



DOI 10.15826/umpra.2017.06.076

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА РЕЗУЛЬТАТЫ ЭКСПОРТНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ ВУЗОВ*

А. В. Меликян

*Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»
Россия, 101000, г. Москва, ул. Мясницкая, д. 20; amelikyan@hse.ru*

Ключевые слова: экспортная деятельность вузов, иностранные студенты, международный образовательный рынок, доходы вузов.

В статье представлены результаты исследования, проведенного с целью анализа влияния факторов институционального уровня на результаты экспортной деятельности российских вузов. Для реализации цели исследования проведен эконометрический анализ количественных данных показателей деятельности российских вузов. В выборку исследования вошли 153 вуза из всех округов Российской Федерации.

На основе анализа научной литературы по факторам результативности экспорта образования и имеющимся данным о показателях деятельности российских вузов был сформирован список факторов институционального уровня, предположительно оказывающих положительное влияние на результаты экспортной деятельности вузов. Источниками данных для исследования послужили отчеты о самообследовании вузов, данные Мониторинга эффективности деятельности организаций высшего образования и данные статистического сборника «Экспорт российских образовательных услуг».

В ходе исследования были выдвинуты и проверены гипотезы о положительном влиянии на показатели результативности экспортной деятельности вузов семи институциональных факторов. Для проверки гипотез исследования был проведен линейный регрессионный анализ данных с применением метода наименьших квадратов.

Результаты исследования показали, что рост числа иностранных студентов в вузе связан с реализацией международных программ двух дипломов и диверсификацией образовательных программ. На величину дохода от экспортной деятельности влияют сетевое партнерство с иностранными вузами, реализация программ краткосрочной входящей академической мобильности и уровень коммерциализации обучения иностранных граждан. Популярность бренда вуза в сети Интернет положительно влияет и на численности иностранных студентов, и на доход от их обучения. Не подтвердилась гипотеза о положительном влиянии активности вуза в области реализации программ транснационального образования на результаты экспортной деятельности. Эта форма экспорта недостаточно развита в российских вузах.

Значения коэффициентов регрессии по некоторым институциональным факторам значимые, но невысокие. Это указывает на то, что в среднесрочной перспективе вузам не удастся добиться значительного увеличения результативности экспорта только за счет улучшения институциональных показателей деятельности. На экспортную деятельность российских вузов оказывают большое влияние факторы внешней среды. Поэтому только комплексный подход, предполагающий как реализацию мер на государственном уровне, направленных на привлечение иностранных студентов в Россию, так и активные действия вузов в этом направлении, даст положительный результат.

Полученные результаты исследования могут представлять интерес для руководителей вузов, поскольку выявленные статистически значимые зависимости указывают на перспективные направления развития вуза, способствующие росту результативности экспорта.

В статье рассматривается ограниченное количество факторов. Это обусловлено тем, что некоторые факторы институционального уровня с трудом поддаются количественной оценке, а также обусловлено ограниченностью статистических данных о международной образовательной деятельности российских вузов. Дальнейшие исследования в этом направлении позволят расширить число анализируемых институциональных факторов и более детально изучить механизм влияния факторов на результаты экспорта вузов.

Введение

Экспорт высшего образования – одно из приоритетных и высокодоходных направлений деятельности вузов развитых стран. Российские вузы являются активными участниками международного образовательного рынка, обучая иностранных граждан по очным и заочным образовательным программам, языковым и подготовительным курсам, программам дистанционного обучения. Потребителями образовательных услуг российских вузов являются граждане более 170 стран. В 15 странах открыты 44 филиала российских вузов. По данным ЮНЕСКО, Россия занимает 6-е место в мире по количеству иностранных студентов, обучающихся на территории страны. В 2014 г. в мире обучались 4,2 млн иностранных студентов, из них в США – 907 тыс., в Великобритании 428 тыс., в Австралии – 294 тыс., во Франции – 235 тыс., в Германии – 228 тыс., в России – 226 тыс. студентов¹.

Развитие и расширение экспорта образовательных услуг – задачи, стоящие перед правительством России и национальными вузами. В мае 2017 г. был утвержден паспорт нового приоритетного государственного проекта «Экспорт образования». Ключевая цель проекта – повысить привлекательность и конкурентоспособность российского образования на международном рынке образовательных услуг и таким образом нарастить сырьевой экспорт Российской Федерации. Проект рассчитан на 8 лет. За этот срок планируется увеличить количество иностранных студентов, обучающихся по очной форме в российских вузах, в три раза – с 220 тыс. человек в 2017 г. до 710 тыс. в 2025 г.²

Ведущие российские вузы имеют многолетний опыт рекрутинга иностранных студентов и затрачивают значительные финансовые и организационные ресурсы на развитие этого направления деятельности. На результативность экспортной деятельности вуза оказывают влияние внешние факторы, не зависящие от вуза, и институциональные [1–3]. Определение этих факторов и анализ их влияния на показатели экспортной деятельности российских вузов – актуальные исследовательские вопросы, представляющие интерес с теоретической и практической точек зрения.

Результаты таких исследований могут способствовать разработке эффективных организационных механизмов для повышения результативности экспортной деятельности российских вузов.

В статье представлены результаты исследования, цель которого – выявить характер и силу влияния факторов институционального уровня на результаты экспортной деятельности российских вузов. Исследование проведено на основе количественных показателей деятельности вузов с применением регрессионного анализа данных.

Общая характеристика экспорта высшего образования в России

В 2014/2015 учебном году в российских вузах прошли обучение 283 тыс. иностранных граждан из 177 стран, что составило 5,42% от общего числа студентов в стране. Из общего числа иностранных студентов 64,7% обучались по очной форме, остальные – по заочной или вечерней. Доход российских вузов от обучения иностранных граждан составил 19 млрд руб. [4].

Иностранные граждане обучались по образовательным программам, с разными организационными формами на разных образовательных ступенях (далее – типы образовательных программ) – основные программы высшего образования, программы дополнительного обучения, например, курсы русского языка как иностранного, подготовительные курсы, летние школы. В табл. 1 представлено процентное соотношение численности иностранных учащихся по типам образовательных программ.

