

УДК 338.46:37

Роль образовательной услуги в российской экономике

Т.А. Кофанова, Т.И. Пунанова

(Костромской государственный технологический университет)

В статье рассматриваются особенности образовательной услуги, ее основные характеристики, участие в формировании человеческого капитала и в удовлетворении потребностей, связанных с духовным и интеллектуальным развитием.

Современная экономика – это экономика, основанная на интеллектуальном капитале, знаниях и информации. В таких условиях, человеческие ресурсы и интеллектуальный потенциал нации становятся главным богатством любой страны и главным инструментом в обеспечении национальной конкурентоспособности. Основным механизмом развития интеллектуального капитала на любом уровне – от индивидуума и отдельной фирмы до отраслей и в целом национальной экономики, основным механизмом преумножения национального интеллектуального потенциала – это повышение уровня знаний населения, уровня освоения гражданами страны тех навыков и умений, которые необходимы для профессиональной деятельности, для создания интеллектуального продукта, для генерирования новых знаний и технологий, а также поддержание и умножение этого уровня знаний на протяжении всего активного периода жизни любого гражданина страны. В связи с этим одной из важнейших задач государства и общества, решение которых позволило бы государству достичь высокого уровня национальной конкурентоспособности и обеспечить дальнейший планомерный и устойчивый экономический рост, а обществу позволило бы обеспечить необходимый для его процветания уровень жизни каждого из членов общества – создание эффективной и отвечающей всем современным

требованиям системы образования и формирование полноценного, четко функционирующего рынка образовательных услуг.

Понятие «образовательная услуга» сегодня трактуется по-разному. Так, например, Р.Джапарова под образовательной услугой понимает «деятельностную передачу системных знаний и привитие проверенных опытом практических навыков к определенному виду занятия путем непосредственной коммуникации с обучаемым»(1). Е.Липкина рассматривает образовательную услугу как «совокупность знаний, умений, навыков и определенного объема информации, которые используются для удовлетворения специфической потребности человека и общества в интеллектуальном развитии и приобретении профессиональных умений и навыков» (2). В.Долятовский и О.Мазур определяют образовательную услугу как «неосязаемые действия, направленные на сознание индивида, обеспечивающие реализацию потребности человека в получении определенного вида знаний, умений, навыков, в приобретении профессии или квалификации; обеспечивают удовлетворение спроса на рынке труда» (3). С.Зайчикова и И.Маяцкая придерживаются этой же точки зрения, понимая под образовательной услугой «систему знаний, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей индивида, общества и государства и направлены на приращение человеческого капитала» (4).

Многие авторы считают, что образовательная услуга – это процесс передачи определенного набора знаний, умений, навыков, компетенций, утвержденного в образовательной программе. Ш.Валиев определяет образовательную услугу как «целенаправленный, организованный учебным заведением творческий процесс передачи и накопления определенной суммы знаний, умений и компетенций в рамках отдельной образовательной программы (специальности) потребителю, преобразующий самого потребителя» (5). Данной точки зрения

придерживается В.Зотов, который дает следующее определение: «образовательная услуга – это объем учебной и научной информации, передаваемой гражданину в виде суммы знаний общественного и специального характера, а также практических навыков, передаваемых гражданину по определенной программе». И.Романова под образовательной услугой понимает «трудовую деятельность экономической единицы, направленную на удовлетворение потребности некоторого субъекта в образовании (т.е. в приобретении систематизированных знаний, умений и навыков), осуществляемую с предварительного согласия данного субъекта». Следует отметить, что в процессе потребления образовательная услуга включается в рабочую силу, качество которой зависит от затраченного труда преподавателей и обучающихся в процессе потребления образовательной услуги.

Акцент на потребителях образовательных услуг делает В.Щетинин. Под образовательной услугой он понимает «систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многочисленных потребностей человека, общества и государства»(6). Это определение отражает состав образовательной услуги и определяет важный характер ее направленности на удовлетворение потребностей личности, государства и общества. Высшее образование удовлетворяет потребность общества в подготовке квалифицированной рабочей силы и максимальном использовании научно-технического потенциала. При этом параллельно решается задача по приобретению студентами интересующих их профессий.

Обобщая мнения упомянутых авторов, можно дать следующее определение данного понятия. Образовательная услуга – это комплексный процесс, направленный на передачу знаний, умений и навыков общеобразовательного, профессионального характера потребителю в

рамках определенной образовательной программы с целью удовлетворения потребностей потребителей, работодателей и государства.

Образовательные услуги обладают пятью основными характеристиками: неосвязаемость, неотделимость, непостоянство качества, недолговечность (несохраняемость), отсутствие владения.

