

## ОСОБЕННОСТИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Севек Р.М.

*ФГБОУ ВПО «Тувинский государственный университет», Кызыл, Россия (667000 г. Кызыл, ул. Ленина, 5)*

Раскрыты основные аспекты образовательной услуги. Автор, опираясь на многоаспектность образовательной услуги, приходит к выводу о ее принадлежности к смешанному общественному благу, что предоставляет государству право влиять на формирование образовательной услуги и оценивать ее качество. На основе характеристики анализа спроса и предложения на рынке образовательных услуг выделена совокупность дифференцированных факторов: традиционных и специфических. В статье проведено сопоставление современных характеристик образовательной услуги с аналогичными характеристиками товара. Выделены основные особенности регионального рынка профессиональных образовательных услуг, на основе которых автор приходит к выводу, что региональные отличия рынка образовательных услуг характеризуют скорее слабые, чем сильные стороны развития системы образования, обусловленные целым рядом причин и имеющие количественные и качественные характеристики.

Ключевые слова: образовательная услуга, региональный рынок профессиональных образовательных услуг, взаимодействие, многоаспектность образовательной услуги.

## INTERACTION FEATURES IN THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET

Sevek R.M.

*The Tuva State University, Kyzyl, Russia (667000, Lenina st., 5, Kyzyl, Russia)*

The main aspects of educational service are opened. The author, leaning on a variety of educational service, comes to a conclusion about its belonging to the public benefit that provides to the state the right to influence on formation of educational service and to estimate its quality. On the basis of the analysis of supply and demand in the market of educational services the author marks out the set of the differentiated factors: traditional and specific. In article comparison of modern characteristics of educational service to similar characteristics of goods is carried out. The main features of the regional market of professional educational services on the basis of which the author comes to a conclusion are marked out that regional differences of the market of educational services characterize rather weak, than strengths of development the education systems caused by a number of the reasons both having quantitative and qualitative characteristics.

Keywords: educational service, regional market of professional educational services, interaction, variety of educational service.

«Назначение образования всегда рассматривалось двояко – с позиций отдельной личности и с позиций общества в целом. Каждому разумному человеку свойственна потребность в получении знаний, умений и навыков, что рассматривается у экономистов, философов, психологов как естественная и нематериальная потребность индивида для обеспечения целей самореализации, лидерства, успеха, здоровья, безопасности и других» [2, с. 294, 9].

В условиях новой экономики в отечественной образовательной среде сформировалась система концепций, понятий и определений, отражающая терминологический аппарат системы образования. Сущность системы образования принято выражать как категорию образовательной услуги по удовлетворению потребностей личности, общества и государства [3].

В большинстве анализируемых источников [4, 10, 11] образовательная услуга рассматривается как педагогическая категория, т.е. как объем учебной и научной информации как суммы знаний общеобразовательного и специального характера и практические навыки, передаваемые личности по определенной программе. Подобный классический подход к определению образовательной услуги нашел свое отражение и в нормативных документах: законе «Об образовании», «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» и государственных образовательных стандартах (ГОС и позднее ФГОС). Основной целью процесса обучения является передача сформированных для конкретной специальности знаний, умений и навыков. Новые образовательные стандарты высшего профессионального образования, основанные на «компетентностном» подходе, вносят в определение новое содержание.

Педагогический аспект – передача знаний от педагога ученику, дополнять вторым аспектом – экономическим, предполагающим рассмотрение образования и образовательной услуги как экономической категории, с обязательным выделением производителей и потребителей образовательной услуги по поводу ее производства и продажи [7]. В этом случае отношения саморегулируются через доходную часть субъектов соответствующего рынка (труда, образования и прочих), а государство регулирует посредством лицензирования и стандартизации образовательных услуг. Трудовой аспект обучения – получение в процессе реализации образовательной услуги профессии, квалификации или новой специальности, можно назвать третьим аспектом обучения.

Образовательная услуга как многоаспектная является составной частью смешанного общественного блага. Кроме индивидуальной полезности она удовлетворяет и потребность институциональных субъектов, то есть характеризуется общественной полезностью. Именно это качество предоставляет государству право влиять на формирование образовательной услуги и оценивать ее качество [1].

Выделение образовательных услуг из общего ассортимента услуг, отличающихся по технологии производства, продвижения, продаж, имеющих ярко выраженную индивидуальность, формирует сущность понятия «рынок образовательных услуг». Образовательные услуги являются продуктом, который реализуется на этом рынке и должен приносить их получателям экономические блага. В качестве экономического блага выступает «образование как результат» (образованность индивида). Хотя существуют различные определения «образовательного продукта» [7, с.13], мы исходим из того факта, что образовательный продукт – это продукт, реализуемый на рынке образовательных услуг для целей удовлетворения потребностей индивида и общества в знаниях. Анализ научной литературы и законодательных актов показывает, что образовательная услуга имеет

нематериальный характер, а рынок образовательных услуг, являясь частью отечественной экономики, рассматривается как сложная социально-экономическая система и одновременно как совокупность взаимосвязанных элементов, объединенных единой целью. Но этот рынок имеет характерные отличия от других секторов рынка и проявляется он в особенностях технологий и условий реализации образовательных услуг, профессиональных компетенций работников сферы образования, что вызывает заинтересованность различных экономических субъектов рынка.

