

МОНГОЛ УЛСАД СУРАЛЦАЖ БУЙ ГАДААД ОЮУТНУУДЫН СЭТГЭЛ ХАНАМЖИЙН СУДАЛГАА

С.Энхтуяа^{1,a}, Г.Эрдэнэцогт^{2,b}, А.Дөлгөөн^{3,c}

^{1,2,3} Мандах Их Сургууль

tuya@mandakh.edu.mn, erdenetsogt@mandakh.edu.mn, dulguun.a@mandakh.edu.mn

Хураангуй

Тус судалгааны зорилго нь Монгол Улсад суралцаж буй гадаад оюутнуудын сэтгэл ханамжийн судалгаанд тулгуурлан дээд боловсролын экспортын өнөөгийн байдал, түүнд тулгамдаж буй асуудлыг шийдвэрлэх боломжийг тодорхойлох явдал юм. Судалгаандаа бид Монгол Улсын 9 их, дээд сургуульд гадаадын 9 орноос суралцаж буй нийт 277 гадаад оюутны санал асуулгыг цахим хэлбэрээр авсан бөгөөд судалгааны боловсруулалтыг SPSS програм дээр гүйцэтгэв. Суралцаж буй нийт оюутны тоонд гадаад оюутны эзлэх хувь хэмжээг нэмэгдүүлэх нь тухайн их сургуулийн хувьд олон улсад өрсөлдөх чадвар, сургалтын үйл ажиллагаанаас олох орлого болон сургуулийн чансаагаа ахиулах зэрэг боломж олгодог бол улс орны хувьд санхүүгийн болон бусад олон төрлийн үр ашгийг бий болгодог байна.

Түлхүүр үг: Боловсролын худалдаа, боловсролын экспорт, глобал боловсрол, их дээд сургуулийн чансаа, түүвэр олонлог, гадаад оюутан

ОРШИЛ

Сүүлийн жилүүдэд дотоодын их, дээд сургуулиуд Азийн болон дэлхийн сургуулиудтай өрсөлдөх чадвараа сайжруулж, чансаагаа ахиулах зорилт дэвшүүлэн ажиллах болсон. Их сургуулиудын зэрэглэл тогтоодог хэд хэдэн байгууллага байдаг ч ARWU, QS, THEWUR гурав нь олон улсад хамгийн их хүлээн зөвшөөрөгддөг байна (Pavel, 2015). Үүнээс QS-ийн гаргасан аргачлал нь дотоодын сургуулиудад илүү дөхөм шалгуур үзүүлэлтүүдийг ашиглаж байна. Энэхүү аргачлалд тухайн сургуулийн нийт оюутны тоонд гадаад оюутны эзлэх хувь 5-аас доошгүй байх ёстой гэж үздэг. Гэвч Монгол Улсын дээд боловсролын 95 байгууллагад 148 мянган оюутан суралцаж байгаагийн 1 хүрэхгүй хувийг гадаадын 34 орны 959 оюутан бүрдүүлж байна. Иймээс дотоодын их сургуулиуд олон улсын их сургуулиудтай өрсөлдөх чадвараа дээшлүүлж, зэрэглэлээ ахиулахын тулд нийт оюутны тоонд гадаад оюутны эзлэх хувь хэмжээг нэмэгдүүлэх шаардлага тулгарч байна.

Дэлхий ертөнц улам бүр даяаршиж, боловсрол нь хүртээмжтэй болохын хэрээр их, дээд сургуулийн оюутнууд гадаадад суралцах нөхцөл, боломж нь улам бүр нээлттэй болсоор байна. 21-р зууны гадаад худалдааны шинэ трендүүдийн нэгд тооцогдож буй дээд боловсролын экспортоос шууд болон шууд бус байдлаар олон талын ашиг олох боломж аль ч улсад нээлттэй хэвээр байна. Өдгөө гадаадад суралцаж байгаа нийт оюутнуудын тоо ойролцоогоо 7 саяд хүрч, дийлэнх нь АНУ, Англи, Австрали, Канад зэрэг оронд суралцаж байна. Дээд боловсролын экспорт нь зарим улсын эдийн засагт жинтэй хувь нэмэр оруулах болжээ. Тухайлбал, Австрали улсад суралцах сонирхолтой гадаад оюутны тоо сүүлийн жилүүдэд эрчимтэй нэмэгдэж байгаа ба тус улсын гурав дахь том экспорт болох дээд боловсролын экспортын эдийн засагт үзүүлэх нөлөө өмнөх оноос 22 хувиар өсөж 32.3 тэрбум долларт хүрчээ. Энэхүү орлого нь зөвхөн сургалтын төлбөрөөс орж байгаа бөгөөд зөвлөх үйлчилгээ, оюуны өмч ашигласны төлбөр, амьжиргааны зардал зэрэг бусад зардлыг нэмбэл үүнээс ч их орлогыг тухайн улсын эдийн засагт шууд бус байдлаар бий болгож байна.

Австрали улс нь 2025 он гэхэд жилд нэг сая орчим гадаад оюутан суралцуулж, ойролцоогоор 35 тэрбум долларын орлогыг боловсролын экспортын орлогоос олж байхаар зорилт дэвшүүлэн ажиллаж байна. Харин гадаадад суралцаж буй нийт оюутны 29 орчим хувийг БНХАУ болон Энэтхэг улсууд бүрдүүлж байна. Үүний араас Солонгос, Герман, Турк зэрэг улсууд орж байна. Өөрөөр хэлбэл, манай улсын өмнөд хөрш болох БНХАУ нь гадаадад суралцаж буй оюутны тоогоор дэлхийд тэргүүлж байгаа нь манай улсын хувьд

маш том зах зээл, боломж байгааг харуулж байна. Олон улсын боловсролын гадаад оюутнуудын эрэлт 2025 он гэхэд 7.2 сая болно гэсэн таамаглал дэвшүүлжээ (James, Barrlett, & Chadwick, 2001).

