

我国高等教育服务贸易国际竞争力影响因素的实证研究

——基于灰色关联分析

蒋梦诗

上海工程技术大学, 上海

收稿日期: 2022年11月5日; 录用日期: 2022年11月29日; 发布日期: 2022年12月7日

摘要

我国高等教育服务贸易虽然发展速度快, 但其市场优势还远不如发达的教育强国。本文基于波特钻石理论模型, 利用贸易竞争优势指数对我国及主要发达国家高等教育服务贸易的国际竞争力进行测算和比较分析。在此基础上, 从生产要素、需求要素、组织效率、相关及支持产业和政策制度五方面为基准选取指标, 通过灰色关联分析方法探究我国高等教育服务贸易国际竞争力的主要因素, 研究发现高等教育经费投入、科研能力、交通便利程度、师资条件及留学资助水平对我国高等教育服务贸易的发展起着重要作用。最后, 由此提出相应的对策建议, 以期为增强我国高等教育服务贸易国际竞争力提供一定的现实参考意义。

关键词

高等教育服务贸易, 贸易竞争优势指数, 钻石理论模型, 灰色关联分析

An Empirical Research on the Factors Influencing the International Competitiveness of China's Higher Education Service Trade

—Based on Grey Correlation Analysis

Mengshi Jiang

Shanghai University of Engineering Science, Shanghai

Abstract

Although China's higher education service trade is developing rapidly, its market advantage is still far from that of developed education powerhouses. Based on Porter's diamond theory model, this paper uses the trade competitive advantage index to measure and comparatively analyze the international competitiveness of higher education service trade in China and major developed countries. On this basis, indicators are selected from five benchmarks: production factors, demand factors, organizational efficiency, related and supporting industries and policy system, and the main factors of the international competitiveness of China's higher education service trade are explored through the gray correlation analysis method. The study finds that higher education funding, research capability, accessibility, faculty conditions and study abroad funding play an important role in the development of higher education service trade in China. Finally, the corresponding countermeasures are proposed in order to provide some practical reference significance for enhancing the international competitiveness of China's higher education service trade.

Keywords

Higher Education Service Trade, Trade Competitive Advantage Index, Diamond Theory Model, Gray Correlation Analysis

Copyright © 2022 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

随着世界经济一体化进程的加快, 国际服务贸易发展迅速, 高等教育服务贸易在国际服务贸易总额中所占的比重也日益加大。自从 2001 年我国加入世界贸易组织后, 对教育服务领域做了较大范围开放的承诺。根据教育部官网相关报告可知, 在“十三五”时期, 我国已成为全球最大的留学生输出国之一, 即高等教育服务进口大国。我国高等教育服务贸易虽然发展速度快, 但市场优势还远不如发达的教育强国。因此, 我们可以从研究我国高等教育服务在国际市场中的竞争力的影响因素入手, 提高我国高等教育服务贸易的国际竞争力, 从而有利于弘扬国家的文化软实力, 抢占教育国际市场的贸易份额, 由此进一步提升我国在全球各国中的综合实力地位。

从上世纪 80 年代开始, 在国际市场上对高等教育服务贸易就有不少相关研究。其中, 高等教育服务贸易是指国与国(地区)之间主要出于经济目的而开展的有关高等教育服务的输入和输出, 属于服务贸易的范畴, 有别于货物贸易[1]。而高等教育服务贸易国际竞争力指的是在国际市场上, 一国的高等教育产业服务贸易能够保持贸易顺差或者平衡的能力。在研究教育服务贸易的国际竞争力影响因素方面, Naidoo 和 Guruz 提出影响留学生教育服务贸易国际竞争力的因素分为东道国和生源国两方面, 其中最重要的是东道国方面, 主要包括在其经济发展水平、留学生的消费支出水平等[2] [3]; Findlay 和 Weisser 根据政府对本国教育重视程度以及 GDP 中高等教育投入占比作为衡量指标, 提出政府对教育投入和该国教育规模水平成正比, 政府对教育的重视程度越高, 该国的教育水平和规模就相对更好, 进而就能吸引更多的留学生到该国来留学[4] [5]。而国内学者卢永红等从相对优势和相对劣势两方面对现今我国教育服务贸易情

