

КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Фатюхина Наталья Александровна

магистрант Московского городского педагогического университета Институт менеджмента, РФ, г. Москва

Скубрий Евгений Вениаминович

научный руководитель, д-р экон. наук, проф. Московского городского педагогического университета, РФ, г. Москва

В современных рыночных условиях сфера образования является одним из ключевых факторов экономического роста экономики, уровень развития которой прямо пропорционально влияет на социально-экономические условия жизни населения как региона, так и страны в целом. Образование необходимо рассматривать как доминирующий фактор поступательного развития экономики, а также как обеспечение конкурентоспособности страны на мировом уровне.

Условия рыночного функционирования всей системы образования повышают практический интерес к более глубокому исследованию основных проблем конкурентоспособности учреждений образования и качество предоставления образовательной услуги в условиях жесткой конкурентной борьбы. Неблагоприятные демографические процессы в России данную проблематику сильно актуализируют. Диверсификация номенклатуры и ассортимента образовательных услуг, стремление образовательных учреждений оказывать свои услуги на более качественном уровне, постоянная работа над повышением их доступности, являются лишь некоторыми направлениями конкурентной борьбы образовательных учреждений за привлечение учащихся [4, с. 84].

Динамичное развитие внешней среды образовательного учреждения диктует необходимость постоянного мониторинга и контроля рыночной ситуации и внесения корректив в образовательную деятельность. Формирование единого образовательного пространства заставляет своих участников применять современные методы управления, которые содействуют повышению их конкурентоспособности и качества образовательной услуги. Осмысление человека, его компетенций, интерактивности в разработке и принятии решений как результат наивысшей социальной ценности является характерным атрибутом современной национальной экономики. Следовательно, усиление конкурентоспособности и повышение качества образовательной услуги станет тем императивом, который инициирует качественно новый этап в развитии факторного рынка в сфере образования. Вышеперечисленные обстоятельства требуют достаточно глубокого анализа и исследования факторов повышения конкурентоспособности и качества образовательных услуг субъектов системы образования.

Становление и развитие рынка образовательных услуг характеризуется наличием связывающей компоненты между многообразными видами деятельности, в качестве которой выступает система образования. Вместе с тем, отдельное внимание акцентируется на способности конкурировать на мировом рынке как научно-исследовательской деятельности, так и самой национальной экономики в целом. В итоге, уровень образования России характеризует ее благосостояние, а способность общества достаточно быстро адаптироваться к инновационным технологиям, принимать качественные решения, оказывает ключевое влияние на НТП страны, экономическую безопасность и стабильность.

Развитие системы образования способствовало становлению сферы образовательных услуг, состоящей из целого ряда институтов, взаимозависимых и взаимосвязанных между собой социально-экономическими отношениями в результате получения образовательного продукта. В рыночных условиях развитие отечественной экономики вызвало особый интерес ведущих специалистов в области экономики и управления в сфере образования, направленных на обучение работников образования. При этом следует отметить, что все интерпретации категории «образовательная услуга» не дают четкого понимания ее сущности и содержания в современных экономических условиях.

Образовательные услуги с позиции экономических отношений рассматривают как некое общественное благо. Учитывая, что на рынке товаров и услуг широкого потребления существуют блага разных форм собственности, образовательные услуги следует относить к смешанным формам собственности. При этом услугу в сфере образования необходимо рассматривать как некое частное благо, так как с его помощью индивиду обеспечивается возможность самореализации, достижения делового успеха и предоставления дополнительной социальной защиты от негативных колебаний рыночной конъюнктуры.

Таким образом, образовательная услуга – это такое благо, которое предоставляет возможность приобретения актуальных знаний путем исследования определенных областей науки и обладает соответствующими специфическими свойствами: 1) неотделимостью самой образовательной услуги от производителя; 2) непостоянством качества услуги сферы образования; 3) невозможностью осязать услугу до момента ее приобретения; 4) невозможностью сохранения образовательной услуги в отличие от товара; 5) периодичностью предоставления отдельных видов образовательных услуг [2, с. 32].

