

Сыроваткина Т.Н., Федорова О.И., Зуева Е.Г.
Оренбургский государственный университет
E-mail: ekt@mail.osu.ru

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ КАК ПРОДУКТА ЭКОНОМИКИ ОБРАЗОВАНИЯ

Исследованы экономика образования и основной продукт деятельности – образовательная услуга. Приведены альтернативные концепции теории экономики образования. Обнаружены новые свойства образовательной услуги как продукта интеллектуального труда, элемента процесса создания стоимости, объекта коммерческих отношений, непрерывно возрастающей стоимости. Приведено обоснование новых свойств образовательной услуги.

Ключевые слова: образовательная услуга, знание, интеллектуальный труд, потребительная стоимость, человеческий капитал, информатизация, глобализация.

Современный переход экономики к цивилизованным рыночным отношениям связан с возрастанием роли и значения образования. С точки зрения экономического роста и инвестиционной привлекательности сектора экономики, производящего знание, информацию, интеллект исследования этой сферы деятельности становятся первостепенной задачей. Экономика образования требует пристального внимания, нуждается в глубоких преобразованиях и поддержки со стороны государства и общества. Она представляет собой систему экономических отношений, определяемых особенностями процесса генерирования и распространения знания. Для более глубокого представления сущности процессов, явлений, закономерностей требуется неоднозначный подход к исследованию, что позволит представить и раскрыть многогранность проявления и значение экономики образования в теории и практике. Данная статья посвящена изучению отрасли производства знания, интеллекта. Основной акцент делается на выявление специфики производственного результата – образовательной услуги. Интеграция в мировое образовательное пространство наряду с перестройкой системы образования сопровождается кардинальным изменением образовательного процесса. В соответствии с Болонским соглашением образовательная услуга должна отвечать международным требованиям, а потребительские свойства должны быть адекватными, как отечественному рынку образовательных услуг, так и способствовать его интеграции в мировое образовательное пространство.

Понимание образовательной услуги и ее значение в аспекте мирового рынка образовательных услуг отражены в работах многих оте-

чественных ученых-экономистов – Белякова С.А., Васильева В.Н., Вифлеемского А.Б., Добренкова В.И., Гребнева Л.С., Жильцова Е.В., Ерошина В.И., Зуева В.М., Колесова В.П., Пороховского А.А., Садовниченко В.А., Татура Ю.Г., Филиппова В.М., Черковца В.Н., Чупрунова Д.И., Щетинина В.П.

Подробное изучение образовательной услуги приводится в работах Чекмарёва В.В., посвященных производственным отношениям в экономике образования. По его мнению, образовательная услуга представляет собой результат производственных отношений. В образовательной услуге, как процессе, создается человеческий капитал через индивидуальное потребление трудового потенциала потребителя [1, с. 25].

Альтернативным мнением является определение Щетинина В.П., в котором образовательные услуги представлены как система знаний, информации, умений и навыков, используемых с целью удовлетворения разнообразных образовательных потребностей личности, общества и государства [2, с. 35].

Беляков С.А. предлагает, прежде всего, учитывать товарную природу образовательной услуги и традиционное действие рыночных законов в экономике образования. На основании данного подхода Беляков С.А. приходит к выводу, что образовательная услуга не обладает какими-либо специфическими качественными особенностями по отношению к другим услугам. Основные отличия носят только количественный характер. Все рассуждения о ее «общественном» характере можно практически в равной степени отнести к любому товару или услуге [3, с. 40].

Другой точки зрения придерживается Еникеева С.Д., утверждая, что образовательные

услуги имеют свою специфику, порождаемую особенностями экономики образования как важнейшей отрасли социальной сферы, обеспечивающей экономический и социальный прогресс общества. Образование по своей социально-экономической природе не может развиваться только на коммерческих началах. Вместе с тем, формирование и развитие образовательных услуг подчиняется общим законам рыночной экономики, однако, обладает рядом специфических особенностей. К их числу следует отнести социальную значимость, крупномасштабность и уникальность сферы образования, значительную дифференциацию образовательных услуг по видам подготовки, а также специфику, связанную с государственным регулированием, финансированием, некоммерческим характером образовательной деятельности, различными ограничениями на ведение предпринимательской деятельности в этой области [4, с. 7].