1. ОЛОН УЛСЫН БОЛОВСРОЛЫН ХУДАЛДАА БА ДЭЭД БОЛОВСРОЛЫН ЭКСПОРТ

1980-аад оноос улс орнуудын даяаршил эрчимжиж эхэлсэнтэй зэрэгцэн олон улсын дээд боловсрол ч мөн адил шинэ үе рүү шилжсэн. Энэхүү шалтгаан нь тухайн үндэстний бодлого, шинж чанар, онцлогоос ихээхэн хамааралтай байна. Олон төрлийн хүчин зүйлүүд ялангуяа эдийн засгийн даяаршил, мэдээллийн технологийн дэвшил, зах зээл рүү чиглэсэн механизм зэргийг дурдаж болно. Иймээс 1990 оноос өмнөх үетэй харьцуулахад олон улсын боловсролд улс орнуудын эдийн засаг глобал түвшинд өрсөлдөөнт байдлаар илүү хүчтэйгээр нөлөөлж байна.

1990-ээд оноос олон улсын боловсролыг “Харьцуулсан боловсрол”, “Глобал боловсрол”, “Олон соёлт боловсрол” зэрэг ойлголтуудаас ялгах шаардлага тулгарах болсон. 21-р зуунд үндэстэн дамнасан боловсрол, хил хязгааргүй боловсрол, хил дамнасан боловсрол зэрэг ойлголтуудыг ялгаж харах шаардлага гарсан. Хил дамнасан боловсрол нь хүмүүс, хөтөлбөр, их дээд сургуулиуд, мэдлэг, санаанууд, төслүүд болон үйлчилгээнүүдийн улс үндэстнүүдийн хил дамнасан хөдөлгөөнийг хэлдэг. Хил дамнасан боловсрол гэх энэ ойлголт нь заримдаа хил хязгааргүй боловсрол, улс хоорондын боловсрол гэх ойлголтуудтай ижил утгатайгаар хэрэглэгддэг (Knight, 2006).

Дээд боловсролын хувьд олон улсжилт гэдэг нь үндэстэн, сектор, институцийн түвшинд олон үндэстэн, хоорондын соёлыг нэгтгэн дээд боловсролын хүргэлт болгох процесс юм (Knight, 2010). Харин Глобалчлал гэдэг нь шинэ технологиор бий болсон дэлхий нийтийн харилцан холбооны шууд үр дүн болон процесс юм. Үр дүнд нь мэдлэгийн түвшин болон хэрэглээнд асар өндөр хөгжил бий болдог ба дэлхий эдийн засаг болон санхүүгийн системийн хоорондын хамаарал болон нэгдэл байнгын нэмэгдэж байна (Grunzweig, 2002). Олон улсжилт болон глобалчлалын хамаарлыг тэрээр тайлбарлахдаа, “Глобалчлал бол нэгэн төрлийн процесс бөгөөд олон салбаруудад нөлөөлж байгаа мөн дээд боловсролд ч мөн адил нөлөөлж байна хэмээсэн. Олон улсын боловсрол нь глобалчлалын нэг төлөөлөл мөн бөгөөд глобалчлалын хариу үйлдэл юм” гэж хэсэн байна (Knight, 2003).

Боловсрол нь бараа бүтээгдэхүүн болохын хувьд нэгдүгээрт, боловсрол хүмүүн капиталыг бий болгодог ба ажилчдын илүү бүтээлч болгодог. Хоёрдугаарт, боловсрол нь улс орнуудын инновацлаг байдлыг нэмэгдүүлдэг ба энэ нь өнөөгийн мэдлэгийн эдийн засагт өсөлт болон өрсөлдөх чадварын урьдчилсан нөхцөл болдог. Боловсрол болон тухайн хүний эдийн засаг дахь үнэ цэнийг бий болгох тухай ойлголт нь эдийн засагчдын дунд

ихээхэн чухал хэлэлцүүлгийн сэдэв болоод байна. Үүнийг Адам Смит үеэс яригдаж эхэлсэн боловч 1980-аад оноос цэцэглэн хөгжсөн байдаг (Sahlberg, 2011).

Боловсролын зах зээл гэж нэрлэхэд хэрэглэгч болон бүтээгдэхүүнийг нь бас тодорхойлох хэрэгтэй болдог учир одоо ч гэсэн судлаачдын дунд маргаан үүсгэсэн хэвээр байна (Hemsley-Brown, 2006), (Maringe.F, 2005), (Naidoo, 2006), (Umashankar, 2001). Хувь хүмүүст боловсрол нэг талаасаа бол зэрэг, ур чадвар, статус, холбоо харилцаагаар эдийн засаг болон нийгмийн статусдаа хөрөнгө оруулж буй хөрөнгө оруулалт бол нөгөө талаас магадгүй хүмүүн капиталын хөгжил нь худалдан авч болох бүтээгдэхүүн болж болно (Spring, 2009). Үндэсний боловсролын системийн сайн гүйцэтгэл нь ард иргэдийн амьжиргаа, эдийн засгийн өсөлттэй шууд холбоотой. Иймээс засгийн газрууд маш идэвхтэйгээр мэдлэгийн эдийн засаг мөн олон улсын өрсөлдөөний эрин үе гэх ойлголтуудад анхаарлаа хандуулж байна (Simola, 2013).