况进行探讨,建议从三个方面来提升我国教育产业的国际竞争力,即充分发挥我国教育产业成本优势以及比较优势,增强我国教育服务产业的竞争力,打造属于我国的品牌优势[6]。基于上述背景和研究现状,本文将贸易竞争优势指数为衡量指标,分析我国及加拿大、德国和日本的高等教育服务贸易国际竞争力的现状比较,并基于波特钻石理论模型,通过灰色关联分析方法探究影响我国高等教育服务贸易国际竞争力的主要因素,由此就提升我国教育服务贸易国际竞争力提出相关对策建议。

2. 概念界定和理论基础

2.1. 概念界定

高等教育服务贸易是指国与国(地区)之间主要出于经济目的而开展的有关高等教育服务的输入和输出,属于服务贸易的范畴,有别于货物贸易[7]。按照《服务贸易总协定》(GATS)的有关规定,高等教育服务贸易的提供方式包括跨境交付、境外消费、商业存在、自然人流动四种形式。例如出国留学,接受外国的高等教育服务,属于境外消费。以我国为例,我国留学生出国接受教育是高等教育服务贸易的进口,与之相反,外国留学生来华学习对于我国而言则是高等教育服务贸易的出口。而高等教育服务贸易国际竞争力指的就是在国际市场上,一国的高等教育产业服务贸易能够保持贸易顺差或者平衡的能力[8]。

2.2. 理论基础

美国哈佛大学迈克尔·波特教授在《国家竞争优势》中提出了用来解释某个国家在国际市场上取得竞争优势的“钻石模型”,即竞争优势理论。波特认为一国的国内经济状况对企业开发自身竞争能力有很大的影响,其中最为显著的影响因素有六项:生产要素、需求条件、相关及支持产业、企业战略和组织结构、机遇和政府。

本文探讨的高等教育服务贸易的国际竞争力,主要是指一国在高等教育服务贸易方面的竞争力,属于产业竞争力的层次。而波特的竞争优势理论分析的基本对象是“产业”,高等教育由于其社会性、非营利性等特殊性质,产业性质并不明显。但随着全球经济向知识化发展,《服务贸易总协定》将教育纳入“服务贸易”范畴,并明确规定其运行方式,教育服务贸易产业也正在快速发展,因此该理论也适用于参与国际竞争的高等教育产业和机构。用波特的竞争优势理论来分析教育产业的竞争力,突破了仅从“教育”本身分析学校竞争力的局限,更适合教育服务贸易产业的竞争局面和发展局势,它将研究不仅局限于教育机构内部因素,也更关注教育机构与外部环境的相互作用,如需求、相关支持产业等,为我们分析教育服务贸易产业的发展提供了更广阔的视角。因此,竞争优势理论对分析我国高等教育服务贸易的国际竞争力是适用的。

3. 高等教育服务贸易国际竞争力现状的国际比较分析

加入WTO以来,我国高等教育服务贸易开放程度逐步扩大,国家放宽了留学教育政策,来华留学的人数大幅增加,中外合作办学数量也急剧增加。国际竞争力一般通过该产业的进出口情况来反映。我国高等教育服务贸易国际竞争力的判断标准可以通过将我国高等教育服务贸易进出口额与世界其他国家作相关比较,运用竞争力指标来进行分析。常用的统计指标有国际市场占有率、出口贡献率、贸易竞争力指数、显示性比较优势指数、显示性竞争优势指数、劳动生产效率等。

本文将选取贸易竞争优势指数测度指标对高等教育服务贸易的国际竞争力进行定量分析。采用贸易竞争力指数(TC指数)分析我国与主要发达国家教育服务贸易的国际竞争力,是行业结构国际竞争力分析的一种有力工具,因此,该指数又称为贸易专业化系数。它是指一国某类产品的出口与进口的差