Таблица 1
Статус иностранных учащихся
российских вузов

Статус иностранных учащихся	Процент учащихся
Бакалавры	43,3 %
Дипломированные специалисты	23,3 %
Стажеры	13,4 %
Слушатели подготовительных отделений	8,2 %
Магистры	7,6 %
Аспиранты	2,8 %
Ординаторы	0,8 %
Интерны	0,5 %
Докторанты	0,1 %
Всего	100 %

¹ UNESCO Institute for Statistics. Global Flow of Tertiary-Level Students. URL: <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow#slideoutmenu> (дата обращения: 21.06.2017).

² Сайт РБК. Медведев предложил экспортировать российское образование. 30 мая 2017 г. URL: <http://www.rbc.ru/economics/30/05/2017/592d4f6a9a79471d54c0c2f7> (дата обращения: 21.06.2017); Сайт Правительства России. О приоритетном проекте «Экспорт образования». URL: <http://m.government.ru/info/27864/> (дата обращения: 21.06.2017).

Иностранные потребители российских услуг высшего образования в основном граждане стран СНГ, у которых большим спросом пользуется заочное российское образование. Из общего числа иностранных студентов-заочников российских вузов 97,9% это граждане СНГ и Балтии [4].

В табл. 2 приведены данные о численности иностранных граждан, обучавшихся в российских вузах в 2014/2015 учебном году по странам. Наибольшее число иностранных студентов в российских вузах – граждане Казахстана (18,4%). В 9 странах большая часть студентов, обучавшихся за рубежом, выбрала в качестве страны обучения Россию (названия этих стран выделены в таблице жирным шрифтом). В Казахстане, Белоруссии, Армении, Таджикистане и Узбекистане более половины студентов, получавших высшее образование за рубежом, учились в российских вузах. То есть для этих стран Россия – основной экспортер услуг высшего образования, а остальные граждане этих стран, обучавшиеся за рубежом, как правило, выбирали вузы сопредельных государств. Например, для граждан Казахстана следующая по значимости после России страна для получения высшего образования за рубежом – Киргизия, а для граждан Белоруссии – Польша.

Студенты из Китая, Индии, Вьетнама и Монголии составляют 18,1% от общего числа иностранных студентов (ИС) в российских вузах, но для них Россия не главный экспортер услуг высшего образования. Большинство студентов из этих стран выбирают обучение в вузах США или стран Европы³.

Для привлечения иностранных граждан на обучение в российские вузы Правительство РФ ежегодно выделяет 15 000 государственных стипендий (квот), для обучения за счет средств федерального бюджета⁴. Квоты распределяются по странам. Как видно из табл. 4, нет прямой связи между количеством выделяемых на страну квот и численностью граждан страны, обучающихся в российских вузах.

Российские вузы проводят обучение иностранных граждан и по программам транснационального образования (ТНО). В 2014/2015 учебном году 54 российских вуза (из них 34 вуза

³ UNESCO Institute for Statistics. Global Flow of Tertiary-Level Students. URL: <http://uis.unesco.org/en/uis-student-flow#slideoutmenu> (дата обращения: 21.06.2017).

⁴ Министерство образования и науки Российской Федерации. Прием иностранных граждан в рамках квоты. URL: минобрнауки.рф/проекты/прием-иностранцев-граждан (дата обращения: 21.06.2017).

Таблица 2

Страны, являющиеся основными импортерами услуг высшего образования российских вузов*

Страна	Процент граждан страны от общего числа ИС в вузах РФ	Процент граждан страны, обучавшихся в РФ, от всех граждан страны, получавших высшее образование за рубежом	Число граждан страны, обучавшихся в России по квотам
Казахстан	18,4%	73,9%	294
Китай	11,0%	1%	745
Украина	6,9%	26,8%	322
Туркмения	6,7%	32,5%	199
Таджикистан	4,8%	65,8%	709
Узбекистан	4,8%	53,1%	212
Индия	3,2%	11,3%	25
Азербайджан	3,1%	36,6%	0
Белоруссия	2,7%	71,7%	36
Вьетнам	2,6%	2,3%	674
Киргизия	2,2%	45,0%	356
Молдова	2,0%	–	537
Монголия	1,7%	11,7%	333
Армения	1,5%	57,0%	224

* Приведены данные по странам, граждане которых составили 1,5% и более от общего числа иностранных учащихся российских вузов.

подведомственны Министерству образования и науки Российской Федерации, 13 вузов – негосударственные) провели обучение 46 993 иностранных граждан из 26 зарубежных стран по программам ТНО (см. табл. 3). Доход вузов от их обучения составил 1,7 млрд руб. Обучение проводилось в совместных университетах или институтах, зарубежных филиалах вузов, представительствах вузов за рубежом, учебно-консультационных пунктах, учебных центрах и других зарубежных структурных подразделениях российских вузов и их партнерских / ассоциированных организаций [4]. Большинство филиалов и представительств российских вузов находятся в странах СНГ и действуют в рамках межгосударственных соглашений, предоставляющих им благоприятный режим функционирования. Более 90% учащихся российских программ ТНО – граждане стран СНГ.

Таблица 3

Число зарубежных структурных подразделений российских вузов и их партнерских / ассоциированных организаций и численность учащихся в них иностранных граждан по странам в 2014/2015 уч. г.

Страна	Число зарубежных структурных подразделений российских вузов и их партнерских / ассоциированных организаций	Численность учащихся
Казахстан	28	7 711
Китай	12	885
Киргизия	11	15 481
Украина	7	2 092
Армения	7	3 428
Монголия	6	267
Таджикистан	5	6 593
Латвия	5	220
Белоруссия	4	5 635
Болгария	4	37
Другие страны (на каждую страну приходится 3 и менее подразделений)	27	4 644

Количество учащихся в структурном подразделении российского вуза или его партнерской / ассоциированной организации за рубежом, как

правило, зависит от организационной формы, в рамках которой реализуется образовательная программа. Так, по программам высшего образования, реализуемым в совместных университетах или филиалах российских вузов, обычно обучается несколько тысяч студентов, а в партнерских организациях и учебно-консультационных пунктах – несколько сотен студентов.