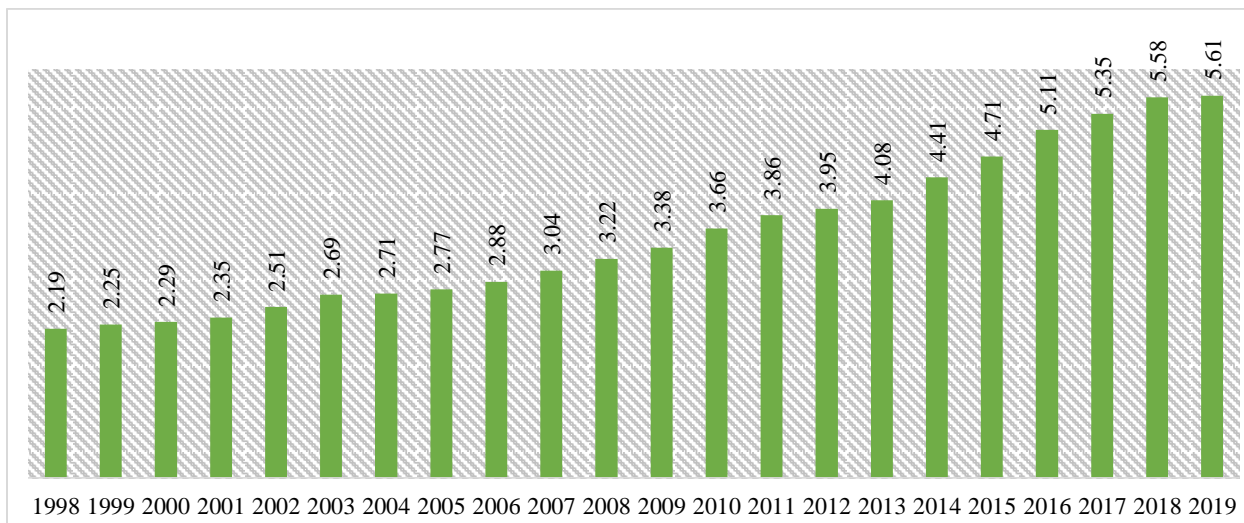
Нэг улсаас нөгөө улсад сурах нь 2 талтай бөгөөд хамгийн ихээр улс орнуудын бодлогодоо тусгаж өгсөн асуудал бол гадаад оюутнуудыг өөртөө татах явдал юм. Эхний хэсэгт өгүүлж байсанчлан глобалчлал дээд боловсролын өрсөлдөөнийг бий болгож нэр хүндийн асуудал болсон бол нөгөө төлөөс ашиг ихээр яригдах болсон гэдгийг дээр дурдсан. Оюутнууд гадаад руу явах шалтгаан нь тухайн орны засгийн газрын бодлого, дэлхийн эдийн засаг, эдийн засаг ба улс төрийн нөхцөл байдлаас ихээхэн шалтгаалдаг байна (Altbach, 1991). Гэвч оюутнуудын тухайн улсад суралцах шалтгааныг үндсэн 2 ангилж болох бөгөөд нэгдүгээрт тухайн орны соёл онцлог нөлөөлдөг бол хоёрдугаарт тухайн улсын боловсролын систем тэр дундаа сургуулиудын зэрэглэл хамгийн ихээр нөлөөлөл үзүүлдэг байна (Knight, 2006).

2. БОЛОВСРОЛЫН ХУДАЛДАА БА ДЭЭД БОЛОВСРОЛЫН ЭКСПОРТЫН ӨНӨӨГИЙН БАЙДАЛ

2020 онд дээд боловсролын байгууллагууд дэлхий даяар COVID-19 цар тахлын тархалтыг хянах зорилгоор хийгдэж буй арга хэмжээнүүдээс шалтгаалан зарим улсад хаагдаад байна. Энэ нь одоо суралцаж буй гадаад оюутнуудад маш ихээр нөлөөлөхөөс гадна ирээдүйн оюутнуудын шилжилт хөдөлгөөнд хүртэл нөлөөлж байна. Энэхүү тусгаарлалт, хөл хорио нь тасралтгүй сурах үйл ажиллагаа, хичээлийн материалын дамжуулалт, мөн оюутнуудын зэргийн талаарх бодолд нөлөөлж байна. Үүнд мэдээж хүлээн авагч орны гадаад оюутнуудын цар тахлын үеэрх асуудал, хэрэгцээ шаардлагыг хэрхэн зохицуулж байгаа хэлбэр маш ихээр нөлөөлж байгаа. Эдгээр өөрчлөлтүүд ирэх жилүүдийн олон улсын оюутнуудын шилжилт хөдөлгөөнд нөлөөлөх нь тодорхой болоод байна. Хүлээн авагч орны хувьд эерэгээр эсвэл сөргөөр нөлөөлөх боломжтой.

Сүүлийн 20 жилийн турш олон улсын оюутнуудын шилжилт хөдөлгөөн байнгын өргөжиж ирсэн. 2019 онд нийт 5,6 сая оюутан сурах зорилготойгоор хилийн дээс алхсан байна. Энэ тоо нь 2005 оныхоос 2 дахин их байгаа юм. 1998-аас 2019 оны хооронд дундажаар олон

улсын оюутнуудын шилжилт хөдөлгөөн 4.8% өссөн байна. Эдийн засаг хамтын ажиллагаа хөгжлийн байгууллын (ЭЗХХБ) гаргасан тооцооллоор ЭЗХХБ гишүүн орнууд ихэнх гадаад оюутнуудыг хүлээн авсан ч гишүүн бус орнууд дахь гадаад оюутнуудын тоо эрс нэмэгдэж байгааг онцолсон. Гишүүн бус орнууд дахь гадаад оюутнуудын дундаж өсөлт 6.2%, гишүүн орнууд дахь гадаад оюутнуудын дундаж өсөлт 4.3% байна (OECD, 2020). ЭЗХХБ-ын гишүүн бус орнуудын жилийн хөдөлгөөнт оюутнуудын өсөлт 2004 онд 0.3%-иас 2008 он хүртэл 18% болж өссөн, гишүүн орнуудын хувьд 2004 онд 0.7% байсан бол 2008 онд 8% болж өссөн байна. Гэсэн хэдий ч сүүлийн жилүүдэд гишүүн бус орнуудын гадаад оюутнуудын өсөлт удааширч байна (OECD, 2020).



Зураг 1. Дэлхийн нийт оюутнуудын хөдөлгөөн, саяар (Эх Сурвалж: UNESCO institute for Statistics, OECD/UIS/Eurostat)

2019 онд ЭЗХХБ-ын гишүүн орнуудын нийт дээд сургуулийн оюутнуудын ердөө 2% нь гадаад улсад суралцсан байна. Исланд, Люксембург, Словак улсын оюутнууд хамгийн ихээр гадаад дээд сургуулийн оюутан болж байна. Газарзүйн хувьд ойрхон байдал, хэл, түүхэн холбоо, улс төрийн болон хамтын ажиллагаатай эсэх зэрэг нь улсыг сонгох шалтгаан болж байна.