Образовательные услуги выполняют социально-экономическую функцию, пользу от них получает не только сам потребитель данной услуги, но и общество в целом, что выражается в его социально-экономической стабильности, формировании человеческого капитала, значимость которых определяется объемом приобретенных знаний и умением их применять для получения социально-экономических результатов. Образовательную услугу необходимо рассматривать в трех аспектах:

- с точки зрения отдельного индивида, образовательная услуга – это последовательность действий по передаче потребителю компетенций общекультурного и профессионального характера с целью удовлетворения его потребностей в получении профессии, самоактуализации и саморазвитии, осуществляемая во взаимозависимости с покупателем по соответствующей форме и образовательной программе;
- с точки зрения рынка труда, в лице работодателя, образовательная услуга – это деятельность по переподготовке, повышению квалификации персонала, необходимая для обеспечения его интерактивности, работоспособности, поддержания конкурентоспособности в условиях рынка образовательных услуг;
- с точки зрения государства, образовательная услуга – это некое благо, обеспечивающее расширенное воспроизводство личностного и интеллектуального потенциала [6, с. 49].

Конечным продуктом образования, и образовательной услуги, без сомнения, является совокупность знаний, навыков и умений – все то, что определяется как способность человека к труду, но образование, кроме этого, неразрывно связано с воспитанием гражданина, превращением его в полноценного члена общества. Должна ли быть вложена данная компонента в образовательную услугу? Попытаемся ответить на этот вопрос.

Можно рассматривать образовательную услугу как составную часть образования, с целью увеличения в дальнейшем стоимости товара «рабочая сила» на рынке труда и вовлечения человека в систему производственных отношений. И, действительно, потребитель образовательной услуги платит именно за это, т. е. за совокупность знаний, навыков и умений, приобретение которых в дальнейшем позволит ему получить более выгодное предложение на рынке труда. Воспитание гражданственности, нравственности, высокий уровень которых будет в дальнейшем характеризовать его как субъекта общественных отношений, потребитель не заказывает и не оплачивает. Но воспитательный процесс и

содержание образования для двух учащихся, сидящих за одной партой и имеющих равный доступ к школьной инфраструктуре, один из которых является потребителем образовательной услуги, а другой получает образование за счет государства, абсолютно ничем не отличаются.

Таким образом, процесс воспитания совершенно идентичен как для учащегося, получающего образование, так и для учащегося, получающего образовательную услугу. Следовательно, компонента воспитания обязательно присутствует в образовательной услуге, несмотря на то, что в договоре она не зафиксирована и, соответственно, потребителем не оплачена. Более того, процессы воспитания и передачи знаний вообще неразделимы в рамках любой существующей национальной системы образования.

Попробуем сверить суть рассматриваемого вопроса с позиции концепции общественного блага [1, с. 10]. Согласно этой концепции, услуги как экономические блага могут быть классифицированы следующим образом.

1. **Общественные услуги в чистом виде.** Данные услуги относятся к общественному (государственному) сектору в тех сферах деятельности, где основные атрибуты рынка: прибыль, конкуренция, свободное ценообразование, не срабатывают или по замыслу общества не должны срабатывать. Однако, несмотря на то, что общественные услуги предоставляются населению бесплатно, это не означает, что они являются даровыми благами. Производство их требует соответствующих затрат, которые производятся государством от имени и за счет всех налогоплательщиков.

Чистые общественные услуги как экономические блага характеризуются совокупностью, взаимосвязанностью и взаимодополняемостью следующих трех признаков: 1) совместный характер потребления, неделимость и неизбирательность; 2) невозможность исключения из потребления и возможность потребления благ, не оплачивая их; 3) значительный внешний, в первую очередь социальный, эффект от производства и потребления этих благ [3, с. 8]. Производство и потребление данных услуг обеспечивает удовлетворение общественных потребностей, реализацию интересов общества в целом. Экономически и технически невозможно исключить такие услуги из потребления всего общества и сделать их предметом сугубо индивидуального пользования. Именно доступность таких услуг для всего общества и предопределяет возможность потребления общественных услуг без прямой оплаты.