Одним из важнейших направлений экспорта образовательных услуг является обучение иностранных граждан на курсах русского языка. В рамках федеральной целевой программы «Русский язык на 2016–2020 годы» Министерство образования и науки Российской Федерации прилагает усилия для распространения русского языка за рубежом. На начало 2016 года около 1,6 миллионов иностранных граждан сдали комплексный экзамен по русскому языку как иностранному, истории и основам законодательства Российской Федерации. В 2015 г. 17 309 иностранных граждан проходили обучение на курсах русского языка при российских центрах науки и культуры и представительствах Россотрудничества. Доход от этой деятельности составил 211,3 млн рублей [4].

Развитию экспорта высшего образования в России способствует деятельность Россотрудничества – федерального агентства по делам Содружества Независимых Государств, соотечественников, проживающих за рубежом, и по международному гуманитарному сотрудничеству, действующему с 2008 г. Россотрудничество в пределах своих полномочий ведет работу по продвижению российских образовательных услуг за рубежом и расширению сотрудничества между образовательными учреждениями стран партнеров⁵.

Показатели результативности экспортной деятельности вузов

Для оценки результатов экспортной деятельности организаций исследователи и аналитики используют различные показатели, такие как объем международных продаж, доля рынка, прибыльность экспорта, рост и интенсивность экспорта в сравнении с конкурентами, удовлетворенность результатами экспортной деятельности [2]. Можно выделить две группы показателей для оценки результатов экспорта – объективные количественные показатели и оценка результатов экспорта в сравнении с конкурентами или относительно ожиданий организации [5].

⁵ Сайт Россотрудничества. Экспорт российского образования. URL: <http://rs.gov.ru/ru/activities/10/projects/17> (дата обращения: 21.06.2017).

В опубликованных исследованиях по экспорту высшего образования и в программах развития российских вузов для оценки результативности экспортной деятельности вузов чаще всего использованы такие показатели, как численность иностранных учащихся и размер дохода, получаемого от их обучения, измеряемые как в абсолютных, так и в относительных единицах.

В представленном исследовании для оценки результативности экспортной деятельности вузов использовались три показателя:

P1: интернационализация студенческого состава (процент иностранных студентов от общего числа студентов) [6];

P2: интернационализация дохода от образовательной деятельности (процент дохода от экспорта в общем доходе от образовательной деятельности) [2, 7];

P3: уровень дохода от обучения иностранных граждан (среднегодовой доход от обучения иностранного студента) [7–9].

Для сравнения результатов экспортной деятельности вузов разных типов и масштабов показатели выражены в относительных единицах.

Факторы, влияющие на результаты экспортной деятельности вузов

Авторы научных исследований выделяют две основные группы факторов, оказывающих влияние на результаты экспортной деятельности организаций – факторы внешней среды и институциональные факторы. К факторам внешней среды относятся характеристики отрасли, внешнего рынка, законодательные нормы, регулирующие экспортную деятельность в стране нахождения организации и в зарубежных странах [1, 2, 10].

К факторам внешней среды для российских вузов можно отнести.

1. Условия конкуренции на международном рынке услуг высшего образования, которые с каждым годом ужесточаются в связи с ростом числа игроков рынка и расширением предлагаемых образовательных услуг на рынке.

2. Условия ведения деятельности на отдельных национальных рынках. В частности, законодательные нормы, регулирующие импорт образовательных услуг в зарубежной стране, и готовность руководства страны к сотрудничеству с Россией в области высшего образования оказывают влияние на успешность экспортной деятельности российских вузов в этой стране.

3. Условия обучения и пребывания иностранных учащихся в России. Принимая решение

о выборе программы обучения за рубежом, иностранные абитуриенты учитывают особенности проживания и обучения в стране нахождения вуза. В России некоторые условия обучения для иностранных студентов менее привлекательны, чем в США, Австралии и странах Европы. Это снижает конкурентные преимущества российских вузов на международном образовательном рынке. К основным факторам национального уровня относятся:

- законодательство в отношении обучения иностранных граждан и их пребывания на территории страны,
- получение иностранным студентом государственной финансовой поддержки на обучение и/или проживание,
- возможность совмещения работы и учебы,
- возможность пребывания в стране с целью нахождения работы после завершения обучения,
- признание зарубежных степеней (дипломов),
- стоимость обучения и проживания в стране,
- безопасность проживания для иностранцев,
- климатические условия [11].

Факторы внешней среды определяют единые условия для экспортной деятельности всех российских вузов, повлиять на которые сами вузы не имеют возможности. В рамках этих внешних условий российские вузы демонстрируют разные результаты экспортной деятельности, обусловленные их индивидуальными характеристиками и стратегиями на международном образовательном рынке.

Внутренние, или институциональные факторы, – это характеристики самой организации, ее стратегические ориентиры, имеющиеся ресурсы и компетенции. Они могут быть отнесены к следующим основным группам:

1) управленческие факторы – персональные, поведенческие и профессиональные характеристики руководителей организации, а также их стратегические ориентиры в отношении экспорта;

2) организационные факторы – характеристики, ресурсы и задачи экспортирующей организации;

3) факторы стратегической ориентации – идентификация, выбор и сегментация международных рынков;

4) маркетинг-микс – характеристики экспортных продуктов и услуг организации, ценообразование, распространение и стратегия продвижения [3].

Список факторов институционального уровня, предположительно оказывающих положительное влияние на результаты экспортной деятель-

ности вузов, был сформирован на основе анализа научной литературы по факторам результативности экспорта образования и имеющимся данным о показателях деятельности российских вузов. Источниками данных для исследования послужили отчеты о самообследовании вузов, данные Мониторинга эффективности деятельности организаций высшего образования и данные статистического сборника «Экспорт российских образовательных услуг» [4, 12].

В ходе исследования был выдвинут и проведен ряд гипотез о положительном влиянии на показатели результативности экспортной деятельности вузов следующих факторов:

Ф1: Сетевое партнерство с иностранными вузами [13]

Сетевое сотрудничество вузов разных стран часто предусматривает взаимную поддержку при рекрутинге иностранных студентов и продвижении бренда вуза за рубежом. Объединяя свои ресурсы, вузы получают дополнительные конкурентные преимущества для продвижения на международном образовательном рынке [14]. Ведущие российские вузы в программах развития на ближайшие годы ставят перед собой задачу вхождения в международные сети университетов. На сегодняшний день распространены в основном дуальные формы сотрудничества российских вузов с иностранными университетами. Анализ 29 самых крупных международных сетей университетов показал, что 47 российских вузов являются их членами. Из них 12 вузов входят в две и более сети, а остальные – только в одну.