额与该类产品进出口总额的比例，一般用来反映一国某类产品在国际市场的竞争力状况[9]。具体测算公式如下所示。

$$TC_{ie} = \frac{X_{ie} - M_{ie}}{X_{ie} + M_{ie}} \quad (\text{公式 1})$$

公式中 TC_{ie} 为在特定时间单位内， i 国高等教育服务的贸易竞争力指数， M_{ie} 、 X_{ie} 分别代表在特定时间单位内， i 国高等教育服务贸易的进口以及出口额。这个指标可以反映出该国的高等教育服务贸易产业相对世界市场上其他国家供应的教育产业来说是否具有竞争优势。 TC_{ie} 指数取值范围为 $[-1, 1]$ ，当其值接近于 0 时，说明比较优势接近平均水平；当 TC_{ie} 大于 0 时，说明比较优势大，且越接近 1 越大，竞争力也越强；反之，则说明比较优势小，竞争力也小。贸易竞争优势指数全面考虑了进口和出口两个方面，在国际市场竞争中，能够对一个国家的某产业是否具备竞争优势作出比较完整的反应。

由于计算该指标时需要同进出口差额的相对数相结合，使得无论绝对进出口额是多少，该指标数值总介于 $[-1, 1]$ 之间。因此，该指标有以下优点：一是剔除了通货膨胀等宏观总量方面波动的影响，二是排除了因国家规模、产业发展程度不同等原因导致数据的不可比性。在这种情况下，TC 指数相对于其他指标而言，能更准确地反映一国某产业或产品贸易的国际竞争力。

结合上述分析，笔者从联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade Database)中获取 2004~2018 年关于教育服务贸易进出口额等原始数据进行换算，由于教育服务国际贸易以高等教育产业为主，因此该数据具有较高的代表性和可信度，同时兼顾到所选国家的相关数据可获得性和权威性，笔者以我国、加拿大、德国和日本为代表进行比较分析。从图 1 可知，在 2004~2018 年间，德国 TC 值基本为正数，且大体上呈现出高等教育服务贸易竞争优势较强的态势，具有较强的国际竞争力，属于高等教育服务贸易的出口国；加拿大在 2004~2011 年的 TC 值均小于 0，但一直趋于稳中有涨的发展方向，除了在 2013 年和 2017 年稍有回落，总体而言加拿大的高等教育服务贸易的国际竞争力也具有逐步提升的态势；而处于东亚地区的我国和日本的 TC 值基本为负数，其高等教育服务贸易的发展轨迹大体一致，属于高等教育服务贸易的进口国。我国在 2010 年开始推行《留学我国计划》，以推进来华留学事业全面协调可持续发展，但从数据上可以看出，在 2011~2014 年我国高等教育服务贸易的国际竞争力虽明显增强，但整体发展后劲不足，仍需向其他教育服务贸易进口大国学习经验，以扩大规模，优化结构，规范管理，保证质量为发展方针，打造我国高等教育的国际品牌。

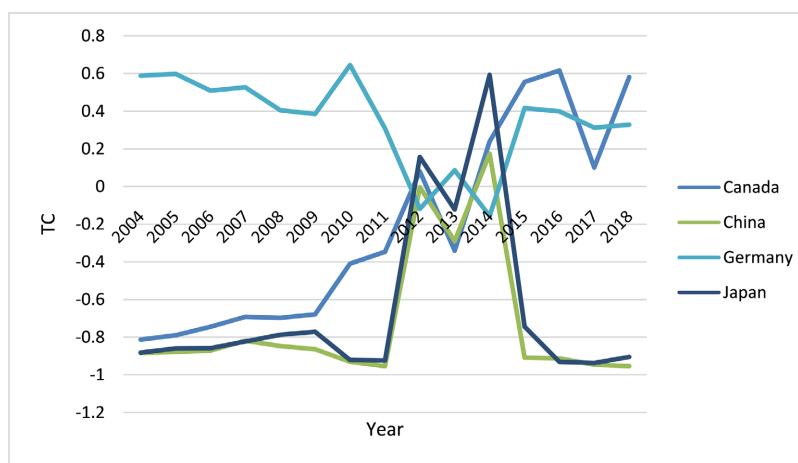


Figure 1. Comparison of TC indices of trade in higher education services among China and major developed countries, 2004~2018

图 1. 2004~2018 年我国及主要发达国家高等教育服务贸易 TC 指数比较

4. 我国高等教育服务贸易国际竞争力的影响因素分析

4.1. 研究方法

为深入分析教育发展中各个方面对我国高等教育服务贸易国际竞争力的影响, 本文采用灰色关联分析法, 对各项指标的影响进行测算。灰色关联分析是灰色数学中的一个方法, 其基本思想是通过确定参考数据列和若干个比较数据列的几何形状相似程度来判断其联系是否紧密, 对样本量的多少和样本有无规律都没有特殊要求。因此, 灰色关联分析方法是根据因素之间发展趋势的相似或相异程度, 亦称作“灰色关联度”, 研究事物相互关联、相互作用的复杂因素的影响作用, 找出影响目标值的重要因素, 使各种影响因素之间的关系清晰化。

