

Выявление ключевых направлений формирования и развития рынка образовательных услуг

Н.Н. Аушева, Старший преподаватель каф. экономики и управления на предприятии ФГАОУ ВПО «Северо-Кавказский федеральный университет»

В настоящее время образовательная деятельность становится важной компонентой экономического развития, при этом меняется структура взаимоотношений и с другими сферами деятельности [1]. Так, в политической, социальной, духовной сферах общественной жизни происходит постоянное обновление знаний, получение новой информации из постоянно растущих количественно и качественно источников и ее осмысление [2, с. 17].

Образовательные услуги представляют собой составляющую сферы услуг, предоставляемые государством населению. Согласно Указа Президента Российской Федерации от 9 марта 2004 г. № 314 (в редакции от 25 декабря 2008 г.) «О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти»: «...Под функциями по оказанию государственных услуг понимается предоставление федеральными органами исполнительной власти непосредственно или через подведомственные им федеральные государственные учреждения либо иные организации безвозмездно или по регулируемым органами государственной власти ценам услуг гражданам и организациям в области образования, здравоохранения, социальной защиты населения и в других областях, установленных федеральными законами» [1, 3].

С точки зрения теории общественных благ образование можно отнести к так называемым социально значимым благам. В результате образовательные услуги могут предоставляться не только государственными и муниципальными, но и частными организациями, а роль органов государственной власти и местного самоуправления состоит в создании правовых и институциональных условий и в организации предоставления подобных услуг [4, с. 187-189].

Необходимо отметить, что поставщиком образовательных услуг населению является система образования, включающая в себя следующие компоненты:

- «преимущественные образовательные программы различных уровней и направленности;
- федеральные государственные образовательные стандарты и федеральные государственные требования;
- сети реализующих их образовательных учреждений и научных организаций;
- органы, осуществляющие управление в сфере образования, и подведомственных им учреждений и организаций;
- объединения юридических лиц, общественных и государственно-общественных объединений, осуществляющих деятельность в области образования» [4, с. 192-193].

На практике основным направлением деятельности высшего учебного заведения является предоставление образовательных услуг, однако нет четкого определения в какой конкретной форме существует услуга, что понимать под товаром или продуктом вуза. Так, А.О. Ченцов предлагает следующее определение: «Образовательные услуги создаются в процессе научно-педагогического труда, являющегося, в свою очередь, разновидностью научного труда. Результат научно-педагогического труда может быть назван образовательным продуктом. Образовательный продукт – это часть интеллектуального продукта, адаптированная к соответствующему сегменту образовательных услуг» [5, с. 120-123]. Следовательно, образовательная услуга

является результатом научно-педагогического труда, созданная с целью удовлетворения потребностей потребителя.

Согласно мнения М.А. Лукашенко, под конечным образовательным продуктом понимается образованность индивида, а промежуточный образовательный продукт рассматривается как результат промежуточных этапов образовательного производства, выраженный в образовательных товарах и услугах [6, с. 11].

Исследователи по-разному трактуют данное понятие. Так, А.М. Стрижов под образовательной услугой понимает «целенаправленную деятельность, характеризующуюся взаимодействием участников образовательного процесса и направленную на удовлетворение образовательных потребностей личности» [7, с. 48]. При этом Р. Джапарова под образовательной услугой подразумевает «деятельностную передачу системных знаний и привитие проверенных опытом практических навыков к определенному виду занятия путем непосредственной коммуникации с обучаемым» [8, с. 55]. Таким образом, образовательная услуга – система взаимоотношений между производителем и потребителем по оказанию и приобретению данного блага.

Рассматривая сущность образовательных услуг, не следует забывать об их специфичности, проявляющейся в сочетании традиционных характеристик услуг (неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость) и присущим только им чертам [1, 9]:

1. Образовательной услуге присуща низкая степень освязаемости. Это обусловлено невозможностью заранее знать результат обучения.

1. Неотделимость образовательной услуги от ее источника.

3. Зависимость качества образовательной услуги от изменения квалификации персонала, материально-технической базы и других неотделимых от учебного процесса элементов.

4. Невозможность сохранить полученную образовательную услугу в первоначальном виде, так как человек может забыть в процессе жизни полученную информацию, а она, в свою очередь, имеет свойство устаревать.

5. Образовательную услугу невозможно накопить. Данная характеристика обуславливается тем, что в процессе профессиональной деятельности накапливаются знания и навыки, а не действия по предоставлению услуг.

6. Длительность процесса образования (начиная с начального до высшего, а также включая курсы повышения квалификации в процессе профессиональной деятельности).

7. Возможность оценивать качество образования во время периода обучения.

8. Выбор приобретения той или иной образовательной услуги не всегда делается самим потребителем.

9. В процесс предоставления образовательной услуги включен сам потребитель, так как без его интеллектуального участия процесс теряет смысл.

10. Ожидание получения дохода в процессе профессиональной деятельности от приобретенных знаний.

11. Предоставление дополнительных услуг социально-бытового характера (общепитание, медицинские услуги, спортивные центры, комбинат питания и др.) в течение образовательного процесса.

12. Образовательные услуги удовлетворяют духовные и интеллектуальные запросы личности и общества.

13. Проведение систематического государственного контроля качества предоставляемых образовательных услуг.

14. Особенность высших учебных учреждений функционировать на рынке образовательных услуг и рынке труда.

Таким образом, учитывая специфические черты и особенности образовательных услуг, можно дать следующее определение: образовательная услуга – это комплексный процесс, направленный на передачу знаний, умений и навыков общеобразовательного, профессионального характера потребителю, с целью удовлетворения и развития личных, групповых и общественных потребностей.