Гипотеза 1: Вузы, являющиеся членами международных сетей университетов, имеют более высокие показатели результативности экспорта по сравнению с вузами, не входящими в сети.

Ф2: Реализация международных программ двух дипломов [13]

Программы двух дипломов обладают конкурентными преимуществами, поскольку дают учащимся возможность в рамках стандартного срока реализации образовательной программы получить опыт обучения в вузах разных стран и два полноценных диплома об образовании [15–17]. Эти программы пользуются повышенным спросом у иностранных абитуриентов. Согласно данным мониторинга эффективности российских вузов в 2014 г. в 173 вузах и 11 филиалах были зарегистрированы 1148 международных программ двух дипломов, по которым прошли обучение 9948 студентов [12].

Гипотеза 2: Чем выше число реализуемых программ двух дипломов, тем выше показатели результативности экспорта.

Ф3: Обучение иностранных граждан по программам краткосрочной академической мобильности

Краткосрочное обучение иностранных студентов в рамках программ академической мобильности позволяет им ближе познакомиться с вузом и российской системой образования, что повышает вероятность продолжения их обучения в российском вузе. Согласно данным мониторинга эффективности российских вузов в 2014 г. 9015 студентов зарубежных образовательных организаций прошли обучение в 209 вузах и 9 филиалах по очной форме по образовательным программам бакалавриата, специалитета или магистратуры, длительностью не менее семестра (триместра) [12].

Гипотеза 3: Чем больше число студентов иностранных вузов, прошедших краткосрочную стажировку в расчете на 100 студентов очной формы обучения, тем выше показатели результативности экспорта.

Ф4: Реализация программ транснационального образования (ТНО) [13]

На сегодняшний день эта форма экспорта недостаточно распространена в российских вузах. Только 54 вуза реализуют программы ТНО. Это может быть связано с высокими временными и ресурсными затратами, необходимыми для открытия и функционирования структурных подразделений российских вузов за рубежом. Наряду с прямыми доходами вузов от реализации программ ТНО присутствие российского вуза за рубежом создает дополнительные возможности для привлечения иностранных граждан для обучения на территории России.

Гипотеза 4: Вузы, реализующие хотя бы одну программу ТНО, имеют более высокие показатели результативности экспорта по сравнению с вузами, не реализующими такие программы.

Ф5: Диверсификация образовательных программ для иностранных граждан [13]

У вуза возрастают шансы привлечь больше иностранных студентов, если им предлагаются разнообразные программы обучения – основные программы высшего образования, курсы русского языка как иностранного, подготовительные курсы, стажировки. Согласно данным статистического сборника «Экспорт российских образовательных

услуг» в 2014/2015 учебном году 471 вуз реализовывал более одного типа образовательных программ для иностранных учащихся. Из них 36 вузов реализовывали от 7 до 9 типов программ, 217 вузов 5–6 программ и 218 вузов от 2 до 4 программ [4].

Гипотеза 5: Чем выше количество типов образовательных программ, по которым проходили обучение иностранные граждане, тем выше показатели результативности экспорта.

Ф6: Коммерциализация обучения иностранных граждан

В России иностранные граждане обучаются как на бюджетной, так и на коммерческой основе. Согласно данным мониторинга эффективности российских вузов в 2014 г., доход от образовательной деятельности из иностранных источников получили 310 головных вузов и 73 филиала. Размер дохода отдельной образовательной организации составляет от 14,5 тыс. руб. до 358 млн руб. Доход более 50 млн руб. получили 25 вузов, 8 из которых находятся в Москве, 5 – в Санкт-Петербурге. Около половины вузов и 88 % филиалов, проводивших обучение иностранных студентов, получили нулевые доходы от образовательной деятельности из иностранных источников [12]. То есть в этих вузах иностранные студенты обучались на бюджетной основе. Можно предположить, что вузы, ориентированные на получение дохода от этого направления деятельности, имеют большие стимулы к его развитию и расширению.

Гипотеза 6: Чем выше удельный вес учащихся на контрактной основе в общем числе иностранных учащихся вуза, тем выше показатели результативности экспорта.

Ф7: Популярность бренда вуза в сети Интернет [8, 13]

Интернет – один из основных источников информации о вузе и программах обучения для иностранных абитуриентов. Многие вузы, стремящиеся привлечь иностранных студентов, создают версии сайта на иностранных языках, размещают подробную информацию о предлагаемых образовательных программах и отзывах иностранных студентов о результатах их обучения, а также рекламируют свой официальный сайт на тематических ресурсах.

Гипотеза 7: Чем выше число поисковых запросов с названием вуза поисковой системе Google, тем выше показатели результативности экспорта.

Методология исследования

В выборку исследования были включены вузы, в которых в 2014 г. прошли обучение не менее 300 иностранных студентов по основным программам высшего образования. Выбранный критерий отбора позволил исключить из рассмотрения вузы, демонстрирующие низкие показатели экспорта услуг высшего образования. В выборку вошли 153 вуза из восьми округов Российской Федерации, в том числе 2 негосударственных вуза. В этих вузах обучались 129 тыс. иностранных учащихся.

Около трети вузов расположены в Центральном федеральном округе. Большинство (92 %) вузов выборки расположены в городах – административных центрах. В Москве находятся 33 вуза, а в Санкт-Петербурге – 22. Вошедшие в выборку вузы в основном многопрофильные, лишь 28 из них специализированные.

Для проверки гипотез исследования был проведен линейный регрессионный анализ данных с применением метода наименьших квадратов на основе обобщенного эмпирического уравнения с временным лагом⁶:

$$ER_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 IF_{i,t-1} + \beta_2 CONST_{i,t-1} + \varepsilon_{it-1},$$

где ER – переменная, оценивающая результаты экспортной деятельности вузов, IF – вектор институциональных показателей деятельности вузов, $CONST$ – вектор контрольных переменных, β_0 , β_1 , β_2 – коэффициенты регрессии, ε_{it-1} – ошибка регрессии, i – вуз, t – период наблюдения (год).

