

# Доклад

## «Международный опыт создания крупных университетских центров»

Княгинин В. Н., директор Центра стратегических разработок «Северо-Запад»

Научно-практическая конференция «Мегауниверситеты: цели, задачи и методы создания»

Екатеринбург, 29-30 июня 2006 года



## Новые тренды в мировой системе профобразования

<p><b>Завершение массовизации ВПО на основе экстенсивного роста</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• в США и Западной Европе массовизация прошла в 70-80-е годы</li> <li>• в Восточной Европе и России – 90-е</li> <li>• Азиатские страны переживают массовизацию ВПО сейчас (Индия – 11 млн. выпускников, в Китае рост набора на 1-й курс за 7 лет в 5 раз – с 1 до 5 млн. человек)</li> </ul>
<p><b>Глобализация ВПО</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• межгосударственное согласование образовательных и квалификационных стандартов (например: European Qualification Framework)</li> <li>• число зарубежных студентов в 2004 году увеличилось на 41% по сравнению с 1999 годом – с 1,75 млн. до 2,5 млн. В 2004 году за границей учились 34,5 тыс. российских студентов.</li> </ul>
<p><b>Расширение экономики знаний</b></p>	<p>Рост новых функций у университетов:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• производство «полезного» знания (useful knowledge)</li> <li>• трансфер знаний, организация бизнес-коммуникаций</li> </ul>
<p><b>Новые информационные технологии</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• В США в 2004 году 15% студентов - 2-летнее дневное обучение, 36% - 4-летнее, 25% - 2-летний дистант, 10% - 4-летний дистант</li> <li>• соотношение преподаватель-студент растет от «1:10» к «1:15»</li> </ul>



# Новые тренды на рынке ВПО в мире приводят к росту конкуренции в мире за студентов и ведут к изменению функций и организации университетов

- 1. Переход к стратегиям конкуренции за студентов на глобальном рынке** (в 2006 году в Британии принята национальная программа поощрения зарубежных студентов, Индия формирует сектор образовательного аутсорсинга за счет Интернет-технологий и проч.; университеты ставят цели глобального лидерства).
- 2. Рост значимости экономической эффективности вузовской системы** (соревнование по издержкам, бюджетирование, образовательный маркетинг, создание «центров превосходства», работа с академическими ценностями).
- 3. Рыночное позиционирование (сегментации и дифференциации рынка)**
  - **«Образовательные гипермаркеты»** - массовая подготовка специалистов в доминирующих на рынках стандартными технологиями
  - **Современные исследовательские университеты «Business to Business»** - инновационно-технологические разработки, производство глобально значимого знания и его трансфер в практику
  - **Элитные университеты** – подготовка глобальных лидеров



# Решить задачи глобального масштаба, эффективности и рыночного позиционирования могут только динамичные вузы

«Образовательные гипермаркеты»	Университеты «Business to Business»	Элитные университеты
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Язык обучения.</li> <li>2. Соответствие международным стандартам.</li> <li>3. Трансфер стандартных технологий.</li> <li>4. <b>Экономическая эффективность массового ВПО</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Глобально значимые исследования и разработки.</li> <li>2. Сеть партнерств с бизнесом.</li> <li>3. Технологическая фокусировка</li> <li>4. <b>Экономическая эффективность НИР</b></li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Мировой центр превосходства (в т. ч. место в глобальных рейтингах).</li> <li>2. Связь с мировыми элитами (социальный статус выпускников)</li> <li>3. <b>Большой бюджет</b></li> </ol>

**МАСШТАБ УНИВЕРСИТЕТА –  
общее условие его успешности**



## Примеры университетов – мировых лидеров

Университет	Страна	ППС	Студенты	% иностран. студентов	Общий бюджет (млн. дол.)	Бюджет НИОКР (млн. дол.)
Гарвард	США	2 433	20 000	17	2 800	589
Стенфорд	США	1754	15 000	20	2 300	975
MIT	США	1 620	10 000	8 (аспиранты - 33)	1 600 – 2 100	567,4
Оксфорд	Британия	1 100	18 000	10	1 000	334,7
Кембридж	Британия		15 000		1 250	350
Токио	Япония	3 000	28 000	10		400
Киото	Япония	2 931	23 000	8		450
Торонто	Канада	3 000	50 000	11		634
Хельсинки	Финляндия	4 300	38 000	4	509 (млн. евро)	189 (млн. евро)



