

Berács József

## Nemzetközi (export) piacorientáció a felsőoktatásban: nemzetköziesedés és intézményi megfelelés

Előadás kivonat  
NFKK – TÁMOP Műhelyvita: 2011. október 7.

### Bevezetés

A címben jelzett kulcsfogalmak, témakörök kutatásának koncepcionális (filozófiai) és operacionalizálási (módszertani) kérdéseit próbálom egyfajta rendszerszemléletben felvetni. Három kulcsfogalom, mint egyfajta triász köré szervezem a gondolataimat:

Piac – Nemzetköziség – Felsőoktatás

Mindhárom fogalomnak, szakterületnek megvannak a törvényszerűségei, érintettjei. Mindhárom terület vizsgálható:

Makro – Mikro – Szubmikro

szinten. Minden fogalomnak megvannak a hozzátapadó konnotációi (az egyes kutatók által vallott értelmezései, magyarázatai), amelyek többé-kevésbé lefedik azokat a területeket, amelyek aztán majd bekerülhetnek a tankönyvekbe, mint definíciók.

A **piachoz** sokak számára a kereslet, kínálat, az ár, vagy a profit kapcsolódik. Jóllehet a kapitalizmusban ezt a fogalmat használjuk a leggyakrabban, mégis az egyik legrosszabbul definiált fogalom. Hiába élünk mindnyájan ebben a piacgazdaságban, mégis egészen másképp látjuk ugyanazt. Miként Kornai egész életműve egy hiány-többlet, vagy pozitív - normatív dichotómiában láttatja az egész gazdaságot (Kornai:2011), mások, a főáramlat képviselői meg az egyensúlyban. Egy marketinges számára a piac leegyszerűsítve „értékesítési lehetőség”, míg egy szegénységgel foglalkozó szociológus számára valószínűleg a jövedelemkülönbségek, az egyenlőtlenségek, igazságtalanságok „melegágya”.

A **nemzetköziség** a történelemben a hatalomhoz, a birodalmakhoz, a *hadsereghez*, a diplomáciához kötődött. A gyarmatosítás megszűnésével a 20. században tevődött át a hangsúly a *gazdasági hatalomra*, a multinacionális cégekre. Legalábbis a fejlett régiókban, amit a fejlődő, feltörekvő országok kicsit megkésve, a 21. század első felében próbálnak megvalósítani. Közben elkezdődik egy másik trend, az információ, a tudás középpontba állítása, amely valószínűleg a század második felében fog globálisan érvényesülni. Akkor, amikor a legnépesebb országok, mint Kína, India gazdaságilag már közel kerülnek a legfejlettebb országokhoz és az új fegyverrel, a *tudással* tudnak nagyobb nemzetközi szerepet betölteni.

A **felsőoktatás** igazi kibontakozása globális szinten a 21. század második felére várható. Amerika versenyképessége a 20. században azért következett be, mert ebben az iparágban, a *tudásgazdaságban* mindenkinél jobb volt. A görögök, rómaiak vagy a mongolok azért tudtak fantasztikus hódításokat elérni, mert mindenkinél jobban értettek a *hadseregszervezéshez*, az angolok az *ipari termeléshez*. Egy iparág jelentőségét két tényező határozza meg: egyrészt az

iparágban dolgozók száma, másrészt a megtermelt javak (termékek és szolgáltatások) társadalomra gyakorolt hatása.

A TÁMOP kutatás, amelynek címe a "Nemzetközi piacorientáció a felsőoktatásban", része egy hosszabb távra szóló kutatásnak, amely a felsőoktatás egészének nemzetközi gazdasági, piaci, marketing aspektusait szeretné rendszerszinten megragadni. Kiindulási pontja pedig az a közgazdasági logika, amely a gazdasági szereplők inputjait és outputjait, nemzetközi összefüggésben az exportját és az importját állítja szembe. Amennyiben a tudás hordozói a tanárok és a diákok, akkor az ő mozgásukon keresztül is nyomon követhető a tudás egy részének az exportja és importja. A tudományos kutatás mozgása önmagában is vizsgálható. Az egyetemek sokféle egyéb, oktatáson, kutatáson túlnyúló szolgáltatást is végeznek. Az 1. táblázat oszlopai ezt jelenítik meg. Mindezek a területek vizsgálhatók hierarchikusan is, amit a táblázat 10 sora jelöl. Részletesebb kifejtését a tudásexport vonatkozásában Berács (2008) adja.

