

Коновалова Татьяна Леонидовна

соискатель, старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский
государственный университет им. Н.Г. Чернышевского»

г. Саратов, Саратовская область

ВЫСШЕЕ ОБРАЗОВАНИЕ В РОССИИ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ

***Аннотация:** в статье рассмотрены некоторые аспекты государственной политики в сфере высшего образования в России. Проводится сравнение российского и зарубежного опыта развития высшего образования. Выделены проблемы конкурентоспособности российских вузов и брендинга как одного из факторов ее формирования. Рассматриваются проблемы и последствия реформирования системы высшего образования и вузовской науки.*

***Ключевые слова:** высшее образование, вузовская наука, брендинг, эндаумент.*

Переход к информационной экономике, развитие научного потенциала общества сегодня оказывает влияние на сферу образования, заставляя совершенствовать деятельность образовательных учреждений, реформировать сложившиеся в этой сфере отношения, отказываться от многих стереотипов. Зарубежный опыт организации национальных систем образования свидетельствует о том, что наука рассматривается как важный фактор обеспечения национальной безопасности и жизнеспособности государств. Поэтому участие государства в решении проблем образования способствует росту научного потенциала вузов, повышению их конкурентоспособности.

В России предложение образовательных услуг высшего образования на 58% сформировано государственными и муниципальными учреждениями – университетами и институтами, академическими структурами. В 2019 году в России было 719 вузов, представлявших 131 город.

Если в 2018 году на бюджетное отделение в вузы смогли поступить 57% выпускников школ, то в 2019 г. было выделено 346 198 бюджетных мест и 812 128 платных. На 2020/2021 учебный год Министерство науки и высшего образования выделило российским вузам уже 525 663 бюджетных места [1]. Это значит, что произошло увеличение бюджетных мест по сравнению с предыдущим годом более чем на 50%.

Такое увеличение численности бюджетных мест в вузах говорит о том, что воспринимать высшее образование исключительно как услугу было бы неверно. В ряде современных исследований проводится обоснованный подход, определяющий, что образование – это общественное благо [2, с. 26]. Эту точку зрения подтверждает и рост доступности бесплатного российского образования, которая обеспечивается на достаточно высоком уровне. В приоритетных направлениях подготовки – педагогика, здравоохранение, филология, культура и искусство, ракетно-космическая сфера, информационные технологии. Однако существуют и определенные проблемы в обеспечении государством высшего образования.

Развитие рыночных отношений, усиление конкуренции в учреждениях высшего образования закономерно ставят перед вузами вопросы обеспечения собственной конкурентоспособности, которые должны решаться на основе таких принципов, как изучение запросов и предпочтений потенциальных потребителей продукции вузовской деятельности; организация мониторинга рынка услуг высшего образования; разработка механизма обеспечения конкурентоспособности; построение логически верного управленческого процесса, ориентированного на повышение конкурентоспособности вуза как основной стратегической цели его развития.

Современный рынок высшего образования – это интеллектуально обусловленная система, где спрос на продукт удовлетворяется высшими учебными заведениями. Появление платных форм обучения предполагает формирование рыночных отношений и определение цены подобного рода услуг. Рынок высшего

образования возникает вместе с реформированием иных сфер хозяйственной жизни общества с целью превращения образования как общественного блага в коммерческий продукт или частное благо, отвечающее всем его характеристикам. Но социально значимая роль рассматриваемого продукта не позволяет квалифицировать образование как чистый продукт рынка [2, с. 26].

Для будущих абитуриентов, их родителей важными критериями выбора вуза как производителя блага является его престижность в обществе, а также престиж специальности, востребованность ее на рынке труда. Растет спрос на специальности, которые дают гарантии будущего трудоустройства и высокого дохода по окончании вуза. Но далеко не всегда качество обучения, уровень полученных знаний являются определяющим фактором. Важную роль, как показывает практика, играет стоимость обучения.

Стоимость получения высшего образования постоянно растет вследствие макроэкономических факторов, и прежде всего инфляции. Совершенствование качественных характеристик образовательного процесса также приводит к неизбежному повышению затрат. Но стоимость получения высшего образования может увеличиваться и в связи с его делением на бакалавриат и магистратуру. Например, в результате того, что количество бюджетных мест в магистратуре значительно ниже, чем в бакалавриате. Это вынуждает студентов-бюджетников, отучившихся в бакалавриате, продолжать обучение в магистратуре на коммерческом отделении, что зачастую является непосильным бременем для семьи.