4.2. 指标选取及数据来源

结合前文所提及的以贸易竞争优势指数作为衡量我国高等教育服务贸易国际竞争力的指标, 笔者在此直接选取 TC 指数作为被解释变量, 以 TC 为符号代表。以联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade Database)为数据来源, 从中获取 2004~2018 年关于我国教育服务贸易进出口额作为原始数据进行换算, 从而保证研究数据的真实有效性。

基于波特钻石模型以及我国教育产业的发展及其特点, 以生产要素、需求要素、组织效率、相关产业及支持产业和制度政策五个方面进行分析, 总结得出以下解释变量作为影响我国高等教育服务贸易国际竞争力的主要因素研究:

1) 生产要素

高等教育服务的生产要素主要是指教育经费、社会声誉、师资条件、设备资料、科研能力、专业学科、课程体系和校园文化等因素。其中教育经费是国家和各级政府及社会力量与个人直接用于教育的费用, 是发展教育事业和提高质量的重要物质保证。因此, 本文选用高等教育经费占 GDP 的比例作为衡量生产要素的指标之一; 以研发经费占 GDP 比例和高等学校发表科技论文数量作为科研能力的衡量指标, 其中研发经费以高等学校研究与试验发展经费支出值为衡量标准; 以普通高等院校和研究生培养机构的数量作为教育供给能力的衡量指标; 普通高校生师比反映了教育服务贸易中人力资源的投入, 在一定程度上间接体现了高等教育质量。

2) 需求要素

教育被认为是促进就业、提升全民整体素质的重要手段。近年来, 教育需求越来越高, 而人们对教育投入的增加更是反映了教育需求的扩大。考虑到数据量化的问题, 本文选用高等教育毛入学率和城镇居民家庭平均每人全年教育支出作为我国高等教育服务贸易的国际竞争力衡量标准之一。

3) 组织效率

学校管理效率是保持教育服务贸易国际竞争力的因素之一。学校管理目标是为人才营造更好的发展环境, 通过一定机构和制度, 引导师生员工提高自身素质, 从而有效实现学校工作的目标。因此, 教职工比例可以作为反映学校的组织效率的一个指标。当教职工比例适当, 学校就能更充分利用资源以平衡教育目标和教育成本, 提高其竞争力。结合本文研究主题和对象, 在此选用高校专任教师占教职工总量的比例作为衡量标准之一。

4) 相关产业及支持产业

由于高等教育服务行业的特殊性和复杂性, 与其相关的产业涉及范围广, 因此将高等教育服务贸易与其他产业相结合可以形成良性互动的促进作用, 在相辅相成中有利于提升高等教育服务贸易产业的国际竞争力。在此本文以交通便利程度和信息技术应用水平作为二级衡量指标, 分别选用铁路营业里程和互联网上网人数来进行计量分析。

5) 制度政策

教育属于准公共产品，政府对公共教育的投入、政府政策等会对教育产业的发展产生重要影响。作为准公共产品，其发展离不开财政的支持，一般选用国家财政性教育经费占教育经费总量的比例来衡量政府对教育的投入程度；政府对留学生的资助政策对留学目的地的选择具有重要影响，在此选用我国政府所资助的留学生占来华留学生总数比例作为衡量标准之一。

根据以上指标选择，笔者从国家统计局、中国统计年鉴、中国教育统计年鉴、教育部统计数据官网、联合国商品贸易统计数据库(UN Comtrade Database)、我国经济社会大数据研究平台获取 2004~2018 年相关数据，并进行了相应的转换计算，各级指标经整理后如下表 1 所示。

Table 1. Factors influencing the international competitiveness of China's trade in higher education services