2. **Частные услуги в чистом виде.** Данные услуги, в отличие от чисто общественных, характеризуются следующими двумя альтернативными признаками: 1) индивидуальный характер потребления, делимость и избирательность; 2) исключаемость и конкурентность, отсутствие у кого-либо из частников отношений монополии на данный вид услуг [3, с. 9].

Данные услуги производятся на продажу с целью извлечения прибыли на основе частной собственности и свободной конкуренции. Как известно, в секторе частных услуг основой рыночного конкурентного механизма являются равновесные цены, определяемые законом спроса и предложения на рынке подобных услуг. Данные положения концепции применительно к образовательным услугам как чистым частным услугам показывают возможность их производства только в негосударственном секторе системы образования, и то при условии полной самокупаемости и самофинансирования, т. е. функционирования этого сектора в чисто рыночном режиме. В мировой практике негосударственный сектор образования, работающий в подобном режиме, достаточно сегментарен. В большинстве стран частные учебные заведения, исходя из некоммерческого статуса хозяйствования, имеют возможность получать бюджетные субсидии, разного рода льготы, в том числе и налоговые.

3. **Услуги смешанного характера.** Чисто общественные и чисто частные общественные блага в реальной действительности представляются как крайние полюсы шкалы экономических благ, между которыми существуют смешанные блага различного рода. В зависимости от тяготения конкретных услуг к тому или иному полюсу преобладают и признаки этих благ. Согласно этой концепции, образовательные услуги, оказываемые частными учебными заведениями, в нашей стране должны тяготеть к частному сектору услуг и характеризоваться в большей степени признаками, присущими данным услугам. В то время как образовательные услуги, оказываемые государственными учебными заведениями, будут тяготеть к общественному сектору услуг с преимущественным набором признаков, характерных для общественных благ.

Их еще называют социально значимыми услугами, следовательно, они в большей степени должны быть ориентированы на интересы общества и общественного производства, отличаться весьма значительными внешним эффектом и ролью в обеспечении социального равенства и доступности этих услуг для всех членов общества.

Как известно, существуют пять основных признаков совершенного конкурентного рынка:

- 1) свободный вход и выход участников рынка;
- 2) цена, назначаемая на товар отдельным участником рынка, оказывает незначительное влияние на общую рыночную цену;
- 3) полная свобода перемещения материальных, финансовых и людских ресурсов;
- 4) признание права каждого участника рынка на полную информированность о спросе и предложении, о ценах, прибыли и т. д.;
- 5) исключение каких-либо привилегий для каких-либо групп участников рынка.

Совершенно очевидно, что ни один из национальных рынков образовательных услуг не отвечает всем пяти признакам. Более того, большинство признаков в силу характера «смешанного блага» и специфики самого товара «образовательные услуги» не применимы и не должны, по нашему мнению, применяться к рынку бесплатных образовательных услуг. Так, российскому рынку бесплатных образовательных услуг присущи только второй и четвертый признаки.

Во всех странах любой рынок образовательных услуг является регулируемым. Государство использует различные методы воздействия на рынок: от прямого административного вмешательства и финансовых рычагов до косвенного регулирования через налоги, льготы, государственные заказы. Причем степень влияния государства на данный рынок в разных странах различна, но в целом очень высока.

Различают национальный (внутренний) и международный (внешний) рынки образовательных услуг. На внутреннем рынке участвуют производители и потребители одной страны, на внешнем – разных стран. Таким образом, международный рынок образовательных услуг – это сфера формирования спроса и предложения на образовательные услуги между производителями и потребителями разных стран.