Недавно вице-спикер Госдумы Ирина Яровая выступила с заявлением, что считает неправильным деление высшего образования на бакалавриат и магистратуру, поскольку бакалавров не берут на работу по целому ряду специальностей. «Получается, это недообразование», – отмечала она. С ней солидарна и спикер Совета Федерации Валентина Матвиенко, которая считает, что присоединение России к Болонскому процессу не оправдало ожиданий россиян, а разделение образования на бакалавриат и магистратуру привело к потере ряда достоинств предыдущей системы образования [1].

Мировой рынок образовательных услуг сформировался под влиянием наиболее развитых национальных систем мира, одной из которых выступает российская система высшего образования, являющаяся источником формирования национальной интеллектуальной элиты, научных, образовательных, технических кадров, составляющих сегодня основную движущую силу цивилизационного роста российской экономики и общества в целом. И нам важно не утратить существенные преимущества в образовательной сфере, стремясь приспособиться под существующие в мире системы. Но важной задачей является изучение позитивного мирового опыта и использование его для совершенствования национального образовательного процесса.

В обеспечении успешной деятельности зарубежных вузов важную роль играют маркетинг и брендинг. Каждый вуз формирует и поддерживает свой позитивный образ и бренд – визитную карточку вуза, стремится быть привлекательным для своих целевых аудиторий, в качестве которых выступают абитуриенты, студенты, работодатели, инвесторы, органы власти.

Применительно к вузу брендинг можно определить как управленческий процесс, направленный на формирование и развитие особых материальных и нематериальных характеристик, которые позволяют выделить его в ряду конкурентов.

Примером формирования бренда могут служить университеты США – страны, обладающей мощной образовательной структурой и значительным положительным опытом в развитии образовательных услуг. Так, в США в 2012 г. насчитывалось 4,3 тыс. учреждений высшего образования. Валовые затраты на образование в стране достигают 1 трлн долл. в год, заметно превосходя даже военные расходы [6, с. 66] и стабильно занимая первой место в мировых рейтингах. США также лидируют по численности научных работников и по количеству исследователей, приходящихся на 1000 человек, занятых в экономике. В 2013 г. расходы США на НИОКР достигли 423 млрд долл. На долю

американских ученых приходится 30% от общего числа научных публикаций в мире [6, с. 67].

Формирование различных формальных и неформальных сообществ – альянсов, групп, лиг и ассоциаций в университетской сфере стимулирует брендинговую деятельность американских вузов. В этом плане особенно обращают на себя внимание университеты Лиги плюща – восемь старейших американских университетов. Все они имеют свои девиз, фирменный цвет, стиль и легенду, выделяют характерные мотивы вербальной связи с брендом (например, каким-либо животным), проводят ассоциативный ряд с определенным цветом или стилем, создавая отличительные особенности вуза. Можно, например, столкнуться с тем, что выпускники университета постоянно носят перстень с печаткой, на которой изображен логотип *alma mater*.

Говоря о зарубежном опыте, можно выделить, например, проводимое в университетах США анонимное тестирование студентов, где они могут высказать свое мнение о работе преподавателя и преподаваемом им курсе. Результаты такого тестирования не подлежат широкому афишированию, обсуждаются на закрытых заседаниях кафедры и служат основанием для совершенствования содержания преподаваемых курсов, методики преподавания, преподавательского рейтинга [4, с. 36].

Финансовая обеспеченность любого американского исследовательского университета из top-10 на порядок выше, чем российских академических организаций вместе взятых, благодаря использованию системы эндаумента – особой формы финансирования образовательных и научных учреждений. Успешно применяемый в США и ряде развитых стран, эндаумент представляет собой целевые фонды, предназначенные для обеспечения профессиональной деятельности университетов и колледжей. Эта целевая поддержка бизнесом образовательных и научных учреждений на деле представляет собой вид партнерства науки, образования и капитала. Эндаумент – это вид дарения, спонсорские средства,

предоставляемые на определенных условиях, которыми образовательные и научные организации могут самостоятельно управлять.

Опыт США по созданию и функционированию эндаумент-фондов (фондов целевого капитала) показывает эффективность такой формы финансирования образования и науки. В США юридически оформлено 863 эндаумент-фонда, совокупный объем которых составляет свыше 300 млрд долл. Самый крупный эндаумент-фонд в Гарвардском университете – более 30 млрд долл. [7, с. 27]. Эндаументы служат ресурсной основой концепции «академического капитализма», сочетающего принципы благотворительности и доходности, поскольку создают возможность предпринимателям не только оказывать спонсорскую поддержку, но и получать доходы от лицензирования прав на принадлежащую университетам интеллектуальную собственность и венчурного бизнеса.

В современной инновационной экономике возрастает роль человека, его знаний и способностей, а это определяет востребованность целевого капитала в образовательных учреждениях, формируя их конкурентные преимущества на рынке образовательных услуг в национальном и мировом масштабе. В условиях острой конкуренции между вузами университеты стремятся развивать научные исследования, обеспечивающие коммерческий успех за счет трансфера новых знаний и технологий. Высокое качество образования, основанного на научных исследованиях (research-based education), является сейчас ключевым фактором повышения конкурентоспособности ведущих университетов мира [7, с. 28].