Оценивались три эконометрические модели (см. рис. 1). В первой модели зависимой переменной является показатель интернационализации студенческого состава (P1), во второй модели – показатель интернационализации дохода от образовательной деятельности (P2), в третьей модели – показатель уровня дохода от обучения иностранных граждан (P3). Во всех трех моделях одинаковый набор независимых переменных – институциональные факторы Ф1 – Ф7. Чтобы контролировать влияние масштаба деятельности вуза, его специализации и территориального расположения в регрессионные модели были включены четыре контрольные переменные:

K1: общее количество студентов вуза,

K2: суммарный доход вуза,

K3: территориальное расположение вуза (1 – Москва и Санкт-Петербург, 0 – другие),

⁶ Значения влияющих переменных за 2014 г., а зависимых, за 2015 г. Такой подход оправдан, поскольку улучшение внутренних показателей деятельности вуза может оказать влияние на результативность экспорта не сразу, а по прошествии некоторого времени.

Институциональные факторы:

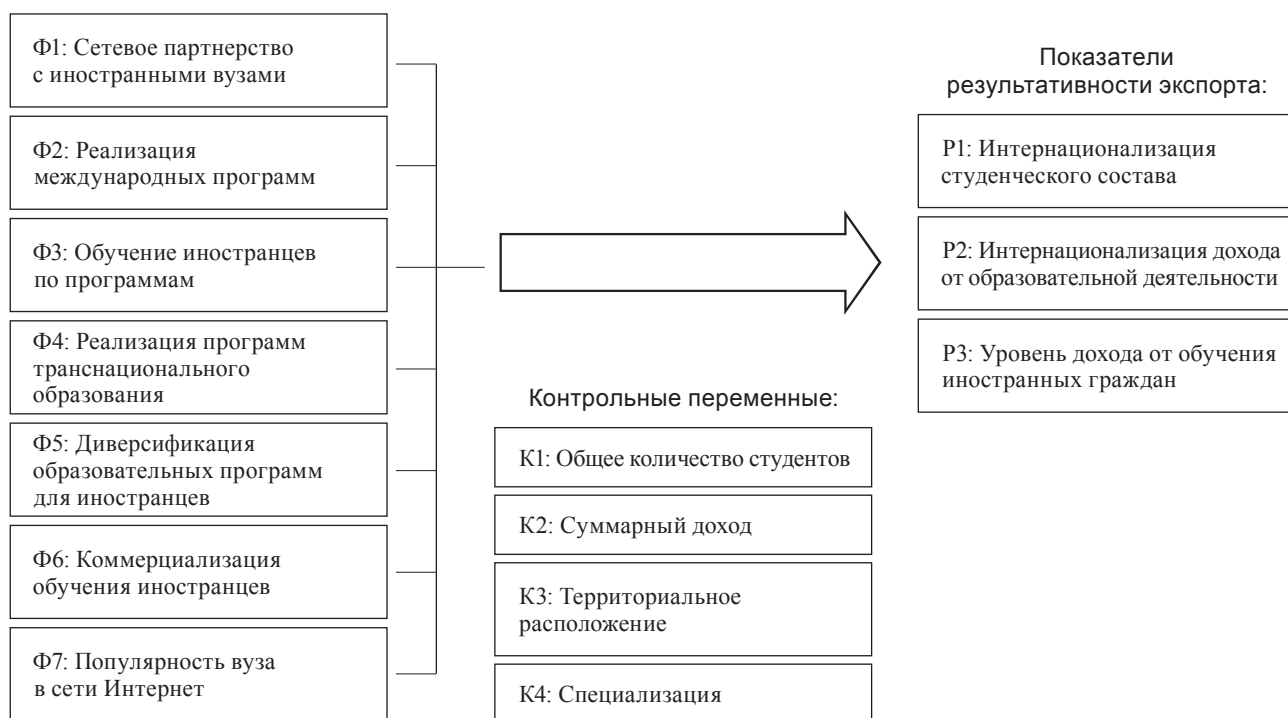


Рис. 1. Переменные регрессионных моделей

К4: специализация вуза (1 – многопрофильный, 0 – специализированный).

Между некоторыми независимыми переменными наблюдается статистически значимая корреляция, но ни один из коэффициентов

корреляции не превышает 0,5, что допускает возможность их использования для проведения регрессионного анализа данных. В табл. 4 приведена описательная статистика по переменным. По каждому показателю наблюдается

Таблица 4

Описательная статистика по анализируемым переменным

Переменные	Среднее арифметическое	Стандартное отклонение	Минимум	Максимум
<i>Показатели результативности экспорта</i>				
Р1	9,03	6,04	1,4	46,7
Р2	1,97	3,4	0	28,1
Р3	113 381,9	49 126,1	38 323,5	348 593,1
<i>Институциональные факторы</i>				
Ф1	32 вуза являются членами международных сетей университетов, 121 – в сети не входят			
Ф2	5,3	12,5	0	119
Ф3	0,4	0,9	0	4,6
Ф4	24 вуза реализуют программы транснационального образования, 129 – не реализуют			
Ф5	5,5	1,3	1	9
Ф6	56,4	28,4	1,6	100
Ф7	2103,2	682,5	98	3588
<i>Контрольные переменные</i>				
К1	11 075,4	6608,3	2290	34 680
К2	2 551 057,2	3 019 941,4	183 398,7	22 597 693,6
К3	55 вузов в Москве и Санкт-Петербурге, 98 – в других городах			
К4	28 вузов специализированные, 125 многопрофильные			

большой разброс значений и высокие значения стандартного отклонения.

Результаты анализа данных

Спецификация трех регрессионных моделей приведена в табл. 5.

Проведенный анализ подтвердил положительное влияние 6 из 7 рассмотренных факторов на показатели результативности экспортной деятельности вузов. При этом факторы по-разному влияют на каждый из трех показателей результативности экспорта. Результаты регрессионного анализа данных позволяют сделать следующие выводы:

I. На показатель интернационализации студенческого состава положительное влияние оказывают три институциональных фактора:

- *Реализация международных программ двух дипломов.* Программы двух дипломов реализуют 93 из 153 вузов выборки, число таких программ положительно коррелирует с показателем интернационализации студенческого состава.