Өнөөдөр Монгол Улсад үйл ажиллагаа явуулж буй дээд боловсролын сургалтын 95 байгууллагад 148 мянган оюутан суралцаж байгаагийн 0.65 хувийг гадаадын 34 орны 959 оюутан бүрдүүлж байна. Мөн гадаад оюутнуудын тоо өмнөх оноосоо 57.8 хувиар буурчээ. Дээд боловсролын 38 байгууллагад суралцаж буй гадаад оюутнуудын 40 хувь нь бакалавр, 37.5 хувь нь магистр, 22.5 хувь нь докторын сургалтын хөтөлбөрт хамрагдаж байна. Гадаад оюутнаас жилд орж ирэх сургалтын төлбөрийн орлого 213.6 орчим сая төгрөг байгаа нь манай улсын эдийн засагт оруулах бодит хувь нэмэр маш бага болохыг харуулж байна. Иймд өөрийн орны дээд боловсролыг экспортох замаар хүртэх боломжтой шууд болон шууд бус үр өгөөжийг нэмэгдүүлэх шаардлагатай. Тухайлбал, нийт оюутны тоонд гадаад оюутны эзлэх хувийг нэмэгдүүлэх замаар олон улсад хүлээн зөвшөөрөгдсөн

шилдэг их сургуулиудын чансаагаа ахиулах зэрэг бодит хэрэгцээ дотоодын томоохон их сургуулиудын өмнө байсан хэвээр байна.

3. МОНГОЛ УЛСАД СУРАЛЦАЖ БУЙ ГАДААД ОЮУТНУУДААС АВСАН СУДАЛГААНЫ ҮР ДҮН

Судалгааны энэ хэсэгт Монгол Улсад суралцаж буй гадаад оюутнуудын сэтгэл ханамжийн судалгаанд тулгуурлан дээд боловсролын экспортод тулгамдаж буй зарим асуудлыг шийдвэрлэх боломжийг тодорхойлохыг зорив. Үүний тулд бид манай улсын 9 их, дээд сургуульд гадаадын 9 орноос суралцаж буй нийт 277 оюутны санал асуулгыг бид цахим хэлбэрээр авсан. Энэхүү түүвэр олонлог нь нийт олонлог болох 959 оюутны 28.9 хувийг бүрдүүлж байгаа ба эх олонлогийг төлөөлөх чадвартай гэж үзсэн. Өөрөөр хэлбэл, (James, Barrlett, & Chadwick, 2001) нарын судалгаанд үндэслэн сонгосон түүвэр нь 95%-н итгэх түвшинд эх олонлогийг тайлбарлах чадвартай байхаар тооцоолов.

Гадаад орноос тухайн улсад суралцаж буй оюутнуудын сэтгэл ханамжийн талаар хийсэн судалгааны ажил цөөнгүй байдаг. Тухайлбал, Анни болон бусадтай хамтран хийсэн судалгаанд нийт 2100 гаруй оюутан хамрагдсан бөгөөд энэхүү судалгааны үр дүнгээс харахад нийт оюутны 71% нь “Өөрийн харах өнцөгийг тэлэх хүсэлтэй” байсан учир гэж хариулсан бөгөөд 64 % нь “Өөр улсын соёлоос суралцах хүсэлтэй” гэсэн хариултыг өгчээ. Гэтэл үүнтэй бараг л ижил тооны оюутнууд “Өөрийн ажилд орох боломжийг нэмэгдүүлэх зорилготой” гэсэн бөгөөд 54% нь “Гадаад хэлний түвшингээ сайжруулах хүсэлтэй” гэсэн байна (Anne, Apostolis, Audrey, & John, 2000).

Нийт 37 асуулт бүхий анкетын аргаар авсан судалгааг Google.docs ашиглан цахим холбоосоор авсан. Тус судалгаанд хилийн чанадаас манай улсын дээд боловсролын байгууллагад суралцаж буй оюутнуудын 63% буюу 175 нь эмэгтэй, үлдсэн 102 нь эрэгтэй оюутнууд байсан ба насны хувьд 18-30 насны оюутнууд дийлэнх хувийг (87%) эзэлж байна.

Судалгаанд хамрагдсан оюутнуудын хувь хөрш орнуудаас хамгийн их буюу БНХАУ-аас 75.5%, ОХУ-аас 19.1% /нийт түүврийн 94.6%/ -ийг эзэлж байна. Судалгаанд хамрагдсан оюутны ердөө 6.5 хувь буюу 17 нь монгол хэлний бэлтгэл ангид суралцдаг нь манай улсын их сургуулиудын гадаад багш нарын тоо болон дотоод багш нарын хэлний мэдлэг, ур чадвартай холбоотой гэж харж болох юм.

Хурдацтайгаар даяаршиж буй нийгэм, эдийн засгийн энэ үед манай улсад үйл ажиллагаа явуулж буй төрийн болон хувийн хэвшлийн бүх шатны боловсролын байгууллагуудад ажиллаж буй багш нарын тоо сүүлийн жилүүдэд өсөн нэмэгдэж байна. Гэвч боловсролын салбарыг хариуцагч яамнаас тухайн чиглэлийн хүрээнд нь гадаад багш нарын квотыг тогтоож (1000 гадаад багшаас хэтрэхгүй) өгсөн байдаг бөгөөд хуулийн хүрээнд мөн

тэдгээр ажиллах хүч нь холбогдох байгууллагаас шаардлага ханган, тэнцсэн тухай эрхийн бичиг авдаг байна.