В соответствии с основными формами международной торговли, принятыми ВТО, можно выделить четыре формы международной торговли образовательными услугами:

- перемещение потребителя услуги в страну их производителя (получение образования за рубежом);
- коммерческое присутствие производителя услуги на территории страны – потребителя услуги (получение образования в своей стране в филиале, представительстве и т.п. зарубежного образовательного учреждения);
- поставка услуг через границу (в данном случае границу пересекает сама услуга, а не ее поставщики или потребители, например, образовательная услуга, передаваемая через все возможные средства связи);
- временное перемещение за границу физического лица – поставщика услуги (обмен учеными, специалистами, преподавателями).

Итак, конкурентоспособность услуги в сфере образования представляет собой совокупность качественных и количественных референций предлагаемого блага и его производителя, обладающих преимуществами на факторном рынке и удовлетворяющих запросы потребителей в образовательной услуге. Конкурентоспособность учреждения в сфере образования, совокупность референций, определяющих его позицию как в образовательной, так и в

социокультурной среде, определяется такими параметрами, как качество, цена образовательных услуг, PR-кампания, а также эксплуатационные затраты.

Ключевой целью деятельности образовательных учреждений в области системы менеджмента качества является непрерывное повышение конкурентоспособности образовательной услуги, реализация НТП, определяемого уровнем общекультурных и профессиональных компетенций преподавательского состава и учащихся, создание и укрепление гражданственности и высоких нравственных идеалов. Таким образом, создание неценовых факторов конкурентных преимуществ образовательных услуг тесно связано с социально-экономическими показателями развития конкретного региона.

В интересах социально-экономического функционирования региона значение устойчивого и поступательного его развития определяется необходимостью модернизации системы образования. Совершенствование образовательных услуг базируется на перспективных потребностях социально-экономической сферы региона. Данная задача реализуется путем разработки и внедрения системы мониторинга образовательной сферы в регионе, проявляющегося в регулировании и координации действий всех участников производства, распределения, обмена и потребления услуг сферы образования, ориентированных на повышение конкурентоспособности учреждений в сфере образования, качества самих образовательных услуг и способствующих трудоустройству квалифицированных кадров.

Внедрение системы мониторинга образовательных услуг позволяет реализовать следующие задачи: 1) разработать и внедрить систему критериев и показателей эффективности образовательных учреждений; 2) проводить мониторинг и оценку состояния системы образования; 3) анализировать выполнение задач перспективного развития сферы образования; 4) вносить коррективы в стратегические программы и мероприятия перспективного развития сферы образовательных услуг на основе полученных результатов предыдущих задач [5, с. 70].

В целях повышения конкурентоспособности и качества образовательных услуг в регионе целесообразно, на наш взгляд, реализовать комплекс мероприятий: 1) создание наиболее оптимальных условий для работы высококвалифицированных специалистов; 2) обеспечение устойчивого развития образовательного учреждения в долгосрочной перспективе; 3) использование инновационных технологий в процессе реализации образовательных программ, научной и учебно-воспитательной деятельности; 4) применение системы непрерывного повышения качества и эффективности образования и информатизации; 5) улучшение производственной инфраструктуры, отвечающей современным требованиям.

Список литературы:

1. Ахинов А.Г. Экономика общественного сектора / А.Г. Ахинов, Е.Н. Жильцов. – М.: Инфра-М, 2008. – 345 с.
2. Губарев В.В. Системное представление о качестве образования / В.В. Губарев // Стандарты и качество. – 2009. № 1. – С. 30–35.
3. Ишина И.В. Бюджетное финансирование образования: Назначение, состояние, проблемы / И.В. Ишина. – М., 2001. – 80 с.
4. Лукина А.В. Создание конкурентного преимущества на основе дифференциации / А.В. Лукин, А.А. Лукин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2012. № 3. – С. 82–88.
5. Мохначев С.А. Современные тенденции развития управления конкурентоспособностью вуза / С.А. Мохначев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2011. – № 1. – С. 67–71.
6. Стрижов А.М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений / А.М. Стрижов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2013. – № 3. – С. 47–50.