1. táblázat, A tudásexport/import horizontális és vertikális megközelítése a felsőoktatásban

Hierarchikus szintek	Diák-mobilitás	Tudományos kutatás	Tanár-mobilitás	Egyéb szolgáltatás	Összes export
<b>1. Oktatók</b>					
2. Tanszékek					
3. Karok					
4. Egyetem					
5. Azonos karok					
<b>6. Összes egyetem Magyarország</b>					
7. Régió karok					
8. Régió egyetemek					
9. Világ karok					
10. Világ egyetemek					

Forrás: saját szerkesztés

## A piacorientáció kutatásáról

A piacorientáció mint köznapi fogalom, mind a közgazdászok, mind a marketing szakemberek által sűrűn használt fogalom. Leggyakrabban a piacnak, mint a gazdaság sajátos koordinációs mechanizmusának a piaci aktorok által történő figyelembe vételét jelenti. Nagyon laza fogalom, minthogy a piac maga is nagyon összetett fogalom, így mindenki sajátosan értelmezheti, hogy mit is ért alatta. A **marketingtudományban** az 1980-as évek végéig ennek szinonimájaként a marketingkonceptió volt használatos. A Marketing Science Institute felhívására három olyan kutatócsoport (Kohli-Jaworski, Narver-Slater, Deshpande-Webster) is reagált, akiknek a kutatása meghatározta a következő két évtized kutatásait. 2004/2005-ben, 15 év után születtek olyan összegző, un. meta-elemzések, amelyek után új irányt vehet a kutatás.

A piacorientáció jelzett marketing szerzői az üzleti szférában vizsgálódva, mint **vállalati kultúrát**, attitűdöt, vezetési szemléletet írták le a fogalmat. Ebben az irányban tovább lépve,

kutatásunk egyik iránya empirikus, kérdőíves felmérést végez felsőoktatási vezetők körében. Nagy Gábor előadása erről szól.

Jelen előadás felfogásában **a piac** termékek és szolgáltatások számbavételében, mennyiségi (termelési) mutatók leírásában nyilvánul meg. Eladók és vevők állnak egymással szemben, akiket különböző *indikátorokkal* lehet jellemezni. A legfontosabb indikátorok, a hallgatószám, a tanárok és egyéb alkalmazottak száma. Elsődlegesen természetbeni számbavétel jelenik meg, de utána sokféle jellemzés lehetséges. Vannak állapotot (stock) és változást, folyamatot, időszakot leíró (flow) mutatók. A hallgatókat mindkét mutatóval lehet jellemezni, míg a kutatási eredményt csak valamilyen időszakra (legalább 1 év, de inkább 5, 10 év, vagy egy egész életpálya) vonatkozóan lehet megítélni.

(Hrubos Ildikó és Horváth Ákos TÁMOP kutatása, amely a felsőoktatást leíró indikátor rendszerre alapul, tartalmaz néhány nemzetközi piaci indikátort.)

## **A nemzetközi piacorientáció**

Ha a hazai piac leírását szolgáló mutatókat a nemzetközi piacra értelmezzük, akkor lehetőség van az országok összehasonlítására, valamint az országok közötti kapcsolatok jellemzésére. Akik pl. az egyes országok finanszírozási rendszereit kutatják, azok általában megelégednek az elsővel. Számunkra is nagyon fontosak ezek az adatok, de mi legalább ilyen fontosságot tulajdonítunk az országok közötti áramlásoknak. A komparatív előnyre épülő klasszikus közgazdasági, vagy a nemzetközi versenyelőnyre építő üzleti-stratégiai (porter) megközelítéseknek egyaránt helyük van a felsőoktatási ágazatban is. Miként az is vizsgálható, hogy a *nemzetközi piacra lépés* különböző módozatai (export, licencátadás, termelési kooperáció, közös vállalat, stratégiai szövetség) közül melyik jelenik meg a felsőoktatásban.

Jelen TÁMOP kutatásunkban objektív statisztikai adatokra támaszkodva írjuk le a folyamatokat. Megpróbáljuk rendszerezni azokat az információs forrásokat, amelyek már most is rendelkezésre állnak, és amelyekből kutató munkával további hasznos információk nyerhetők. (A TKA támogatásával, a Bologna Füzetek sorozatban megjelent két tanulmányban részben ezt tettük.)

### *Mobilitás*

A legrészletesebb adatokkal az ERASMUS program keretében történő hallgatói, tanári és adminisztratív dolgozói mobilitást illetően rendelkezünk. Ez az a terület, amit a program résztvevői a 2020-ra megfogalmazott stratégiai célok közé számszerűsítve is megjelentettek.