表 1. 我国高等教育服务贸易国际竞争力的影响因素

一级指标	二级指标	三级指标	符号
生产要素	教育经费	高等教育经费占 GDP 的比例(%)	X_1
	科研能力	研发经费占 GDP 的比例(%)	X_2
		高等学校发表科技论文数量(篇)	X_3
	教育供给能力	普通高等院校数量(所)	X_4
		研究生培养机构数量(所)	X_5
		教育质量	普通高校师生比(%)
需求要素	入学率	高等教育毛入学率(%)	X_7
	家庭教育支出	城镇居民家庭平均每人全年教育支出(元)	X_8
组织效率	教职工比例	高校专任教师占教职工总量的比例(%)	X_9
相关及支持产业	交通便利程度	铁路营业里程(万公里)	X_{10}
	信息技术应用水平	互联网上网人数(万人)	X_{11}
制度政策	留学生奖励政策	我国政府所资助的留学生占来华留学生总数比例(%)	X_{12}
	国家财政投入	国家财政性教育经费占教育经费总量的比例(%)	X_{13}

4.3. 我国高等教育服务贸易国际竞争力影响因素的灰色关联分析

为了深入分析教育发展中各个方面对我国教育服务出口贸易国际竞争力的影响，本文通过 Matlab 软件进行灰色关联分析操作，对各指标的影响程度进行测算。

第一步，结合上文和评价目的分析，确定评价指标体系即比较数列为 13 个影响因素指标，参考数列为上文所测算的 2004~2018 年我国高等教育服务贸易 TC 指数。

第二步，对指标数据序列进行无量纲化处理，以保证变量数据的可比性和有效性。

第三步，统计比较数列和参考数列的关联系数：

$$r(x_0(k), x_i(k)) = \frac{m + \rho M}{\Delta_i(k) + \rho M} \quad (\text{公式 2})$$

其中， $r(x_0(k), x_i(k))$ 为关联系数； $\Delta_i(k)$ 为评价指标体系与参考数据列之差的绝对值； m 为 $\Delta_i(k)$ 中的最小值， M 为 $\Delta_i(k)$ 中的最大值。 ρ 为分辨系数，取值范围为(0, 1)， ρ 越小，关联系数间的差异越大，区分能力越强，通常 ρ 取值 0.5。

第四步，计算关联度。其计算公式如下：

$$r(X_0, X_i) = \frac{1}{n} \sum_{k=1}^n r_{0i}(k) \quad (\text{公式 3})$$

其中, $r(X_0, X_i)$ 为关联度, n 为个数据列中数据的个数, $r_{0i}(k)$ 为关联系数, 即关联度等于关联系数的算术平均数。

第五步, 依据排列各因素的关联序, 得出其影响效果的综合评价结果。

基于以上分析, 分析得出下表, 观察可知以 TC 指标衡量的我国高等教育服务贸易国际竞争力与各影响因素之间的关联序为 $X_1 > X_2 > X_{10} > X_3 > X_5 > X_9 > X_4 > X_{13} > X_{12} > X_7 > X_6 > X_{11}$, 具体关联度及影响效果排序如下表 2 所示。

Table 2. Correlation between each influencing factor and the TC index of higher education service trade in China and the ranking of the influence effect

表 2. 各影响因素与我国高等教育服务贸易 TC 指数的关联度及影响效果排序

变量符号	影响因素	关联度	排名
X_1	高等教育经费占 GDP 的比例(%)	0.7269	1
X_2	研发经费占 GDP 的比例(%)	0.7249	2
X_3	高等学校发表科技论文数量(篇)	0.7242	4
X_4	普通高等院校数量(所)	0.7129	7
X_5	研究生培养机构数量(所)	0.7196	5
X_6	普通高校生师比(教师人数=1)(%)	0.6601	11
X_7	高等教育毛入学率(%)	0.667	10
X_8	城镇居民家庭平均每人全年教育支出(元)	0.659	12
X_9	高校专任教师占教职工总量的比例(%)	0.716	6
X_{10}	铁路营业里程(万公里)	0.7248	3
X_{11}	互联网上网人数(万人)	0.5958	13
X_{12}	我国政府所资助的留学生占来华留学生总数比例(%)	0.6862	9
X_{13}	国家财政性教育经费占教育经费的比例(%)	0.7121	8

通过以上影响效果排序可以看出, 我国高等教育服务贸易国际竞争力的影响因素是多方面的, 根据其影响效果的大小, 可以将其归为三类。关联度大于或等于 0.72 的为高影响型因素, 即对我国高等教育服务贸易国际竞争力影响十分显著的因素; 0.72 至 0.68 之间的为中影响型因素, 即影响相对显著的因素; 小于 0.68 为低影响型因素, 即影响相对较小的因素。根据此标准, 各影响因素可以归类如下表 3 所示。