# Формирование новых производственных центров в мире и рост глобальной экономики требуют стратегического маневра в вузовской системе

1. Для **университетов развитых стран** ключевой проблемой становится эффективность образовательной и инновационно-технологической деятельности. Им угрожает **«синдром GM»** - неконкурентоспособность вследствие больших расходов и гипертрофированной коммерциализации.
2. Для **университетов стран – «развивающихся рынков»** - ключевой проблемой становится **достижение эффекта масштаба**, концентрации на прорывных направлениях трансфера знаний в технологии, достижение мирового лидерства.



# Страны – «развивающиеся рынки» - предприняли усилия по наращивания масштаба университетов

Часть стран уже создали крупные университетские комплексы, связанные с производством – образовательная зона в Дубаи (Dubai Knowledge Village), Корейский университет передовых технологий и проч.

Часть стран приняли решение о создании новых крупных университетов – вузов мирового уровня:

- Индия – создание 50 национальных университетов мирового уровня
- Казахстан – создание национального университета в Астане
- Китай – переход от роста набора к «продуманному развитию», от «железной чаши с рисом» для персонала к качественному улучшению его положения и статуса.



# Создание крупного университета – вуза мирового уровня (пример Казахстана)

- **50% дисциплин на английском языке**
- **Студенты, аспиранты и докторанты до 1/3 учебных программ могут получить за рубежом (из российских вузов выбраны МВТУ им. Баумана и МАИ)**
- **Подписаны соглашения о создании в Астане колледжей MIT, Кембриджа и Токийского университета**
- **Самый современный кампус – завершение центральной градостроительной оси Астаны**
- **Коренная модернизация учебного процесса**



# Российские вузы пока вне мейнстрима глобального рынка образовательных услуг

Подготовка кадров			Элитные школы бизнеса и университеты
Исследования и трансфер знаний в технологии	Российские университеты	Российские университеты	Университеты «Business to Business»
Массовое профобразование	Российские университеты	Российские университеты	Университеты - «образовательные гипермаркеты»
	Локальный рынок	Страновой рынок	Глобальный рынок



# Российские вузы пока вне мейнстрима глобального рынка образовательных услуг

**1. Устаревший учебный процесс и структура вузов, ориентированная в большей степени на передачу знаний в рамках отдельной дисциплины, а не формирования системы компетенций выпускника.**

- Маленькие кафедры, не отвечающие за выпуск специалиста
- Учебные программы как жестко заданный федеральному стандарту набор знаний, соответствующий отрасли науки
- Методики преподавания, ориентированные на передачу знания, а не получение опыта
- Превалирование классических методов преподавания (аудиторные занятия)
- Специальность – стандартизированный набор фактов и знаний



# Российские вузы пока вне мейнстрима глобального рынка образовательных услуг

## 2. Не отвечающая рыночному позиционированию вузов в глобальной системе ВПО система академического управления

- Не отвечающая международным стандартам структура подготовки
- Организация исследований, как правило, воспроизводит организацию учебного процесса
- Ограничения возможных инвесторов в полномочиях по управлению вузом и его фондами
- Консервативный постоянный преподавательский состав.
- Отсутствие современных сервисов
- Отсутствие публично представленной и действенной системы ценностей



# Российские вузы пока вне мейнстрима глобального рынка образовательных услуг

## 3. Российские вузы не решают задач обеспечения глобального технологического лидерства национальной экономики и ее отраслей

- Не выполняют функции коммуникационной площадки для формирования кластерных связей.
- Не выполняют функцию трансфера знаний в технологии (в структуре внутренних затрат на исследования и разработки по секторам науки высшее образование в 2004 году составляло всего 5,5% всех объемов НИОКР)
- Слабая интеграция в мировой рынок технологий



# Задачи, которые необходимо решить при выходе российского вуза на мировой уровень

- Четкое рыночное позиционирование (масштаб рынка, сегмент рынка, положение по отношению к мировым центрам)
- Коррекция ценностной базы построения и деятельности университета
- Перестройка работы с преподавательским корпусом
- Качество учебных планов и программ, соответствие международным стандартам
- Освоение функции трансфера знаний в технологии и площадки социальной и бизнес-коммуникации
- Трансформация системы управления (переход к рыночной структуре организации управления и формирование устойчивой финансовой базы вуза)