Неосвязаемость услуги означает, что ее нельзя продемонстрировать, то есть до ее приобретения ее невозможно увидеть, попробовать на вкус, потрогать, услышать или ощутить ее запах. Ввиду отсутствия осязаемых характеристик услуги до ее покупки степень неопределенности приобретения увеличивается, чтобы ее сократить покупатели ищут «сигналы» качества услуги. В образовании это: образовательные стандарты, учебные планы и программы, информация о методах, формах и условиях оказания услуг, документы об образовании, сертификаты, лицензии, аттестаты, дипломы.

Неотделимость услуги означает, что ее нельзя отделить от источника независимо от того предоставляется услуга человеком или машиной. Преподаватель не может предоставить услугу, если в аудитории нет студентов. Вследствие того, что при производстве услуги всегда присутствует ее потребитель, взаимодействие с поставщиком (преподавателем) является обязательным. Способность преподавателя достичь взаимопонимания со студентами влияет на показатели их успеваемости.

Непостоянство качества услуги означает, что ее качество может очень сильно изменяться в зависимости от того, кто, когда, где и как ее предоставляет. Качество услуги, тем более, образовательной, очень трудно поддается контролю. Услуга, предоставляемая одним преподавателем, качественно варьируется в зависимости от его физической формы и настроения общения с учащимися. Администрация образовательного учреждения должна постоянно проверять степень удовлетворения

обучающихся качеством образовательного процесса путем анкетирования студентов и мониторинга уровня успеваемости

Недолговечность услуги означает, что ее нельзя хранить с целью последующей продажи или использования. Для образовательных услуг характерно, что учебная информация может быть подготовлена в раздаточных материалах, книгах, на кассетах, электронных дисках. Однако, следует учитывать, что информация быстро устаревает.

Отсутствие владения означает, что в отличие от физических товаров, услуги не являются чьей-то собственностью. Из-за отсутствия владения учреждения, предлагающие образовательные услуги, должны прилагать особые усилия для укрепления имиджа и привлекательности своей марки.

Все образовательные услуги также могут быть разделены на два основных вида: платные и бесплатные. В соответствии со смысловой направленностью понятие «бесплатное образование» и «бесплатные образовательные услуги» далее будут отождествляться, равно как и понятия «платное образование» и «платные образовательные услуги».

Под бесплатными образовательными услугами понимаются услуги, оказываемые государственными и муниципальными образовательными учреждениями в пределах основных образовательных программ, финансируемых за счет бюджетных средств и государственных образовательных стандартов. Из данного определения необходимо выделить три существенных признака. Во-первых, бесплатные образовательные услуги оказываются государственными и муниципальными образовательными учреждениями. Во-вторых, бесплатные образовательные услуги реализуются только по основным образовательным программам, финансируемым из бюджета соответствующего уровня (федерального, регионального, муниципального). В-третьих, реализация бесплатных образовательных

услуг осуществляется исключительно в пределах государственных образовательных стандартов. Предоставление таких услуг не реализуется договорными отношениями между потребляющими эти услуги и соответствующими образовательными учреждениями. К правоотношениям, возникающим в связи с оказанием бесплатных образовательных услуг, нормы гражданского законодательства (в том числе Закона РФ « О защите прав потребителей») не применяются. Данные правоотношения регулируются законодательством РФ (в широком смысле) об образовании.

Платными образовательными услугами принято считать услуги, оказываемые образовательными учреждениями всех видов, а также лицами, занимающимися индивидуальной трудовой педагогической деятельностью, за соответствующую плату. Следует отметить, что настоящее определение является общим и не содержит указания на конкретные условия и порядок осуществления платной образовательной деятельности. В связи с этим необходимо внести некоторые уточнения. Во-первых, государственные и муниципальные учреждения имеют право оказывать платные образовательные услуги, не предусмотренные соответствующими образовательными программами и государственными образовательными стандартами за счет внебюджетных средств (например, средств сторонних организаций, спонсоров или частных лиц). Фактически это означает, что государственные и муниципальные образовательные учреждения вправе оказывать платные дополнительные образовательные услуги. Во-вторых, негосударственные организации вправе осуществлять платную образовательную деятельность как в рамках государственных образовательных стандартов, так и за их пределами, т.е. предоставлять за плату основные и дополнительные образовательные услуги. Настоящее правило распространяется также для лиц, занимающихся индивидуальной образовательной деятельностью. В-третьих, перечень платных

образовательных услуг (как основных, так и дополнительных) должен быть в обязательном порядке закреплён в уставах (положениях) образовательных учреждений и организаций.

Таким образом, образовательная услуга заключается в обеспечении овладения обучающимися тем или иным уровнем подготовки к различным видам деятельности. А уровень подготовки во многом определяется разными образовательными программами. Тем самым воздействие на потребителей может оказываться путем предоставления им разных по форме, срокам, направленности и стоимости образовательных программ. Само предоставление права выбора тоже способно оказывать воздействие, эффект которого зависит от согласования спроса и предложения, а также от учета образовательным учреждением специфики сферы услуг.