- *Диверсификация образовательных программ для иностранных граждан.* Обучение иностранных граждан по 5 и более типам образовательных программ проводили 125 из 153 вузов выборки, число таких программ положительно коррелирует с показателем интернационализации студенческого состава.

Таблица 5

Результаты регрессионного анализа данных*

Независимые переменные	Зависимые переменные	МОДЕЛЬ 1 Процент иностранных студентов от общего числа студентов	МОДЕЛЬ 2 Процент дохода от экспорта в общем доходе от образовательной деятельности	МОДЕЛЬ 3 Среднегодовой доход от обучения иностранного студента.
<i>Институциональные факторы: коэффициенты при переменных, их значимость и стандартная ошибка (в скобках)</i>				
Константа		17,9 (2,4)***	1,5 (1,4)	89 393,8 (15 824,6)***
Членство в международных сетях университетов (да/нет)		0,5 (1,3)	1,4 (0,8)*	12 489,9 (8380,1)
Число международных программ двух дипломов		0,1 (0,04)***	0,03 (0,03)	-332,6 (276,5)
Число студентов иностранных вузов, по краткосрочной стажировке на 100 студентов очной формы обучения		0,4 (0,6)	0,2 (0,4)	11 715,1 (4072,7)***
Реализация программ транснационального образования (да/нет)		1,9 (1,3)	0,5 (0,8)	536,6 (8517)
Количество типов образовательных программ, по которым обучались иностранные граждане		-0,7 (0,4)*	-0,06 (0,2)	1704,2 (2500)
Удельный вес учащихся на контрактной основе в общем числе иностранных учащихся вуза		0,01 (0,02)	0,04 (0,01)***	-51,5 (113)
Число поисковых запросов в Google с названием вуза		17,8(2,4)***	1,5 (1,4)	89 393,8 (15824,6)***
<i>Контрольные переменные: коэффициенты при переменных, их значимость и стандартная ошибка (в скобках)</i>				
Общее количество студентов вуза.		-0,0002 (0,0001)**	0 (0)	-0,06 (0,6)
Суммарный доход вуза		0 (0)	0 (0)*	0,005 (0,001)***
Расположение вуза (1 – Москва и Санкт-Петербург, 0 – другие)		-0,5 (1,06)	-0,5 (0,6)	47 173,8 (6970,6)***
Специализация вуза (1 – многопрофильный, 0 – специализированный)		-5,01 (1,4)***	-1,2 (0,8)	-18 938,7 (9307,4)**
<i>Критерии качества модели</i>				
R ²		0,361	0,207	0,531
ANOVA (p-value)		0,000	0,000	0,000

* В скобках указаны стандартные ошибки. Уровень значимости (p-value): *** 1%; ** 5%; * 10%.

- *Популярность бренда вуза в сети Интернет.* Частота поисковых запросов по названию вуза в поисковой системе Google положительно коррелирует с показателем интернационализации студенческого состава.

II. На показатель интернационализации дохода от образовательной деятельности положительное влияние оказывают два институциональных фактора:

- *Сетевое партнерство с иностранными вузами.* Членами междарных сетей университетов являются 32 из 153 вузов выборки. У них более высокие показатели интернационализации дохода от образовательной деятельности (по сравнению с вузами, не входящими в такие сети).

- *Коммерциализация обучения иностранных граждан.* Обучение иностранных студентов лишь на коммерческой основе проводят 3 вуза выборки, в 83 вузах более половины иностранных студентов обучаются на коммерческой основе. Удельный вес учащихся на коммерческой основе в общем числе иностранных учащихся вуза положительно коррелирует с показателем интернационализации дохода от образовательной деятельности.

III. На показатель уровня дохода от обучения иностранных граждан оказывают положительное влияние два институциональных фактора:

- *Обучение иностранных студентов по программам краткосрочной академической мобильности.* Обучение иностранных студентов по этим программам проводили 92 из 153 вузов выборки, число этих студентов положительно коррелирует с показателем уровня дохода от обучения иностранных граждан.

- *Популярность бренда вуза в сети Интернет.* Частота поисковых запросов по названию вуза в поисковой системе Google положительно коррелирует с показателем уровня дохода от обучения иностранных граждан.

Не подтвердилась гипотеза о положительном влиянии активности вуза в области реализации программ ТНО на результаты экспортной деятельности. Эта форма экспорта недостаточно распространена в российских вузах. Лишь 24 вуза выборки реализуют программы транснационального образования, и они не относятся к вузам с высокими показателями экспортной деятельности. В то же время для стран-лидеров международного рынка высшего образования обучение иностранных граждан по программам ТНО – важная статья экспорта образовательных услуг. Транснациональное образование наиболее развито в Великобритании. За преде-

лами страны образование получают в два раза больше международных студентов, чем на ее территории⁷.

Анализ влияния контрольных переменных показал, что число студентов вуза и общий размер дохода вуза не коррелируют с результатами его экспортной деятельности (коэффициенты либо не значимы, либо очень низкие по значению). У многопрофильных вузов по сравнению со специализированными более высокие показатели уровня интернационализации студенческого состава и уровня дохода от обучения иностранных. Вузы Москвы и Санкт-Петербурга имеют более высокие показатели уровня дохода от обучения иностранных граждан (по сравнению с другими вузами).

Выводы и заключение

Результаты исследования показали, что рассмотренные институциональные факторы по-разному влияют на три показателя результативности экспортной деятельности. Между целевыми показателями экспорта вуза – число иностранных студентов и доход от их обучения – есть статистически значимая связь, но она не высокая. Это позволяет сделать вывод о том, что в зависимости от выбранной цели экспорта вузам следует концентрировать усилия на определенных направлениях деятельности. Так, росту числа иностранных студентов в вузе больше всего способствуют реализация международных программ двух дипломов и диверсификация образовательных программ. На доход от экспортной деятельности в большей степени влияют сетевое партнерство с иностранными вузами, реализация программ краткосрочной входящей академической мобильности и уровень коммерциализации обучения иностранных граждан. Популярность бренда вуза в сети Интернет положительно влияет и на численности иностранных студентов, и на доход от их обучения.