*„Felhívunk minden országot a mobilitás növelésére, biztosítva annak magas minőségét illetve változatosabbá téve a mobilitás típusait és szélesítve hatókörét. 2020-ban az Európai Felsőoktatási Térség végzős hallgatói legkevesebb 20 százalékának kell külföldi tanulmányi vagy képzési tapasztalatokkal rendelkeznie.”*

*(Európa felsőoktatásért felelős minisztereinek nyilatkozata  
Leuven és Louvain-la-Neuve, 2009. április 28-29)*

Ha minden igaz, akkor ez a szám meg fog jelenni a magyar felsőoktatási törvény koncepciójában is, mint a nemzeti Felsőoktatási Térség (NFT) egyik elvárt jellemzője. Ha rápillantunk az 1. mellékletre, akkor látjuk, hogy ez nem is olyan ambiciózus cél, hiszen csak az ERASMUS révén már a 8% tájékán vagyunk. A kiutazó hallgatók száma (4057) azonban

kb. 35%-kal meghaladja a beutazó hallgatókét (2478) a 2008/2009 tanévben (2. táblázat). Ez azt jelzi, hogy makro szinten is erőfeszítéseket kell tenni a külkereskedelmi forgalom kiegyenlítésére. Emiatt is érdekes azt vizsgálni, hogy miként állunk:

országok,  
tudományterületek,  
intézmények

szerint a cserében.

Itt most csak a hallgatói mobilitást vizsgálva, és Magyarországot Németországgal összehasonlítva, azt látjuk, hogy mindkét ország deficittel küzd a beutazást/fogadást illetően, de a mértéke más. Az Erasmus mobilitásban résztvevő 198 568 hallgatónak mi az 1,2%-át fogadtuk, míg a németek a 11%-át. Ha viszonyítási alapként az ország lakosságát nézzük, akkor Németország 8-szor nagyobb nálunk. Küldő országgént azonban csak 7-szer több hallgatót küld, míg fogadóként 9-szer több hallgatót fogad. Ez azt jelenti, hogy a „kereskedelmi forgalomban” nagyjából lakosság arányosan veszünk részt. Viszont az egymás közötti forgalomban nagy deficittel küzdünk. Két és félszer annyi magyar diák utazik Németországba, mint amennyi német diák hozzánk jön. Ez azért is meglepő, mert a fizetős orvos képzésben viszont sok német tanul nálunk. Ezek szerint ennek nincs pozitív hatása a csereprogramokra.

2. táblázat Hallgató Erasmus mobilitás 2008/2009-es tanévben Magyarország és Németország között

Küldő ország	Fogadó ország			Összes %
	Magyar	Német	Összes	
Magyar		954	4 057	2,0
Német	388		27 894	14,0
Összes	2 478	21 939	198 568	100,0
Összes %	1,2	11,0	100,0	

### *Tudományos kutatás*

A Magyar Tudományos Akadémia minden második évben beszámol a Parlamentnek az elmúlt két év hazai tudományos kutatásairól, a nemzetközi megjelenésről. A nemzetközi szereplést az ISI *Web Of Science* (WOS) alapján értékeli, jóllehet az akadémiai világ egy része kétkedéssel fogadja ezeket a számokat. Véleményünk szerint sok más indikátor mellett, ennek is helye van általában a kutatás, de kiemelten a kutatások nemzetközi „értékesítése” szempontjából. Az Erasmus mobilitáshoz hasonló adatbázissal rendelkezünk, amelynek egy egyetemekre és tudományterületekre lebontott, idősoros elemzésére nyújt lehetőséget a TexTrend szoftver, amely a [www.hungarianscience.org](http://www.hungarianscience.org) honlapon érhető el. Az adatbázis feldolgozásának filozófiájáról, módszeréről, illetve az első eredményekről Kampis et. Al (2011) számol be. Az adatbázis az elmúlt 10 esztendőben (2001-2010) 59 694 dokumentumot regisztrált, amelynek legalább egy magyar szerzője volt. 9 olyan intézmény volt ahonnan évente legalább 100 publikációt jegyeztek a munkatársak. Ezek rendre: MTA (18 526), SOTE (7961), SZTE (7533), ELTE (6873), DE (6401), BME (5208), PTE (4327), SZIE (2076), Pannon (1767). A 10. helyen álló CEU a 668 publikációval, már évente csak 60-as publikáció számot mutat. A 27 legtöbbet publikáló intézmény között viszont megjelent a Richter Gedeon és az EGIS is.