Образовательные услуги относятся к категории «общественных благ», которые призваны удовлетворять коллективные потребности (их нельзя измерить в денежном выражении) и которые в связи с этим не может дать рынок. При этом государство берет основные расходы по предоставлению услуги на себя и несет ответственность за качество. Однако большинство специалистов относят данные услуги к категории «квазиобщественное благо».

Образовательные услуги неразрывно связаны с формированием духовных ценностей индивида, способствующих развитию личности обучающегося. Они удовлетворяют так называемые вторичные потребности индивида, связанные с духовным и интеллектуальным развитием, создают условия для самоопределения, самореализации личности, формируют и сохраняют разнообразные способности человека к труду, способствуют росту его квалификации и профессионализма. Многочисленные исследования показали, что при поступлении абитуриенты руководствуются в выборе вуза скорее внешними оценками и

доступной внешней информацией о самом учебном заведении, чем запросами в получении конкретных знаний. К примеру, по данным исследования компании Begin Group, решающими факторами, влияющими на выбор вуза, являются перспектива дальнейшего трудоустройства и наличие интересующих специальностей. Действительно современные абитуриенты стремятся к стабильности и престижной работе в будущем. Однако черты, характерные для продуктов коммерческих организаций, присущи и рынку образования, т.е. любая новинка, привлекающая потребителей, будет в перспективе скопирована конкурентами. Другими словами, если специальность является востребованной среди абитуриентов, она скорее всего, будет открыта в большинстве вузов. Это затрудняет выбор вуза только по критерию привлекательности специальности. Что касается возможностей трудоустройства, то нестабильность экономической ситуации в мире не дает гарантии исполнения вузом своих обязательств по данному направлению. Помимо этого, рекламный лозунг о качественном трудоустройстве выпускников сложно как доказать, так и опровергнуть.

Из этого следует, что в современных условиях руководству высших учебных заведений необходимо заниматься продвижением самого вуза, а не отдельных его направлений или специальностей. Это позволит обеспечить непрерывный поток потребителей образовательных услуг вне зависимости от изменений конъюнктуры рынка или макроэкономических показателей. При этом в сфере высшего образования, как и в коммерческих структурах, количество вузов растет. Конкуренция усиливается, а потребители становятся все более разборчивыми в своих предпочтениях. Яркая рекламная кампания и звонкие лозунги все в меньшей степени привлекают потребителей. Современным абитуриентам необходима уверенность в будущем, ориентация на некий стиль жизни и нацеленность на успех.

Говоря об образовательных услугах нельзя забывать тот факт, что именно государство оказывает значительное влияние через свои органы управления на весь процесс их оказания. Государство осуществляет свои специфические функции в сфере образования: формирует и поддерживает благоприятное общественное мнение, способствует распространению позитивного имиджа образовательных учреждений; гарантирует гуманистичность образования, его общедоступность; осуществляет финансирование образования, предоставляя гарантии для возможных долгосрочных инвестиций различных субъектов в эту сферу; реализует введение налоговых льгот, а так же других форм регулирования рынка, для развития ведущих направлений, форм и методов подготовки ; проводит лицензирование и аттестацию образовательных учреждений и программ для контроля ассортимента и качества предоставляемых услуг; оказывает информационную поддержку деятельности образовательных учреждений и др.

Т.о. в современном мире увеличивается значение образования как важнейшего фактора формирования нового качества экономики и общества, проявляется ведущая роль умственной деятельности, а значит, приоритетным становится образование высокого уровня. Роль образования на современном этапе развития России определяется задачами ее перехода к демократическому и правовому государству, рыночной экономике, необходимостью преодоления отставания страны от мирового уровня. Модернизация образования разворачивается и происходит в контексте общего современного процесса реформирования различных сторон российской жизни, в тесном взаимодействии с другими реформами, одновременно являясь для них источником обеспечения необходимого кадрового ресурса.

Библиографический список

1. Джапарова Р. Маркетинг услуг профессионального образования / Р. Джапарова // Маркетинг. – 2005. - № 4. – С.55-66.
2. Липкина Е.Д. Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг: Монография // Е.Д. Липкина. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2006.
3. Долятовский В.А., Мазур О.А., Кузнецова И.В. Стратегическое планирование деятельности ВУЗа на рынке образовательных услуг / Под ред. В.А. Долятовского, О.А. Мазура. – Ростов-н/Д. – Невинномыск: СКНУ ВШ РГЭУ, 2005.
4. Зайчикова С.А., Маяцкая И.Н. Стратегия маркетинга высшего учебного заведения в системе открытого образования / М.: Изд-во РГСУ, 2006.
5. Валиев Ш.З. Рынок образовательных услуг: теоретические аспекты / Ш. З. Валиев, В.И. Сухочев. – Уфа: Дизайн ПолиграфСервис, 2008.
6. Крячков А.Ф. Особенности оказания образовательных услуг в современных условиях // А.Ф. Крячков / Вестник Самарского государственного экономического университета. – 2012. – № 3.

Т.А. Kofanova

Т.И. Punanova.