# Направления модернизации университетов

	Основные параметры	Факторы конкурентоспособности
НИОКР	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Прикладные, специализированные, междисциплинарные исследования</li> <li>2. Расширение финансирования со стороны бизнеса</li> <li>3. Привлечение исследователей</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Кадровые ресурсы</li> <li><input type="checkbox"/> Материально – техническая база</li> <li><input type="checkbox"/> Уровень оплаты</li> <li><input type="checkbox"/> Обеспечение передовой тематики</li> <li><input type="checkbox"/> Наличие заказчиков и партнеров</li> <li><input type="checkbox"/> Культура работы с клиентом</li> <li><input type="checkbox"/> Ориентация на решение проблемы</li> </ul>
Преподаватели	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Преподаватели-практики высокого уровня</li> <li>2. Внедрение командных методик преподавания.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Условия для самосовершенствования</li> <li><input type="checkbox"/> Академическая мобильность</li> <li><input type="checkbox"/> Городская и научная среда</li> <li><input type="checkbox"/> Уровень оплаты</li> <li><input type="checkbox"/> Ранг университета</li> <li><input type="checkbox"/> Исследовательские мощности</li> <li><input type="checkbox"/> Проблемно-ориентированные специальности</li> </ul>



# Направления модернизации университетов

	Основные параметры	Факторы конкурентоспособности
Студенты	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отбор студентов на основе способностей, склонностей и знаний по смешанной системе</li> <li>2. Ориентация на клиента: долгосрочная работа с абитуриентами и планирование карьеры всех выпускников</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Наличие возможности самореализации</li> <li><input type="checkbox"/> Требования к абитуриентам</li> <li><input type="checkbox"/> Долгосрочная работа с абитуриентами</li> <li><input type="checkbox"/> Качество инфраструктур и сервисов</li> <li><input type="checkbox"/> Город размещения</li> <li><input type="checkbox"/> Состав преподавателей</li> <li><input type="checkbox"/> Клиентский портфель</li> </ul>
Учебные программы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ориентированные на развитие умений и знаний методики преподавания</li> <li>2. Гибкая учебная программа</li> <li>3. Проблемно-ориентированные специальности</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Язык преподавания</li> <li><input type="checkbox"/> Современные методики</li> <li><input type="checkbox"/> Материально-техническая база</li> <li><input type="checkbox"/> Институт тьюторства</li> <li><input type="checkbox"/> Организационная структура вуза</li> <li><input type="checkbox"/> Проблемно-ориентированная система специальностей</li> <li><input type="checkbox"/> Контакты с работодателями</li> <li><input type="checkbox"/> Маркетинг программ</li> </ul>



# Направления модернизации университетов

	Основные параметры	Факторы конкурентоспособности
<b>Материально-техническая база и сервисы</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Современный кампус</li> <li>2. Развитие комплекса инфраструктур и сервисов</li> <li>3. Финансово-кредитные услуги студентам и выпускникам</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Структура управления</li> <li><input type="checkbox"/> Междисциплинарность</li> <li><input type="checkbox"/> Позиционирование на рынке</li> <li><input type="checkbox"/> Капитализация всех активов</li> <li><input type="checkbox"/> Наличие территории и физических возможностей для развития</li> <li><input type="checkbox"/> Коммерциализация сервисов</li> </ul>
<b>Включение в мировую систему ВПО</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Участие в международных рейтингах</li> <li>2. Кооперационные проекты с лидирующими в мире вузами</li> <li>3. Обучение иностранных студентов</li> <li>4. Академические обмены</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Позиционирование в глобальном масштабе</li> <li><input type="checkbox"/> Соответствие мировым стандартам</li> <li><input type="checkbox"/> Финансирование внешних связей</li> <li><input type="checkbox"/> Гибкость учебных программ</li> <li><input type="checkbox"/> Кампус мирового уровня</li> <li><input type="checkbox"/> Знание иностранных языков преподавателями и студентами</li> <li><input type="checkbox"/> Доступность иностранных ресурсов и литературы</li> </ul>



Решение масштабных задач возможно только в рамках относительно крупных университетских комплексов. Расходы на администрирование и запуск проекта могут быть чрезвычайно большими.