Что касается Российской Федерации, у нас основой обеспечения государственных гарантий граждан является финансирование государством системы образования. Государственная власть гарантирует доступность высшего образования, но в последние годы его получение на бюджетной основе стало проблемным. Число бюджетных учреждений сокращается, часть вузов переходят на платное обучение, другая же часть – на смешанное. Назрела необходимость увеличения финансирования бюджетных учреждений. Привлечение в эту сферу частного капитала, создание заинтересованности в инвестициях в науку и

образование для предпринимательских кругов, для крупных российских компаний могло бы существенно изменить ситуацию.

Еще одна проблема – обеспечение вузов специалистами высокой квалификации. Здесь установлены очень высокие требования, которые ориентированы на опыт зарубежных стран. Но возможности России еще отстают от общемировых, в том числе и в плане расходов на науку и образование. Завышенные требования к научно-педагогическим кадрам не приведут к большей эффективности их деятельности, если не провести анализ ситуации в целом, выделив не формальные (количество публикаций за год, участие в конференциях и т. п.), а реальные качественные результаты их деятельности. Предполагаемое сокращение, а возможно – и закрытие заочного обучения в вузах, переход на дистанционное образование – серьезные вопросы, которые приведут к реорганизации высшей школы. Негативным следствием может стать резкое сокращение кадров преподавателей, формализация преподавательской деятельности.

Что касается вузовской науки, то здесь возникает проблема «безбилетника», который хотел бы бесплатно или при наименьших затратах пользоваться таким общественным благом, как научные знания. Предполагается, что исследования и разработки будут проводиться в странах, где расходы в расчете на одного исследователя являются более значительными, а другие, в том числе и Россия, смогут затем их использовать. Цифры говорят о том, что в России затраты на исследования и разработки в расчете на одного исследователя почти в 4 раза ниже, чем в США, в 3 раза ниже, чем в Германии, в 2,5 раза ниже, чем в Японии и Китае, в 2 раза ниже, чем в Мексике [5, с. 69].

Но хронический «безбилетник» в отношении науки постепенно становится «двоечником»: чтобы уметь пользоваться глобальной информацией о новых технологиях и оптимально использовать в национальной экономике передовые достижения зарубежной науки, в том числе фундаментальной, тоже требуются существенные затраты на исследования и разработки. Об этом говорит опыт Японии, Южной Кореи, Финляндии и других стран [5, с. 24]. Страна же, которая

сокращает затраты на науку, ограничивает ее возможности, постепенно придет к тому, что вообще не сможет понимать сути происходящих научных достижений.

Приоритетным сегодня является позиционирование вузовской науки не как источника гениальных научных результатов, а скорее как кузницы востребованных корпоративной и академической наукой исследователей, вырастающих именно на университетских научных проектах и максимально подготовленных для работы на более высоком уровне и решения комплексных задач.

Список литературы

1. Абитуриенту-2019: Поступи онлайн (сайт для абитуриентов и поступающих в вузы) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://postupi.online/>
2. Гневашева В.А. Социально-экономическая значимость образования как общественного блага // Экономика образования. – 2009. – №4–2. – С. 26–32.
3. Коновалова Т.Л. Государственная политика поддержки вузов в России // Экономическая наука в Саратовском университете: прошлое и современность: материалы Международной конференции в рамках Международного научного симпозиума «Столетие гуманитарного образования в Саратовском государственном университете: диалог времен – прошедшего, настоящего и будущего», посвященного 100-летию гуманитарного образования в СГУ (25 октября 2017 г.). – Саратов, 2017. – С. 33–37.
4. Коновалова Т.Л. Образование как общественное благо // Социологическая диагностика современного общества: материалы научно-практической конференции «Дыльновские чтения». – Саратов: Саратовский источник, 2016. – С. 505–509.
5. Миндели Л.Э. Зарубежный опыт финансирования науки и возможности его использования в России / Л.Э. Миндели, С.И. Черных. – М.: ИПРАН РАН, 2017. – 72 с.

6. Неретина Е.А. Брендинговая деятельность зарубежных вузов / Е.А. Неретина, Ю.В. Корокошко, И.В. Гвоздецкая // Маркетинг в России и за рубежом. – 2015. – №6. – С. 65–77.

7. Савченко П.В. Эндаумент как институт социальных инвестиций / П.В. Савченко, М.Н. Федорова, А.А. Шлихтер // Вестник Института экономики РАН. – 2015. – №2. – С. 57–58.