В своих предыдущих исследованиях [9] мы отмечали, что наряду с реформированием системы образования, в РФ произошла реорганизация организационно-правовых форм как некоммерческих организаций, так и бюджетная. Начиная с 2011 года, бюджетное финансирование образовательных услуг осуществляется в форме субсидирования государственных и муниципальных услуг. Часть ранее существовавших образовательных учреждений реорганизованы в казенные учреждения, которые, исходя из нормативно-подушевого подхода, получают субсидии на образовательные государственные (муниципальные) услуги. Вторая часть бюджетных образовательных учреждений реорганизовывается в автономные некоммерческие учреждения, которые в соответствии с уставными документами обладают самостоятельностью в распоряжении своими финансовыми ресурсами и в условиях конкуренции с казенными (бюджетными) учреждениями и имеют возможность получения бюджетной субсидии на финансирование государственной образовательной услуги. Не реорганизованные бюджетные учреждения также имеют возможность получать бюджетное финансирование в виде субсидий. Степень риска неполучения бюджетных средств на покрытие расходов при оказании государственных образовательных услуг наиболее высока у автономных учреждений и наименее низка – у казенных учреждений. К числу нерыночных производителей образовательных услуг принято относить организации, формирующие свои доходы на основе членских, целевых и благотворительных взносов, т.е. общественные и благотворительные организации, потребительские кооперативы, некоммерческие партнерства. Для этих организаций необходимы специальные навыки «социального предпринимательства», которым присуща активная политика фандрайзинга, формирования эндаумент-фондов, целевого капитала и т.д.

Как показали наши исследования [9], сфера образования в современных условиях должна ориентироваться на запросы рынка труда, так как рынок образовательных услуг является составной частью этого рынка, ибо он формирует запрос на работников востребованных специальностей.

На рынке образовательных услуг широкое распространение получают товары-субституты, или еще их называют товары-заменители. Эти товары находятся на разных образовательных уровнях, но наиболее широк спектр таких товаров-субститутов на уровне дополнительного профессионального послевузовского образования. С присоединением России к Болонскому процессу происходит универсализация товаров-субститутов в системе профессионального образования РФ, причины и проявления этого вида услуг требуют дополнительного исследования.

Реализация комплементарных образовательных товаров, то есть дополняющих основные образовательные продукты, позволяет повысить спрос на товары-субституты. Следует отметить, что разнообразие этих товаров становится все шире.

На рынке образовательных услуг наблюдается проявление функционального и нефункционального потребительского спроса. Функциональный спрос неразрывно связан со спросом на образование как на продукт, обладающий потребительскими качествами всеобщего блага, что является определяющим для производителя этих услуг. Нефункциональный потребительский спрос определяется внешними воздействиями или эффектами, например эффект, отражающий желание людей не быть «хуже других»; или желание быть исключительным и непохожим на других, а эффект Веблена характеризует стремление потребителя приобрести наиболее престижное, элитарное благо.

Сущность образовательных услуг и их качество постоянно находится в поле зрения ученых [2, 7]. Автором этой работы проведено сопоставление [9] современных характеристик образовательной услуги с аналогичными характеристиками товара, что представлено в таблице. Для выяснения особенностей природы взаимодействия участников рынка профессиональных образовательных услуг нами выделены специфические свойства региональной образовательной услуги: отдаленность от крупных индустриальных центров РФ, степень развития промышленной сферы, систем инфраструктуры региона, количество учебных заведений на одного учащегося, количество профессорско-преподавательского состава на одного учащегося, сумма затрат на образование на одного учащегося. Доля ВВП региона на одного учащегося позволяет охарактеризовать основные особенности региональной образовательной услуги, которые напрямую связаны с отличиями регионального рынка образовательных услуг.

Таблица

Признаки товара и образовательной услуги

Товар	Образовательная услуга
Материален, физически воплощен	Неосвязаема, нельзя ознакомиться до момента потребления, за исключением современных

