитуриентов не только с другими отечественными, но и с зарубежными вузами или их посредниками, предлагающими на российском рынке свои образовательные программы. Также российским образовательным учреждениям необходимо выходить на международный рынок образования, преодолевая конкурентное сопротивление других его игроков. Помимо этого российские высшие учебные заведения сталкиваются с задачей переосмысления принципов и подходов к организации процесса обучения, исследовательской и административной деятельности, поиску новой образовательной парадигмы. Все это определяет новый вектор развития высших учебных заведений, который предполагает постоянный учет внешних изменений и ориентацию на опережающее формирование своей конкурентоспособности через генерирование новых идей и инноваций на их основе.

Как отмечают специалисты, инновационность становится неотъемлемым элементом существования организаций в современных условиях, будь то корпорации, частные фирмы или государственные учреждения [13, с. 13]. Постоянное внедрение инноваций является наиболее эффективной формой реагирования на быстро изменяющиеся условия, поскольку предполагает поиск способов, методов и принципов решения возникающих проблемных ситуаций. Высшим учебным заведениям инновационное развитие позволит во многом преодолеть существующие вызовы трансформации образовательных систем.

Однако важность инноваций как основы конкурентоспособности в сегодняшних условиях определяется еще и тем, что принципы инновационного развития теперь применимы не только в отраслях, связанных с высокими технологиями, но и в классических, таких, как высшая школа.

Важность инноваций как ведущего фактора развития отечественной высшей школы в современных условиях должна учитываться и при осуществлении деятельности вузами. Для эффективного управления вузами требуется инструментарий, позволяющий достигать поставленных целей в условиях повышения конкурентного давления и поиска новых моделей организации образовательного процесса.

Таким образом, актуальными становятся разработка методов управления высшими учебными заведениями, ориентированных на создание и внедрение инноваций на систематической основе.

1. Беляев В. Жабрев Г. Болонский процесс — попытка конкуренции // Высшее образование в России. 2006. № 4. С. 33–41.
2. Высшее образование в России. Аналитический доклад. Коллектив авторов под руководством проф. В. Л. Глазычева. 2004 [Электронный ресурс] // Сайт В. Л. Глазычева. Режим доступа. http://www.glazychev.ru/projects/obrdocl/2004_obrdocl.htm. Дата обращения: 09.01. 2013.
3. Карасева Л. А., Охрименко А. А. Общее и особенное в развитии рынка услуг высшего образования в России // Экономика образования. 2006. № 5. С. 4–15.
4. Конкурентный потенциал вуза в условиях рынка образовательных услуг: теория и практика отечественного опыта. Материалы научно-практической конференции (24–26 мая 2002 г.) Армавир: АФЭФ, 2002.
5. Международная мобильность студентов и глобальный рынок университетского образования: (обзор) / [обзор подгот. И. Г. Животовской] // Экономика образования. 2005. № 4. С. 97–113.
6. Мэлоун С. А. Корпоративный учебный центр: создание и управление / пер. с англ. Т. О. Ежов; науч. ред. А. В. Сококумов. Минск: Гревцов Паблшер, 2008.
7. Найт Дж. Последствия международной торговли образовательными услугами // Экономика образования. 2006. № 5 (36). С. 59–62.
8. Платонова Ю. Ю. Характеристики маркетинговой среды организации, предоставляющей социальные услуги // Ученые записки Санкт-Петербургского государственного института психологии и социальной работы. 2013. № 2 (20). С. 55–60.
9. Портер М. Конкуренция / пер. с англ. М.: ИД «Вильямс», 2006. 608 с.
10. Рынок зарубежных образовательных услуг: динамика развития и перспективы [Электронный ресурс] // Информационный портал «Росбизнесконсалтинг». Режим доступа <http://www.rbc.ru/reviews/education/111005/1.shtml>. Дата обращения: 25.08.2013.
11. Сагинова О. В. Проблемы и перспективы интернационализации высшего образования // Экономика образования. 2005. № 1. С. 38–48.
12. Силкина Н. В., Силкин Р. С. Тенденции развития и проблемы реформирования высшего образования // Экономика образования. 2006. № 2. С. 18–24.
13. Сорокина Н. Д. Управление новациями в вузах (социологический анализ): научная монография / Н. Д. Сорокина. М.: «Конон+» РООИ «Реабилитации», 2009. 255 с.
14. Старостина Т. В. Вузы на рынке образовательных услуг [Электронный ресурс] // Режим доступа <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2003-04/Starostina.pdf>. Дата обращения: 12.11.2013 .
15. Управление в высшей школе: опыт, тенденции, перспективы. Аналитический доклад / Руководитель авторского коллектива В. М. Филиппов. М.: Логос, 2005. 540 с.