A fenti rendszerekben vizuálisan is kimutathatóan, a közgazdasági, üzleti, menedzsment témájú publikációk alacsony részesedéssel szerepelnek. Ezért is érdemes őket külön is vizsgálni, miként tettük a TKA megbízásából folytatott kutatásban. (Berács-Malota-Zsótér:2010). Ebben a magyarországi 20 doktori iskola törzstagjainak a publikációit a WOS és a Google Scholar alapján elemeztük. Ezek szintén jó mutatói a nemzetközi piaci értékelésnek.

## Felsőoktatási intézményi megfelelés

Minden olyan mutató, amely az 1. táblázat akármelyik szintjén is készül, alkalmas arra, hogy intézményi szinten is elemezzük. A nemzetköziesedés kulcsszó alapján lehet tájékozódni arról, hogy miként is jelennek meg az egyetemek szervezeten a nemzetközi piacon. A TKA megbízásából folytatott kutatásban az intézményfejlesztési terveket, valamint az angol nyelvű honlapokat értékeltük. (Berács-Huber-Nagy:2009) sok fenti mutató alapján.

Stratégiai szempontból az egyik legfontosabb kiindulási pont, hogy megjelenik-e a nemzetköziség az intézmény *küldetésében*, víziójában. További kérdés, hogy milyen nemzetközi akkreditációnak felel meg az intézmény. Az üzleti tudományok terén ilyen pl. az amerikai AACSB, vagy az európai EFMD által odaítélt Equis, vagy EPAS minősítés.

További szempont, hogy a nemzetközi rangsorokban (AWRU, Financial Times, THES, Webometrics) milyen helyet foglal el az intézmény. Ezekben általában megjelennek olyan paraméterek, mint külföldi hallgatói arány, vagy külföldi oktatók aránya, stb. Ezeknek való megfelelés az intézményi vezetéstől komoly erőfeszítéseket követel.

A *Nottinghami Egyetem* nemzetköziesedési stratégiája a következő súlypontokat fogalmazza meg:

- ő álljon legközelebb Angliában ahhoz, hogy igazi globális egyetem legyen
- Egyedi a nemzetközi elérhetőség alapján
- Régi hagyományokkal rendelkezik a nemzetközi tanárok és diákok vonatkozásában
- A nemzetközi partnerek kiterjedt hálózata
- 3 nemzetközi Campus

A nemzetköziesedés „miértjére” és „hogyanjára” egyértelmű válaszokat tudnak adni. Vezetők Angliában a külföldi reguláris hallgatók számában (több mint 7000). Ezen felül közel 1000 hallgatót küldenek külföldre részképzésre. Egyetlen intézmény, amelynek két külföldi Campusa is van Kínában és Malajziában. Equis akkreditációval rendelkezik.

A moszkvai Plekhanov Közgazdasági Egyetem nemzetköziesedésének négy fő iránya van:

- tantárgyak, szakok indítása angol nyelven
- a tanári kar fejlesztése, képessé tétele a nemzetközi megmérettetésre
- minőségi kapcsolat a partnerintézményekkel
- szolgáltatás (ügyfél) orientált környezet kialakítása

Az oroszországi környezetben 2. helyen álló intézmény elindult az EPAS akkreditáció megszerzése irányába.

## Hivatkozott irodalom

Berács József (2008): Tudásexport a felsőoktatásban: egy hierarchikus megközelítés, *Competitio*, 7(2), 35-48

Berács J.- Huber J.- Nagy G. (2009): A magyar felsőoktatás nemzetköziesedésének folyamata 1, Bologna Füzetek 3, TKA, Budapest

Berács J. – Malota E.- Zsótér (2010): A magyar felsőoktatás nemzetköziesedésének folyamata 2, Bologna Füzetek 8, TKA, Budapest

Kampis György – Soós Sándor – Gulyás László (2011): A magyar tudomány intézményi szerkezete és kompetenciái, 2001-2010 a Reuters-Thomson – ISI Web of Science adatbázis alapján, *Magyar Tudomány*, 172(8), 963-980

Kornai János (2011): *Gondolatok a kapitalizmusról*, Akadémiai Kiadó, Budapest

### 1. melléklet Kiutazó Erasmus hallgatók a végzett hallgatók arányában

Év	Végzettek száma	Erasmus hallgatók	végzettek%
1998	38609	856	2,22
1999	42351	1624	3,83
2000	46978	2001	4,26
2001	47536	1734	3,65
2002	50505	1829	3,62
2003	52812	2058	3,90
2004	53514	2315	4,33
2005	57162	2669	4,67
2006	53114	3031	5,71

2007	51458	3736	7,26
2008	49190	4057	8,25
2009	53301	4140	7,77
...			
2020	...	...	20,00

Forrás: Tempus Közalapítvány honlap