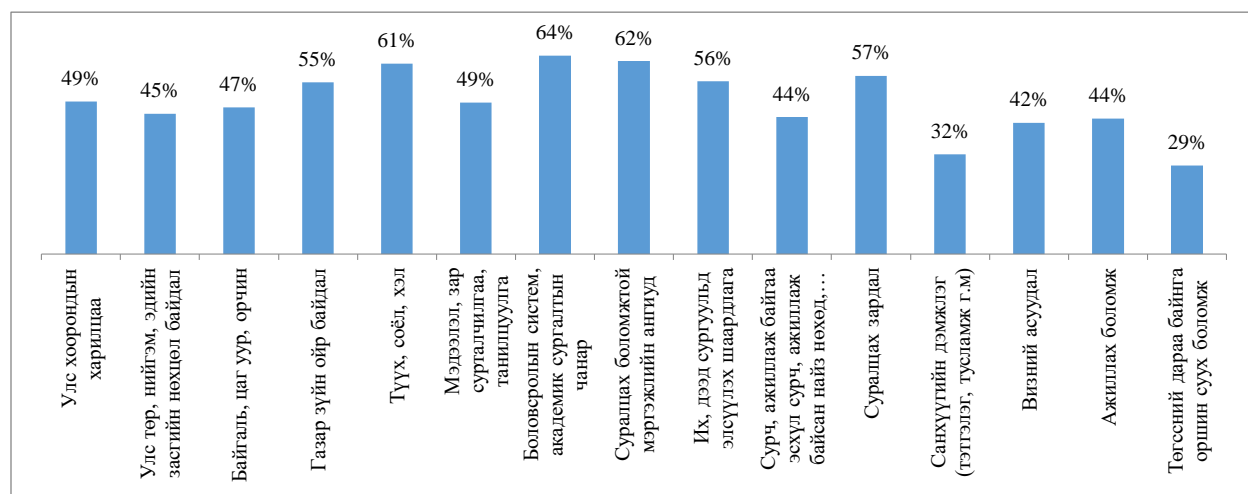
Суралцах орчин болон сургуулиа сонгоход гол төлөв өмнө нь суралцаж байсан ойр дотны хүний зөвлөгөөнд үндэслэдэг байна. Үүнээс манай орны их сургуулийн амжилт, чанарыг харах боломжтой байна. Мөн тухайн сургуулийн веб хуудаснаас мэдээллийг авч суралцах нь багагүй хувийг эзэлж байна. Харин сургуулийн хувьд сонгох шийдвэр гаргалтад нөлөөлөгч хүчин зүйлсийн хувьд дараах байдалтай байна. Үүнд:

Хүснэгт 1. Гадаад оюутнуудын сонголтод нөлөөлөгч сургуулийн хүчин зүйлс.

Хүчин зүйлс	Нөлөөлөөгүй	Бага зэрэг нөлөөлсөн	Нөлөөлсөн	Их нөлөөлсөн	Маш их нөлөөлсөн	Нөлөөллийн хувь
Их сургуулийн чанар	49	42	78	61	47	67.15%
Их сургуулийн нэр хүнд, байр суурь	54	44	79	51	49	64.62%
Сургалтын төлбөр	64	40	71	58	43	62.09%
Санхүүгийн дэмжлэг	115	49	59	35	19	40.79%
Тухайн сургуульд сурч байсан болон суралцаж буй хүмүүс	80	36	68	44	49	58.12%
Тухайн сургуулийн сургалтын хөтөлбөр	97	49	69	42	19	46.93%
Харилцаа холбоо, мэдээллээр хангах байдал	87	64	69	39	18	45.49%
Сургуулийн зэрэг, дипломын нэр хүнд	67	45	68	55	42	59.57%
Сургуулийн байршил (хотын төв г.м)	87	51	68	41	26	48.74%
Сургуулийн барилга байгууламж, технологи	79	42	84	56	15	55.96%
Гадаад оюутан элсүүлэх нөхцөл	76	28	60	70	43	62.45%
Сургуулийн танилцуулга	79	46	86	40	25	54.51%

Дээрх хүчин зүйлсээс харахад бүхий л үзүүлэлт тодорхой хэмжээнд заавал нөлөөлдөг байна. Энд хамгийн хүчтэй нөлөөлж буй хувьсагчид нь их сургуулийн чанар, нэр хүнд, гадаад оюутан элсүүлэх нөхцөл болоод сургалтын төлбөрийн асуудлууд байгаа бол сургуулийн зэрэг, дипломын чанар, бусад хүмүүсийн нөлөөлөл зэрэг нь мөн багагүй нөлөөлдөг байна.

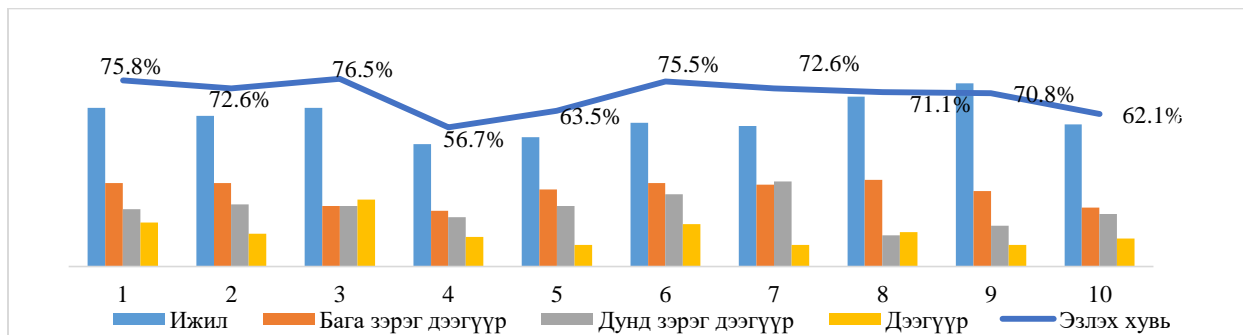
Тухайн сургуулийг сонгон суралцахдаа оршин буй нутаг дэвсгэр, онцлог, соёл, зан заншил болоод нийгэм, эдийн засгийн үзүүлэлтүүдийг давхар харж дүгнэх нь зүйтэй. Энэ нь өөр улсын оюутнуудын хувьд багагүй чухал зүйл бөгөөд эрүүл, аюулгүй, амар тайван суралцах нөхцөл бололцоог бүрдүүлж байх ёстой юм.