References

1. Belyayev V. Bolonskiy protsess — popytka konkurentsii [The Bologna process — an attempt of competition]. Belyayev V., Zhabrev V. (eds.). Vysshye obrazovaniye v Rossii — Higher Education in Russia, 2006, no. 4, pp. 33–41 (in Russian).
2. Vysshye obrazovaniye v Rossii. Analiticheskiy doklad. Kollektiv avtorov pod rukovodstvom prof. Glazycheva V. L. [Higher education in Russia. Analytical report. Composite authors under the supervision of prof. Gazychev V. L.] (in Russian). Available at: http://www.glazychev.ru/projects/obrdocl/2004_obrdocl.htm (accessed 09.01. 2013).
3. Karaseva L. A., Okhrimenko A. A. Obscheye i osobennoye v razvitiy rynka uslug vysshego obrazovaniya v Rossii [General and specific in market development of higher education in Russia]. Ekonomika obrazovaniya — Economics of Education, 2006, no. 5. pp. 4–15 (in Russian).
4. Materiayly nauchno-prakticheskoy konferentsii «Konkurentnyy potentsial vuza v usloviyakh rynka obrazovatelnykh uslug: teoriya i praktika otechestvennogo opyta» [Proc. of the Scientific and Practical Conference «Competitive Potential of Higher Education Institution in Terms of the Market of Educational Services: Theory and Practice of Domestic Experience»]. Armavir: Armavir Financial and Economic Institute Publ., 2002. 423 p. (In Russian). .
5. Zhivotovskiy I. G. (ed.). Mezhdunarodnaya mobilnost studentov i globalnyy rynek universitetskogo obrazovaniya (obzor) [International students mobility and global market of university education (survey)]. Ekonomika obrazovaniya — Economics of Education, 2005, no. 4. pp. 97–113 (in Russian). .
6. Malone S. A. How to set up and manage a corporate learning center. London: Gower Publ., 2003. 160 p. (Rus. ed.: Yezhov T. O., Sorokoumov A. V. (eds.). Korporativnyy uchebnyy tsentr: sozdaniye i upravleniye. Minsk: Grevtsov Publisher Publ., 2008. 208 p.) .
7. Knight J. Trade in higher education services: the implications of GATS (report). Available at: http://www.unesco.org/education/studyingabroad/highlights/global_forum/gats_he/jk_trade_he_gats_implications.pdf (accessed 20.02.2013).
8. Platonova Yu. Yu. Kharakteristika marketingovoy sredy organizatsii, predostavlyayushchey sotsialnye uslugi [Characteristics of marketing environment in social service organizations]. Uchenye zapiski Sankt-Petersburgskogo gosudarstvennogo instituta psikhologii i sotsialnoy raboty — The Scientific Notes Journal of St. Petersburg State Institute of Psychology and Social Work, 2013, no. 2 (20). pp. 55–60 (in Russian).

9. Porter M. E. On competition. Boston: Harvard Business School Publ., 1998. 576 p. (Rus. ed.: Konkurentsiya. Moscow: Vilyams Publ., 2006. 608 p.).
10. Rynok zarubezhnykh obrazovatelnykh uslug: dinamika razvitiya i perspektivy [Foreign market of education: dynamics of development and prospects] (in Russian). Available at: <http://www.rbc.ru/reviews/education/111005/1.shtml> (accessed 25.08.2013).
11. Saginova O. V. Problemy i perspektivy internatsionalizatsii vysshego obrazovaniya [Problems and prospects of internationalization of higher education]. *Ekonomika obrazovaniya — Economics of Education*, 2005, no. 1. pp. 38–48 (in Russian).
12. Silkina N. V., Silkin R. S. Tendentsii razvitiya i problemy reformirovaniya vysshego obrazovaniya [Trends in development and problems of reformation of higher education]. *Ekonomika obrazovaniya — Economics of Education*, 2006, no. 2. pp. 18–24 (in Russian).
13. Sorokina N. D. Upravleniye novatsiyami v vuzakh (sotsiologicheskii analiz) [Managing novations in Higher Education Institutions (sociological analysis)]. Moscow: Konon+ Publ., Reabilitatsiya Publ., 2009. 255 p. (In Russian).
14. Starostina T. V. Vuzy na rynke obrazovatelnykh uslug [Higher Education Institutions on the market of education] (in Russian). Available at: <http://www.isras.ru/files/File/Socis/2003–04/Starostina.pdf> (accessed 12.11.2013).
15. Upravleniye v vyshey shkole: opyt, tendentsii, perspektivy. Analiticheskiy doklad. Kollektiv avtorov pod rukovodstvom Filippova V. M. [Higher school management: experience, trends, prospects. Analytical report. Composite authors under the supervision of Filippov V. M.]. Moscow: Logos Publ., 2005. 540 p. (In Russian).