Table 3. Types of factors influencing the international competitiveness of China's trade in higher education services

表 3. 我国高等教育服务贸易国际竞争力影响因素的类型

类型	影响因素	关联度
高影响型因素	高等教育经费占 GDP 的比例(%)	0.7269
	研发经费占 GDP 的比例(%)	0.7249
	铁路营业里程(万公里)	0.7248
	高等学校发表科技论文数量(篇)	0.7242

Continued

	研究生培养机构数量(所)	0.7196
	高校专任教师占教职工总量的比例(%)	0.716
中影响型因素	普通高等院校数量(所)	0.7129
	国家财政性教育经费占教育经费的比例(%)	0.7121
	我国政府所资助的留学生占来华留学生总数比例(%)	0.6862
	高等教育毛入学率(%)	0.667
低影响型因素	普通高校生师比(教师人数 = 1) (%)	0.6601
	城镇居民家庭平均每人全年教育支出(元)	0.659
	互联网上网人数(万人)	0.5958

4.4. 结果分析

根据上文测算分析可知,对我国高等教育服务贸易国际竞争力水平具有显著影响的因素包括高等教育经费占 GDP 的比例、研发经费占 GDP 的比例、铁路营业里程以及高等学校发表科技论文数量。这从一定程度上反映出高等教育经费投入、科研能力及交通便利程度对我国高等教育服务贸易的发展起着重要作用。但我国跟主要的高等教育服务贸易发达国家相比,在高等教育经费和研发经费投入方面依然有待提升。从 OECD 数据库可得,德国近年高等教育经费投入占教育经费总投入基本达 80% 以上,加拿大近年高等教育经费投入占比也在 50% 左右,但我国直至 2019 年高等教育投入占教育经费总投入的比例才达到 26.8% 的水平。因此,我国需紧抓关键要素,加大对高等教育的经费投入,优化教育经费投入结构,以进一步提高本国高等教育服务贸易在国际市场的竞争力。

研究生培养机构数量、高校专任教师占教职工总量的比例、普通高等院校数量、国家财政性教育经费占教育经费的比例以及我国政府所资助的留学生占来华留学生总数比例对我国高等教育服务贸易国际竞争力的影响因素为中度类型,影响效果较为显著。其中,对于研究生培养机构数量的教育供给能力影响相对更为显著,而对于留学生资助的政策影响相对较弱。就目前情况而言,我国政府对来华留学生的资助规模和奖学金制度还不完善。根据我国教育部统计数据,2019 年我国政府给予留学生的资助比例仅占来华留学生总数的 10.21%。政策和制度的不完善在很大程度上限制了留学生的进入。我国对于留学生的其他相关政策也还有待进一步改善。我国现行法律对外国留学生打工的限制是比较严格的,只允许留学生从事与其知识特长或所学专业相关的科研、文化等服务活动。另外,留学环境中的其他问题,如医疗保险问题、人身与交通安全问题等,也都是我国教育服务贸易发展中亟须解决的[10]。而一些发达国家的奖学金等留学制度则较为完善,其中部分经验也非常值得我国借鉴学习,并根据自身国情进行相应的调适,以更好地发展具有我国特色的高等教育的国际品牌。

高等教育毛入学率、普通高校生师比、城镇居民家庭平均每人全年教育支出以及互联网上网人数等相对影响并不十分显著。其中,以互联网上网人数为衡量指标的信息技术应用水平对我国高等教育服务贸易国际竞争力的影响效果最为薄弱。目前全球各国的互联网技术发展迅猛,其应用普及率也均为相对较高,由此可见,该因素在各国之间的差异程度不大,也间接导致在相关及支持产业中信息技术应用水平对于提升我国高等教育服务贸易在国际市场上的竞争力并不明显,正如测算结果的综合评价关联度排序所示。