Исследование показало, что российские вузы не проявляют активности в области реализации программ ТНО. Вузы стран-лидеров международного образовательного рынка активно внедряют и расширяют программы ТНО, привлекая новые группы иностранных потребителей образовательных услуг, и завоевывают новые

⁷ The Scale and Scope of UK Higher Education Transnational Education, HE Global, 2016. URL: <https://www.britishcouncil.org/sites/default/files/scale-and-scope-of-uk-he-tne-report.pdf> (дата обращения: 21.06.2017); ICEFMonitor. UK providers increasing focus on transnational education. 25 Jul 2016. URL: <http://monitor.icef.com/2016/07/uk-providers-increasing-focus-transnational-education/> (дата обращения: 21.06.2017).

сегменты международного образовательного рынка. Российские вузы ориентируются на традиционные формы экспорта высшего образования и с опозданием реагируют на эти нововведения, отставая от стран-лидеров международного рынка по программам ТНО. Реализация таких программ дает возможность увеличить число иностранных студентов из разных стран, а также способствует развитию стратегии международного брендинга, академического и научного сотрудничества с зарубежными вузами.

Значения коэффициентов регрессии по некоторым институциональным факторам значимые, но невысокие. Это указывает на то, что в среднесрочной перспективе вузам не удастся добиться значительного увеличения результативности экспорта только за счет улучшения институциональных показателей деятельности. Тем не менее выявленные статистически значимые зависимости указывают на перспективные направления развития вуза, способствующие росту результативности экспорта.

На экспортную деятельность российских вузов оказывают большое влияние факторы внешней среды. Поэтому только комплексный подход, предполагающий как реализацию мер на государственном уровне, направленных на привлечение иностранных студентов в Россию, так и активные действия вузов в этом направлении, даст положительный результат. Инициация в России приоритетного государственного проекта «Экспорт образования» отражает готовность руководства страны принять активные меры по развитию и поддержке экспорта образования и позволяет надеяться на положительные сдвиги в этом направлении в ближайшие годы.

Список литературы

1. *Bahrainizadeh M., Esmailpour M., Aram F.* Influence of Intra-Organizational Factors on Export Performance of Exporting Companies, *Management and Administrative Sciences Review*, 2015, vol. 4, no. 3, pp. 578–592.
2. *Harchegani E. K., Solati A., Fataie P.* Identifying the Factors Affecting on SMEs' Export Performance, *Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology*, 2015, vol. 3, no. 3, pp. 390–400.
3. *Leonidou L. C., Katsikeas C. S., Samiee S.* Marketing Strategy Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis, *Journal of Business Research*, 2002, vol. 55, no. 1, pp. 51–67.
4. *Арефьев А. Л., Шереги Ф. Э.* Экспорт российских образовательных услуг: Статистический сборник. Выпуск 6. М.: Социоцентр, 2016. 408 с.
5. *Ayse A., Akehurst G.* An Investigation of Export Performance Variations Related to Corporate Export Market Orientation, *European Business Review*, 2003, vol. 15, pp. 5–20.
6. *Ross M., Heaney J.-G., & Cooper M.* Institutional and Managerial Factors Affecting International Student Recruitment Management, *International Journal of Educational Management*, 2007, vol. 21, no. 7, pp. 593–605.
7. *Gilaninia S., Taleghani M., Gholizadeh D. F.* Impact of Managerial Factors on Export Performance of Export Firms, *Singaporean Journal of Business Economics and Management Studies*, 2013, vol. 1, no. 8, pp. 27–33.
8. *Asaad Y., Melewar T., Cohen G., Balmer M. T.* Universities and Export Market Orientation: an Exploratory Study of UK Post-92 Universities, *Marketing Intelligence & Planning*, 2013, vol. 31, no. 7, pp. 838–856.
9. *Naidoo V.* From Ivory Towers to International Business: Are Universities Export Ready in Their Recruitment of International Students? *Journal of Studies in International Education*, 2010, vol. 14, no. 1, pp. 5–28.
10. *Mpunga H. S.* Examining the Factors Affecting Export Performance for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania, *Journal of Economics and Sustainable Development*, 2016, vol. 7, no. 6, pp. 41–51.
11. *Mazzarol T., Soutar G.* Push-Pull Factors Influencing International Student Destination Choice, *The International Journal of Educational Management*, 2002, vol. 16, no. 2, pp. 82–90.
12. Информационно-аналитические материалы по результатам проведения мониторинга эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования [Электронный ресурс]. URL: <http://indicators.miccedu.ru/monitoring/?m=vpo> (дата обращения: 21.06.2017).
13. *Mazzarol T. W.* Critical Success Factors for International Education Marketing, *International Journal of Educational Management*, 1998, vol. 12, no. 4, pp. 163–175.
14. *Меликян А. В.* Основные характеристики международных сетей университетов // *Вопросы образования*. 2014. № 3. С. 100–117.
15. *West C.* Degrees without Borders, available at: https://www.nafsa.org/_/File/_/ie_julaug15_degrees.pdf (accessed 21.06.2017).
16. *Knight J.* Are Double/Multiple Degree Programs Leading to «Discount Degrees»? *International Higher Education*, 2015, no. 81, pp. 5–7.
17. Analysis of Double Degree Programmes between EU and Russian HEIS. Letter of Contract N°2009/222440. FINAL REPORT. (Russian version). Prepared by: Snatkin I., Mishin A., Karpukhina E., available at: http://www.vstu.ru/upload/internships/analiz_programm_dvoynyh_diplomov_mezhdu_es_i_rf.doc (accessed 21.06.2017).

INSTITUTIONAL FACTORS AFFECTING THE RESULTS OF EXPORT ACTIVITIES OF RUSSIAN UNIVERSITIES

A. V. Melikyan

National Research University Higher School of Economics,
20 Myasnitskaya str., Moscow, 101000, Russian Federation; amelikyan@hse.ru.

Key words: export activity of higher education institutions, foreign students, international higher education market, universities' income.

The article presents results of the research aimed at analyzing the institutional level factors influence over the results of export activities of Russian universities. To accomplish the aim of the research, an econometric analysis of quantitative data on the performance indicators of Russian universities was conducted. The research pool includes 153 universities from all regions of the Russian Federation.