Зураг 2. Гадаад оюутнуудын сонголтод нөлөөлөгч улсын хүчин зүйлс

Оюутны сонголтод манай улсын хүчин зүйлс нь хэрхэн нөлөөлдөг болохыг дээрх хүснэгтээс харвал боловсролын систем, академик сургалтын чанар, суралцах боломжтой мэргэжлийн ангиуд, түүх, соёл, суралцах зардал, улс орны байршил, их, дээд сургуульд элсүүлэх шаардлага зэрэг хүчин зүйлсийг хамгийн ихээр харгалзан үзсэн байна. Харин тэтгэлэг, тусламж, байнгын оршин суух боломж зэрэг хүчин зүйлс төдийлөн их нөлөөлдөггүй байна. Энэ нь манай оронд суралцаж буй оюутнуудын дийлэнх хэсэг нь хөрш, зэргэлдээ ойр байрлах улсуудаас ирж суралцдагтай холбоотой.

Манай улсын сургуулиудын хувьд оюутан элсүүлэн, бэлтгэж буй мэргэжлийн ангиудын хувьд харьцангуй төрөлжилт муутай гэж хэлж болохуйц байдаг. Иймд дотоодод нэр хүнд сайтай, үйл ажиллагаагаа тогтвортой явуулдаг их, дээд сургуулиудыг мэргэжлийн ангиудаа төрөлжүүлэхэд бодлогын хүрээнд зохицуулалт хийх хэрэгтэй. Үүнийг дагаад улсын боловсролын систем ч хөгжиж даяаршин буй нийгэмд боловсролын эерэг нөлөөллийг бий болгон их, дээд сургуулиудын үйл ажиллагаа сайжирч, өрсөлдөх чадвар дээшлэн улсынхаа боловсролын экспортыг чанартай, тасралтгүй хийхэд чухал үр нөлөөтэй хэмээн үзэж байна.



Зураг 3. Гадаад оюутнуудын төсөөлөл болон бодит байдлын зөрүү

Судалгаанд хамрагдсан оюутнуудын суралцахаас өмнөх үеийн төсөөлөл болон бодит байдлын зөрүүг харуулахын тулд бодит байдал болон төсөөлөл таарч байсан эсвэл бодит байдал нь төсөөллөөс илүү байсан гэсэн хариултуудыг хувиалан харуулав. Энд сургалтын төлбөр, сургалтын чанар болон барааны үнэ зэрэг хүчин зүйлс нь оюутны төсөөлөлтэй таарах буюу бодит байдал илүү байсан нь түүврийн судалгаанд оролцогчдын 75-77 хувийг эзэлж байна. Харин хамгийн тааруу үр дүн нь хүрээлэн буй орчин болон оюутанд үзүүлэх үйлчилгээ зэрэг байв. Энэхүү үзүүлэлт нь төсөөллөөс доогуур гарчээ. Уг зургийг задлан гадаадын оюутнууд суралцаж буй сургуулийн орчин болон хөтөлбөрийн чанарыг хэрхэн үнэлж буйг харвал тухайн сургуулийн орчин үеийн хэрэгцээнд нийцсэн техник, тоног төхөөрөмж муутай, оюутны хоолны газрын орчин, чанар муу зэрэг үзүүлэлтүүд гарчээ. Судалгаанд хамрагдсан нийт оюутны 93% нь сургалтын төлбөрийг өөрөө санхүүжүүлдэг, 93.5% нь амьжиргааны зардлаа мөн өөрөө санхүүжүүлдэг бол 7 нь буюу 2.5% нь Монгол Улсын Засгийн газрын тэтгэлгээр сургалтын төлбөрөө төлж, мөн 7 нь өөрийн орны Засгийн газрын тэтгэлгээр манай улсад суралцдаг байна. Монгол Улс эдгээр оюутны 5-ынх нь амьжиргааны зардлыг мөн тэтгэлэг буюу давхардсан тоогоор нийт 12 оюутныг тэтгэлэгт хөтөлбөрөөр өөрийн улсад сургаж байгаа нь тун хангалтгүй үзүүлэлт юм.

ДҮГНЭЛТ

Тус судалгаагаараа бид Монгол Улсад суралцаж буй гадаад оюутнуудад тулгамдаж буй асуудлууд, түүнийг шийвэрлэх, дээд боловсролын экспортыг нэмэгдүүлэх боломжийг эрэлхийлсэн билээ. Дээд боловсролын экспорт нь тухайн сургууль болон улс орны нийгэм, эдийн засагт маш олон талын үр ашгийг авчирдаг боловч бусад улстай харьцуулахад манай улсын дээд боловсролын экспорт хангалтгүй байна.

Дотоодын их сургуулиудад суралцаж буй гадаад оюутнуудын сэтгэл ханамжийн судалгаанаас харахад маш олон шийдвэрлэх ёстой асуудал гарч ирж байна. Өөрөөр хэлбэл, сургууль, сургалтын чанар, амьдрах орчин зэрэг аль ч асуулгын хувьд дийлэнх нь дундаж гэсэн үнэлгээ авсан байгаа тул бүхий л үзүүлэлт дээр анхаарч ажиллах нь зүйтэй болохыг харуулж байна. Тэр дундаа гадаад оюутныг дэмжих, үнэн зөв үнэлэх, номын

сангийн, анги танхимын хүрэлцээ, орчин зэргийг илүү сайжруулах тал дээр анхаарах хэрэгтэй юм. Эдгээр дутагдалтай зүйлээс үүдэн дээд боловсролын экспорт буурах, их дээд сургуулиудын нэр хүнд, чансаа болон өрсөлдөх чадвар буурах зэрэг сөрөг үр дагаварууд бий болж байна.

Үүнээс гадна гадаад оюутан элсүүлэн суралцуулах их, дээд сургуулиудын хувьд өөрсдийн веб хуудсыг хамгийн түгээмэл дэлхийн хэлээр хүргэх, цаг үеийн мэдээ, мэдээллийг тогтмол шинэчлэн нээлттэй түгээж байх, сургалтын чанарыг тасралтгүй сайжруулах тал дээр шат дараалсан арга хэмжээ авч хэрэгжүүлэх, туршлага солилцох, төлбөрийн хөнгөлөлт үзүүлэх зэрэг олон асуудлыг цогц байдлаар шийдэх шаардлагатай байна.

АШИГЛАСАН НОМ ЗҮЙ

(CELT), C. f. (2020). *Introduction to Hybrid Teaching*. Creative Commons BY-NC-SA 4.0.