5. 关于提高我国高等教育服务贸易国际力的对策建议

5.1. 加大高等教育经费和研发经费投入

我国目前整体的高等教育水平与其他教育强国相比,依然需要进一步的经费投入以提升高等教育服

务贸易在国际市场上的竞争力。通过增加科研奖学金吸引国外学子来华留学,比如外国留学生可以凭借“研究助理”身份获得大学全额奖学金;增加科技人才的薪资水平,吸引更多的国内外高层次高水平人才进入我国高校求学和工作,保证教学和科研能人两者兼备,为我国高等教育供给能力和教育质量提供智力支持。

5.2. 完善关于留学生的资助政策和管理制度

由于我国对于目前管理留学生的制度政策中仍有不少待完善的部分,在一定程度上削弱了海外学子来华留学的欲望,从而导致了我国高等教育服务贸易在国际市场上的竞争力不高。因此,一方面需要完善教育机构的组织工作,包括招生、学前培训以及日常管理等方面,进一步将留学生教育系统化,使学生能尽快融入我国高校中;另一方面要完善来华留学生的奖学金和兼职工作相关制度政策,完善留学生的相关保险政策,为留学生提供更多的服务和保障,建立与我国国际地位、教育规模和水平相适应的来华留学工作与服务体系。

5.3. 建立现代化的高等教育管理体系

面对高等教育国际化的需要,我国亟须以构建现代化的高等教育管理体系构建为着力点,合理有效地配置高等教育资源。首先,根据办学目标和发展方向,建立精简高效的组织机构,减少冗员,优化人员结构,如提高高校专任教师占教职工总量的比例等;其次,要建立完善的激励机制,进行全员考核,逐步完善竞争机制,充分调动高校教职工的积极性和主观能动性;最后,鼓励我国高校多样化发展,以适应国内外学子的不同需求。高等教育的多样化发展不仅有利于培育不同类型、多层次的海内外人才,同时也在一定程度上缓解教育同质化问题和就业问题,由此可以吸引更多的海外学子来华留学。

5.4. 充分发挥具有我国特色的留学专业优势

随着我国综合国力的提高,中文渐渐发展成为来华留学生学习的热点与潮流。借此机遇,因此,我国应加大具有我国特色的本土专业的宣传力度,重点支持具有我国特色和国际比较优势的学位课程,如汉语言文学、中医药学、国画艺术学等相关专业,细化生源市场,找准国际市场定位。由此进一步响应和落实《留学我国计划》的发展目标,形成来华留学教育特色鲜明的大学群和高水平学科群,打造我国教育的国际品牌。

参考文献

- [1] 李宏,何穆彬. 中国教育服务贸易的现状及其国际竞争力[J]. 财经科学, 2012(1): 117-124.
- [2] Naidoo, V. (2007) Research on the Flow of International Students to UK Universities. *Journal of Research in International Education*, 6, 287-307. <https://doi.org/10.1177/1475240907083197>
- [3] Kemp, N. (2011) Higher Education and International Student Mobility in the Global Knowledge Economy. By K. Guroz. *British Journal of Educational Studies*, 59, 355-357. <https://doi.org/10.1080/00071005.2011.611293>
- [4] Findlay, A.M., King, R., Smith, F.M., et al. (2011) World Class? An Investigation of Globalisation, Difference and International Student Mobility. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 37, 118-131. <https://doi.org/10.1111/j.1475-5661.2011.00454.x>
- [5] Weisser, F., Bollig, M., Doevenspeck, M., et al. (2014) Translating the “Adaptation to Climate Change” Paradigm: The Politics of a Travelling Idea in Africa. *Geographical Journal*, 180, 111-119. <https://doi.org/10.1111/geoj.12037>
- [6] 李宏,何穆彬. 影响中国教育服务贸易竞争力的主要因素[J]. 经济研究参考, 2012(24): 40.
- [7] 周永源,张国军. 中国高等教育服务贸易发展现状、问题及对策[J]. 国家教育行政学院学报, 2018(7): 53-58.
- [8] 凌学岭, Chen Ling, 王磊. 中国高等教育服务进口影响因素的实证分析[J]. 国际商务研究, 2015, 36(3): 45-56.

- [9] 叶琳, 王增涛, 闫莹. 中国高等教育服务贸易竞争力: 基于来源国市场占有率的结构性测量[J]. 高教探索, 2021(8): 12-18+70.
- [10] 张瑞冬. 当前我国高等教育留学服务贸易发展的新动向、新问题[J]. 对外经贸实务, 2018(5): 81-84.