Based on the analysis of academic publications on education export efficacy factors, the authors formed a list of institutional level factors supposedly positively influencing the results of university export activities. The data were taken from the reports of the university self-monitoring; from the Monitoring of higher education institution activities efficacy; and from the statistical collection «Export of Russian Educational Services».

During the research, the author suggested and tested hypotheses on seven institutional factors positively influencing university export activities efficacy. Linear regression data analysis using the least square method was conducted to test these hypotheses.

The research results demonstrated the fact that the growth of foreign students numbers at the university is related to implementation of international double diploma programs and teaching programs diversification. Income from export activities is influenced by network partnership with foreign universities, implementation of short-term incoming academic mobility programs and commercialization level of foreign students training. The popularity of a University brand in the Internet has a positive influence over both numbers of foreign students and income from their training. The hypothesis on positive influence of university activities in the field of transnational education program implementation on export activities results was not proven. This form of export is not sufficiently developed in Russian universities.

The regression coefficient meanings for some institutional factors are significant, but not high. This means that in the mid-term perspective universities cannot achieve significant increase of export efficacy by means of only improved institutional performance indicators. Export activities of Russian universities are greatly influenced by external environment factors. Therefore, a positive result can be achieved only by complex approach combining state level measures for attracting foreign students to Russia and by actions of universities in this area.

The results obtained are of interest for university executives, as the identified statistically significant dependencies demonstrate perspective university development directions that would facilitate export efficacy.

The article observes a limited number of factors. This is stipulated by the fact that some institutional level factors can hardly be quantitatively evaluated and by the limited statistical data on international educational activities of Russian universities. Further research in this field will allow for broadening the number of analyzed institutional factors and studying the mechanism of dependence between factors and university export results in more detail.

References

1. Bahrainizadeh M., Esmailpour M., Aram F. Influence of Intra-Organizational Factors on Export Performance of Exporting Companies, *Management and Administrative Sciences Review*, 2015, vol. 4, no. 3, pp. 578–592.
2. Harchegani E. K., Solati A., Fataie P. Identifying the Factors Affecting on SMEs' Export Performance, *Applied Mathematics in Engineering, Management and Technology*, 2015, vol. 3, no. 3, pp. 390–400.
3. Leonidou L. C., Katsikeas C. S. & Samiee S. Marketing Strategy Determinants of Export Performance: A Meta-Analysis, *Journal of Business Research*, 2002, vol. 55, no. 1, pp. 51–67.
4. Aref'ev A. L., Sheregi F. E. Eksport rossiiskikh obrazovatel'nykh uslug: Statisticheskii sbornik. Vypusk 6 [Export of Russian Educational Services: Statistical Collection. Issue 6]. Moscow, Sotsiotsentr, 2016, 408 p.
5. Ayse A., Akehurst G. An Investigation of Export Performance Variations Related to Corporate Export Market Orientation, *European Business Review*, 2003, vol. 15, pp. 5–20.
6. Ross M., Heaney J.-G., & Cooper M. Institutional and Managerial Factors Affecting International Student Recruitment Management, *International Journal of Educational Management*, 2007, vol. 21, no. 7, pp. 593–605.
7. Gilaninia S., Taleghani M., Gholizadeh D. F. Impact of Managerial Factors on Export Performance of Export Firms, *Singaporean Journal of Business Economics and Management Studies*, 2013, vol. 1, no. 8, pp. 27–33.
8. Asaad Y., Melewar T., Cohen G., Balmer M. T. Universities and Export Market Orientation: an Exploratory Study of UK Post-92 Universities, *Marketing Intelligence & Planning*, 2013, vol. 31, no. 7, pp. 838–856.

9. Naidoo V. From Ivory Towers to International Business: Are Universities Export Ready in Their Recruitment of International Students? *Journal of Studies in International Education*, 2010, vol. 14, no. 1, pp. 5–28.
10. Mpunga H. S. Examining the Factors Affecting Export Performance for Small and Medium Enterprises (SMEs) in Tanzania, *Journal of Economics and Sustainable Development*, 2016, vol. 7, no. 6, pp. 41–51.
11. Mazzarol T., Soutar G. Push-Pull Factors Influencing International Student Destination Choice, *The International Journal of Educational Management*, 2002, vol. 16, no. 2, pp. 82–90.
12. Informatsionno-analiticheskie materialy po rezul'tatam provedeniya monitoringa effektivnosti deyatel'nosti obrazovatel'nykh organizatsii vysshego obrazovaniya [Information-Analytical Materials on the Results of Monitoring the Effectiveness of Educational Institutions of Higher Education], available at: <http://indicators.miccedu.ru/monitoring/?m=vpo> (accessed 21.06.2017).
13. Mazzarol T. W. Critical Success Factors for International Education Marketing, *International Journal of Educational Management*, 1998, vol. 12, no. 4, pp. 163–175.
14. Melikyan A. V. Osnovnye kharakteristiki mezhdunarodnykh setei universitetov [Key Features of International University Networks] // *Voprosy obrazovaniya* [Educational Studies], 2014, no. 3, pp. 100–117.
15. West C. Degrees without Borders, available at: https://www.nafsa.org/_/File/_/ie_julaug15_degrees.pdf (accessed 21.06.2017).
16. Knight J. Are Double/Multiple Degree Programs Leading to «Discount Degrees»? *International Higher Education*, 2015, no. 81, pp. 5–7.
17. Analysis of Double Degree Programmes between EU and Russian HEIS. Letter of Contract N°2009/222440. FINAL REPORT (Russian version). Prepared by: Snatkin I., Mishin A., Karpukhina E., available at: http://www.vstu.ru/upload/internships/analiz_programm_dvoynyh_diplomov_mezhdu_es_i_rf.doc (accessed 21.06.2017).

Информация об авторе / Information about the author:

Меликян Алиса Валерьевна – старший преподаватель Факультета компьютерных наук НИУ ВШЭ; 8-916-884-23-68; amelikyan@hse.ru.

Alisa V. Melikyan – Senior Lecturer, National Research University Higher School of Economics; 8-916-884-23-68; amelikyan@hse.ru.