A.Kamakura, W., P.Novak, T., E.M.Steenkamp, J.-B., & M.M.Verhallen, T. (1993). Identifying Pan-European Value Segments With a Clusterwise Rank-Logit Model. *Journal of Applications en Marketing*, 1-24.

Altbach. (1991). Impact and adjustment: Foreign students in comparative Perspective. *International higher Education*, 305-323.

Anne, W., Apostolis, D., Audrey, H., & John, W. (2000). Reasons for studying abroad: A survey of EU students studying in the UK. *European Conference on Educational Research*. Edinburgh.

Black, G. (2002). A Comparison of traditional, online and hybrid methods of course delivery. *Business Administration online*, 2.

Boyarsky, K. (2020 оны June 12). owllabs.com: https://www.owllabs.com/blog/hybrid-learning?fbclid=IwAR0wc6hCjhEmhhewgI0rTN-zwdvOINyTwZqzy5b3AaZP5QT1nxlDO_Y4mfA#hybrid-learning-environment-ээс
Гаргасан

Dibb, S., Stern, P., & Wensley, R. (2002). Marketing Knowledge and The Value of Segmentation. *Marketing Intellingence*, 113-119.

Driscoll, M. (2002). Blended Learning: let's get beyond the hype, E-learning.

Dupage. (2016). An Introduction to Hybrid Teaching. *Learning Technologies*, 3.

Fullon, M. (2007). The new meaning of educational change (4th edition). *Teachers College Press*.

- Grunzweig, W. a. (2002). Rockin' in Red Square: Critical Approches to International Education in the Age of Cyberculture . 7.
- Hemsley-Brown, J. &. (2006). Universities in a competitive global marketplace: A systematic review of the literature on higher education marketing. *International Journal of Public Sector Management*, 316-338.
- Ho, J., & Weinberg, C. B. (2011). Segmenting consumers of pirated movies. *Journal of Consumer Marketing*, 252-260.
- Hou, J. &. (2011). Hybrid learning in lifelong learning implementation. *Hybrid Learning: 4th International Conference*, 129-134.
- Ibrahim, A. Y. (2011). The effects of using PBWorks in a hybrid collaborative class environment on students' academic achievement. (*Doctoral dissertation*). Retrieved from.
- Ilgu, A. K. (2015). Faculty Perspectives on Benefits and Challenges of Hybrid Learning. *122nd American Society for Engineering Education Annual Conference and Exposition 2015: Making Value for Society*. Seattle, Washington, USA.: American Society for Engineering Education (ASEE).
- James, E., Barrlett, W., & Chadwik, C. (2001). Organizational Research: Determining Appropriate Sample Size in Survey Research. *Information rechnology, learning and performance journal*, vol.19.
- Jason, G. (2013). The History of Cinema and America's Role in It:Review Essay of Douglas Gomery and Clara Pafort-Overduin's Movie History: A Survey. *Reason Papers*, 170-186.
- Kevin. (2018). Vovabulary. *VJ*, 2.
- Knight, J. (2003). Interview with Jane Knight.
- Knight, J. (2006). *Higher Education Crossing Borders: A guide to the implications of the General Agreement on Trade in Services for Cross-border education*. Unesco, Paris.
- Knight, J. (2010). Updating the defintion of internationalization. 2-3.
- Kotler, P. A. (1999). *Principles of Marketing*. (Second European Edition ed.). Upper Saddle River: Prentice Hall.
- Lin, Q. (2008). Student Views of Hybrid Learning. *Journal of Computing in Teacher Education*, 57.
- Marchand, J., & Khallaayoune, Z. (2010). 'LOV' and the big screen: A value-syste segmentation of movie goers. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 177-188.
- Maringe.F. (2005). *Interrogating the crisis in higher education marketing: the CORD model*.

- Matthews, D. (1999). The origins of distance education and its use in the United States. *T.H.E. Journal* , 54-66.
- MILLER, K. (2020 оны August 13). parade.com: https://parade.com/1074173/korinmiller/what-is-hybrid-learning/?fbclid=IwAR0os6VlugSGSRXfAVJjpID3Ht_34BuXSjGz4ZBgtmc9hJua7ZvDZuuJFv8-ээс Гаргасан
- Mohajan, H. (2018). Quality research Methodology in Social Science and Related Subjects. *Journal of Economics Development, Environment and People*, 23-48.
- Moore.G.M. (2013). Handbook of Distance Education. *New York Routledge*.
- Muin, R. C., S.PAngemanan, S., & V.J.Tielung, M. (2019). ANALYZING THE LIFESTYLE BEHAVIOUR ON MOVIE THEATER CONSUMERS AT UNIVERSITY STUDENTS IN MANADO. *Journal EMBA*, 2880-2889.
- Naidoo, V. (2006). International Education: A tertiary-level industry update. *Journal of Research in International Educarion*, 323-345.
- Nichols, M. (2003). Theory for eLearning. *Educational Technology & Society*. 10.
- OECD. (2020). *Education at a Glance 2020*.
- Olapiriyakul, K. &. (2006). A guide to establishing Гибрид learning courses: Employing information technology to create a new learning experience, and a case study. *Internet & Higher Education*, 287–301.
- Pavel, A.-P. (2015). Global university rankings - a comparative analysis. *Procedia Economics and Finance* , 26, 54 – 63.
- Poon, J. (2013). Blended Learning: An Institutional Approach for Enhancing Students' Learning Experiences. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*, 271-289.
- Poon, J. (2013). Blended Learning: An Institutional Approach for Enhancing Students' Learning Experiences. *MERLOT Journal of Online Learning and Teaching*.
- Ramya, N., & Ali, D. M. (2016). Factors affecting consumer buying behaviour. *International Journal of Applied Research*, 76-80.
- Randy Garrison.D, H. K. (2004). Uncovering its transformative potential in higher education. *Science Direct*, 1.
- Redondo, I., & Holbrook, M. B. (2010). Modeling the appeal of movie features to demographic segments of theatrical demand. *Springer Science Business Media*, 299-315.
- Rodrigo.E, E. O. (2004). Traditional teaching supported by computer-assisted learning for macroscopic anatomy. *The Anatomical record*, 18.