Современный рынок образовательных услуг в России сложился за достаточно короткий промежуток времени и рыночные отношения в образовании только начинают приобретать цивилизованные формы [1, 10-11]. Так, предложение образовательных услуг за последние годы стремительно растет, иногда превышая спрос. Поэтому в последнее время складывается особое отношение к студенту как основному потребителю образовательных услуг. В условиях борьбы за студента (клиента) конкурентные отношения все в большей степени начинают охватывать рынок образовательных услуг, соответственно, вузы пытаются занять свое место в образовательном бизнесе.

Следует отметить, что конкурентная борьба возрастает в результате появления на рынке большого количества негосударственных вузов, которые ориентированы на подготовку студентов по профилю наиболее востребованных населением специальностей.

В современных условиях наблюдается предпочтение среди потенциальных потребителей учебных заведений своего региона. При этом демографическая ситуация в стране позволяет прогнозировать количество поступающих в вузы. Отметим, что при выборе того или иного учебного заведения для потребителя основным решающим фактором является не только цена, но и качество образования.

Сегодня отношение к образованию изменилось во всем мире. Высшее образование рассматривается как наиболее важный фактор в экономическом и социальном развитии. Человек, его знания, его способность принимать нестандартные решения в быстро меняющихся экономических условиях становится главной ценностью общества. И именно конкуренция способна стать своего рода рычагом, способным подтолкнуть высшее образование к качественно новому витку развития.

Вузам необходимо проводить оценку уровня конкурентоспособности и на ее основе разрабатывать стратегии повышения конкурентоспособности, а это требует проведения вузом постоянного мониторинга внешней среды в части содержания и структуры образовательных услуг. Такой мониторинг и будет являться базой повышения конкурентоспособности. Эта работа может быть осуществлена на базе стратегического управления вузом и вузы, которые смогут ее правильно и своевременно организовать в перспективе будут конкурентоспособны на рынке образовательных услуг.

В заключении отметим, что новая образовательная система, возникающая в процессе преодоления мирового кризиса образования, характеризуется следующими основными чертами:

- углубление и расширение самой сущности сферы образования путем формирования установки и выработки специфической модели поведения индивидов посредством передачи им новых знаний, навыков, опыта и др.;
- функции сферы образовательных услуг выполняют различные социальные институты, в том числе предприятия, организации, учреждения, органы управления;
- глобализация становится неотъемлемой чертой новой образовательной системы и ключевых процессов ее формирования и развития;
- сфера образовательных услуг создается и развивается как система открытого, адаптивного, индивидуализированного, создающего новые знания непрерывного образования личности на протяжении всей его жизни.

Такая характеристика возникающей новой системы образования выявляет чрезвычайную сложность и противоречивость процессов ее становления и развития. Их ход во многом зависит от того, насколько эффективные методы будут применяться в управлении этими процессами.

Литература:

- 1.Дергиева А.И., Аушева Н.Н. Исследование направлений стимулирования развития рынка образовательных услуг [Текст]/ А.И. Дергиева, Н.Н.Аушева//Экономик, статистика и информатика.- №4. – 2012.
- 2.Тихонов, А.Н. Управление современным образованием: социальные и экономические аспекты [Текст]/ А. Н. Тихонов, А. Е. Абрамшин, Т. П. Воронина, А. Д. Иванников, О. П. Молчанова; под ред. А. Н. Тихонова. – М.: Вита-Пресс, 1998. – 256 с.
- 3.О системе и структуре федеральных органов исполнительной власти: Указ Президента Российской Федерации от 9 марта 2004г. № 314 (в редакции от 25 декабря 2008г.) [Текст]//Собрание законодательства Российской Федерации. 15.03.2004. № 11. Ст. 945; 24.05.2004. № 20. Ст. 2023.
- 4.Железов, Б.В., Кудюкин П.М., Шувалова О.Р. Эффективность системы образования: взгляд потребителя образовательных услуг [Текст] /Б.В.Железов, П.М.Кудюкин, О.Р.Шувалова// Вопросы образования. - 2009. - №2. - С. 187-210.
- 5.Ченцов, А. О бизнесе образовательных услуг [Текст]/ А.Ченцов// Высшее образование в России. – 1999. - № 2 – С. 120-123.
- 6.Лукашенко, М.А. Высшее учебное заведение на рынке образовательных услуг: актуальные проблемы управления [Текст]/ М.А.Лукашенко. – М.: Маркет ДС, 2003. – 356 с.
- 7.Стрижов, А.М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений [Текст]/ А.М. Стрижов// Стандарты и мониторинг в образовании. – 1999. - № 3. – С. 47-50.
- 8.Джапарова, Р. Маркетинг услуг профессионального образования [Текст]/ Р.Джапарова// Маркетинг. – 2005. – № 4. – С. 55-65.
- 9.Половова, Т.А. Образовательная услуга как ключевой момент рынка образования [Электронный ресурс]/ Т.А.Половова, О.С.Баталова//http://www.nsuem.ru/science/publications/science_notes/2009_2/article.php?ELEMENT_ID=819
- 10.Новоселова, Н.Н. Направления эффективного использования образовательного, научно-технического и инновационного потенциалов для решения социально-экономических задач в регионе [Электронный ресурс]/ Н.Н.Новоселова// Инженерный вестник Дона: электронный научно-инновационный журнал .- 2011.- №1// <http://www.ivdon.ru>.
- 11.Новоселов, С.Н. Актуальные проблемы региональной и муниципальной экономики [Текст]/ С.Н.Новоселов, М.А. Ахмадов, Н.Н. Новоселова и др.- Пятигорск: РИА-КМВ, 2010.- 288с.