	демонстрационных версий. Нематериальна, но в процессе ее производства происходит потребление материальных продуктов труда
Права собственности при продаже переходят	Права собственности при продаже исчезает у продавца, но право интеллектуальной собственности остается (как правило)
Достаточно легко оценивается в стоимостном выражении	Невозможность оценки ожидаемого личного эффект от образовательной услуги потребителем из-за сложности прогнозирования запросов рынка на момент завершения обучения. Эффект запаздывания и кумулятивный эффект индивидуальной и общественной полезности образовательной услуги могут повысить современные образовательные технологии и адекватные педагогические приемы
Может храниться у покупателя или продавца	Традиционные невозможность хранения, упаковки и транспортировки трансформируются в формирование «контента» – учебно-методического комплекса дисциплины на бумажных или электронных носителях, пересылаемого учащимся по e-почте
Производство и потребление, производство и продажа <i>разделены</i> во времени и пространстве	Совпадение в пространстве и во времени производства и потребления, за исключением дистанционного обучения (on-line/off-line)
Потребитель и заказчик могут не совпадать в одном лице, и товар может быть продан через посредника	Потребитель и заказчик могут совпадать в одном лице в случае послевузовского и дополнительного образования, но в школьном и корпоративном образовании эти роли не совпадают. В последнем случае возникают понятия «потребитель-клиент» и «потребитель-заказчик». Посредник реализуют лишь часть функций образовательной услуги, когда субъекты рынка образовательных услуг используют аутсорсинг
Может быть продан несколько раз	Может быть продана только один раз (каждому обучаемому). Индивидуализация не противоречит множественности потребления образовательной услуги группой потребителей (классом, аудиторией)
Продавец доводит товар до готовности, участвуя в производстве	Покупатель (обучаемый) прямо участвует в производстве услуги, играет активную роль при создании «человеческого капитала»
Стандартизуем	Трудно стандартизуема

Следуя логике выделения четырех типов регионов [8] (развитая система профессионального образования, развивающаяся система профессионального образования; система профессионального образования догоняющего типа и слаборазвитая система профессионального образования по критериям), сформулируем особенности регионального рынка профессиональных образовательных услуг:

- расходы на 1 учащегося в единицах ВВП по ППС на душу населения (профессиональное образование) в дол. США;

- общая численность выпускников учреждений профессионального образования, чел.;
- учащиеся данного региона (страны), обучающиеся за рубежом (выездные мобильные студенты), чел.;
- показатель выездной мобильности, %;
- въездные мобильные студенты, чел.;
- распределение выпускников по областям обучения (% от всех областей), наука и техника, %;
- количество студентов на одного преподавателя, чел.

Основные отличия регионального рынка образовательных услуг:

- 1) узость специализаций и направлений подготовки обучающихся;
- 2) меньшее количество образовательных учреждений;
- 3) чаще более низкое качество обучения;
- 4) расходы на обучение одного студента ниже;
- 5) худшая оснащенность аудиторий и библиотек;
- 6) отсутствие покупателей образовательных услуг из других регионов;
- 7) заказчиками образовательных услуг обычно являются внутренние региональные работодатели;
- 8) отсутствие бренда у образовательных учреждений региона;
- 9) низкий уровень предложения образовательных услуг;
- 10) высокий спрос на образовательные услуги;
- 11) минимальный набор комплементарных образовательных услуг.

Следует подчеркнуть, что выделенные нами региональные отличия рынка образовательных услуг характеризуют скорее слабые, чем сильные стороны развития системы образования. Этот факт обусловлен целым рядом причин, имеющих количественные и качественные характеристики.

### **Список литературы**

1. Асаул А.Н. Повышение роли государства в развитии национальных систем высшего образования // Экономическое возрождение России. – 2006. – № 4. – С. 3-10.
2. Асаул А.Н., Капаров Б.М. Управление высшим учебным заведением в условиях инновационной экономики. – СПб., 2007.
3. Асаул А.Н. Единое образовательное пространство СНГ: реалии и перспективы // Экономическое возрождение России. – 2009. – № 3. – С. 3–7.
4. Асаул А.Н. Интерактивные технологии, основанные на компетентностном подходе в

процессе подготовки бакалавров // *Фундаментальные исследования*. – 2013. – № 4–2. – С. 434-437.

5. Грахов В.П., Лекомцева Е.Ю. Обучение и развитие персонала как одна из составляющих сбалансированной системы показателей // *Технические университеты: интеграция с европейскими и мировыми системами образования*. – 2012. – С.171-173.

6. Грахов В.П., Кислякова Ю.Г. Качество образования через профессиональное взаимодействие // *Технические университеты: интеграция с европейскими и мировыми системами образования*. – 2012. – С.166-170.

7. Лукашенко М.А. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления: Монография. – М.: Маркет ДС, 2003.

8. Попугаева Т.А. Оценка международной конкурентоспособности стран с учетом состояния систем высшего образования: Автореф. дис... канд. экон. наук: 08.00.14 – *Мировая экономика* [С.-Петербург. гос. политех. ун-т]. – СПб., 2009.

9. Севек Р.М. Управление взаимодействием на рынке образовательных услуг: дис... канд. экон. наук: 08.00.05 – *Экономика и управление народным хозяйством: сфера услуг* [Тывинский государственный университет]. – Кызыл, 2011.

10. Смолянинова О.Г., Савельева О.А., Достовалова Е.В. Компетентностный подход в системе высшего образования: Монография. – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2008.

11. Asaul A.N. Interactivetechnologies, based on competent approach in the preparation ofbachelors // *European Journal of Natural History*. – 2013. – № 2. – С. 29-30.

#### **Рецензенты:**

Иванов С.Н., д.э.н., профессор, заведующий сектором аграрного строительства Международной академии инвестиций и экономики строительства, г. Москва.

Асаул А.Н., д.э.н., профессор, АНО «Институт проблем экономического возрождения», г. Санкт-Петербург.