- Sahlberg. (2011). *Finnish lessons. What can the world learn from educational change in Finland?* New York, NY: Teachers College Press, Columbia University.
- Salcedo, C. S. (2010). Comparative analysis of learning outcomes in face-to-face foreign language classes vs. language lab and online. *J. Coll. Teach. Learn.*, 7, 43–54.
- Scott, P. (2000). Massification, Internationalisation and Globalisation. *The Globalisation of higher education, The Society for Research into higher education*, 126-127.
- Seifert, T. (2017). What students think about online lessons? *Site-2017-Austin, United States*, 1792.
- Simola, H. R. (2013). the paradox of the education race: how to win the ranking game by sailing to headwind. *Journal of education policy* , 612-633.
- Smith, K. R. (2018). Heat Pump Pilot Study in Ulaanbaatar Phase I Results. *University of California, Berkeley and Collaborative Clean Air Policy Center, Delhi*.
- Spector, J. M. (2008). *Handbook of research on educational communications and technology*. Taylor & Francis Press.
- Spring, J. (2009). Globalization of education: An introduction. *New York: Routledge*.
- Umashankar, V. (2001). The importance of managing points of marketing in marketing higher education programmes: Some conclusions. *Journal of Services Research*, 122.
- Даваасамбуу, Ч. (2005). *Дулаан дамжуулалтын туршилтын судалгаа ба хэмжилтийн аргууд*. Улаанбаатар: Монгол.
- Крысько, В. (2002). *Сэтгэл судлал*. Улаанбаатар хот.
- Лодойравсал, Ч. (. (2019). Бүтээлч монгол хүнийг хэрхэн төлөвшүүлэх вэ? *In Сурахад суралцах нь. Эмос клуб*.
- Мангалжалав, Ч. Ч. (2001). *Хөргөх төхөөрөмж*. Улаанбаатар: Монгол.
- Мөнхбаяр, Б, Н. Б. (2005). *Эрчим хүчний хэмнэлттэй барилга*. Улаанбаатар: Монгол.
- Намхайням, Б. (2001). *Дулаан хангамжийн систем*. Улаанбаатар: Монгол.
- ҮСХ. (2019 оны 12 27). *Улаанбаатар хотын гадаад орчны агаарын бохирдол ба эрүүл мэнд*. Улаанбаатар хот. www.1212.mn.-ээс Гаргасан
- Цэрэндорж, Ц. Э. (2016). *Сэргээгдэх эрчим хүчний хэрэглээ ба энергийн хуримтлуур*. Улаанбаатар: Монгол.

ХАВСРАЛТ

Хавсралт 1. Хүйс

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
male	102	36.8	36.8	36.8
female	175	63.2	63.2	100.0
Total	277	100.0	100.0	

Хавсралт 2. Насны ангилал

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
below 18	20	7.2	7.2	7.2
18-25	193	69.7	69.7	76.9
26-30	49	17.7	17.7	94.6
31-40	11	4.0	4.0	98.6
over 41	4	1.4	1.4	100.0
Total	277	100.0	100.0	

Хавсралт 3. Суралцаж буй их, дээд сургуулиуд

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
National University of Mongolia	72	26.0	26.0	26.0
Mongolian State University of Education	111	40.1	40.1	66.1
Mongolian National University	36	13.0	13.0	79.1
Mongolia International University	33	11.9	11.9	91.0
Mongolian University of Life Sciences	17	6.1	6.1	97.1
Mongolian State Conservatory	3	1.1	1.1	98.2
Mongolian State University of Arts	3	1.1	1.1	99.3
Etugen University	1	.4	.4	99.6
LETU Mongolia American University	1	.4	.4	100.0
Total	277	100.0	100.0	

Хавсралт 4. Суралцахуйн чиглэл

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
Valid	Education	36	13.0	13.0
	Humanities and Arts	141	50.9	63.9
	Social sciences, business and law	77	27.8	91.7
	Sciences	6	2.2	93.9
	Engineering, manufacturing and construction	3	1.1	94.9

Agriculture	1	.4	.4	95.3
Health and welfare	6	2.2	2.2	97.5
Services	7	2.5	2.5	100.0
Total	277	100.0	100.0	

Хавсралт 5. Суралцаж буй курс

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mongolian language preparation course	18	6.5	6.5	6.5
	1st course	65	23.5	23.5	30.0
	2nd course	44	15.9	15.9	45.8
	3rd course	70	25.3	25.3	71.1
	4th course	14	5.1	5.1	76.2
	Others	66	23.8	23.8	100.0
	Total	277	100.0	100.0	

Хавсралт 6.Гадаад оюутнуудын сургуульдаа өгч буй үнэлгээ

Хүчин зүйлс	Маш муу	Муу	Дундаж	Сайн	Маш сайн	Эзлэх хувь
Багшийн мэдлэг, заах ур чадвар	27	22	91	65	72	82.3%
Сургалтын хөтөлбөр цаг үетэй нийцсэн	24	26	97	71	59	81.9%
Бусад оюутнуудын мэдлэг	25	33	77	99	43	79.1%
Багш оюутны хамтын ажиллагаа	21	34	84	72	64	79.4%
Сурах бичгийн агуулга нь оюутны хэрэгцээнд нийцтэй байх	33	38	72	76	55	73.3%
Оюутныг үнэн зөв дүгнэх	26	21	105	69	53	81.9%
Анги, танхимын хүрэлцээ	29	34	88	62	63	76.9%
Номын сангийн хангамж	28	47	82	67	53	72.9%
Дотуур байрны хүрэлцээ, орчин	35	36	75	76	55	74.4%
Оюутны хоолны газрын үйлчилгээ	42	48	87	63	33	66.1%

Техник, төхөөрөмжийн хангамж	31	53	87	69	37	69.7%
------------------------------------	----	----	----	----	----	-------

Хавсралт 7. Гадаад оюутныг дэмжих систем хангалттай эсэх асуулгын үр дүн.

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	yes	136	49.1	49.1	49.1
	not sure	108	39.0	39.0	88.1
	no	31	11.2	11.2	99.3
	Total	277	100.0	100.0	