По нашему мнению, трактовка образовательной услуги, содержащая акцент на уникальность или редкость продукта образовательной деятельности по причине ее значимости, крупномасштабности и социальности наиболее актуальна, но должна дополняться исследованием новых свойств продукта, возникающих вследствие товарно-денежных отношений при формировании, распространении и использовании знания. *Во-первых*, образовательная услуга является продуктом специфического интеллектуального (научного, педагогического) труда. *Во-вторых*, роль знания и его место в процессе создания стоимости является неоднозначной. *В-третьих*, интеграция в мировое рыночное пространство предполагает рассмотрение образовательной услуги в качестве объекта коммерческих отношений. *В-четвертых*, возрастающая стоимость образовательной услуги не исчезает в момент потребления и не зависит от времени потребления.

Поясним указанные моменты.

Формирование знания можно представить как процесс производства блага, предполагающий использование факторов производства – труда, земли и капитала. Отличие заключается в преобладающей доли участия труда в создании стоимости блага. Интеллектуальный (педагогический) труд является основным способом передачи знаний в условиях образовательного процесса. Данный вид труда специфичен, по-

скольку, с одной стороны, основан на творческом подходе педагогического работника, с другой, формирует, контролирует и расширяет пространство знаний. Чем больше потребляется образовательных услуг, тем выше объем и качество освоенных знаний, умений, навыков. Само качество определяется не только объемом и качеством образовательных услуг, но и степенью усвоения знания обучаемым. Поэтому в производстве можно выделить два вида труда, создающих два разных продукта. Первый продукт – результат труда педагога. Второй продукт – результат совместного труда педагога и обучаемого. В этом случае, к определению образовательной услуги как совокупности знания, умения и навыков человека, добавляется его представление как продукции образовательного учреждения.

Неоднозначность роли и места знания в процессе создания образовательной услуги заключается в способности его проявления в качестве любого компонента процесса труда. Придерживаясь трудовой теории К. Маркса, можно обнаружить, что место знания в процессе труда зависит от того, какой функцией оно наделяется и в какой форме выступает. То есть, при определенных условиях, знание может быть предметом интеллектуального труда, средством труда и результатом труда. Предметом труда знание является в том случае, когда на него направлено воздействие образовательного процесса с целью формирования и совершенствования. Например, обучение индивида определенной профессии, специальности в условиях образовательного учреждения. Средством труда знание становится в условиях производства (например, осуществление образовательной услуги), обусловленного практическим применением полученного знания – использованием какой-либо обучающей программы в образовательном процессе. Продуктом труда является объем или уровень знания, полученный в рамках образовательной программы, а также при условии дальнейшего применения способности человека в практической деятельности.

Кроме этого, на основе теории факторов производства целесообразно рассматривать знание как экономический ресурс (или производственный фактор), обеспечивающий условия общественного воспроизводства. Однако, знание имеет принципиальные отличия от других условий производства. Речь идет, прежде

всего, о его неограниченности. Традиционное понимание категории стоимости в экономической теории связано с понятием редкости. Чем более редким является ресурс, тем выше его стоимость. В отношении знаний такой зависимости нет. Более того, увеличение объема знания и его распространение сопровождается ростом его ценности, а, значит, и потребительной стоимости. Например, увеличение объема приобретенного знания в рамках изучения курсов или новых дополнительных образовательных программ, повышает профессионализм специалиста и соответственно повышает оплату его труда. Знание, как экономический ресурс, ограничен только вследствие ограниченности развития каждого индивида. В отличие от материальных ресурсов знание не убывает при многократном его применении. Являясь объектом купли-продажи, знание, распространяется в обществе и не уменьшает своего объема и стоимости. То есть, выступает ли знание ресурсом или фактором производства, продуктом образовательной деятельности или каким либо другим элементом экономики образования, он потенциально безграничен¹.

Проблема соответствия образовательных услуг международным требованиям вызвано тенденциями глобализации и необходимостью единых условий формирования и возрастания интеллектуального капитала мирового сообщества. Известно, что экономический базис каждой страны потенциально связан с интеллектуальными ресурсами капитального характера и определяется уровнем развития экономики образования. А интеллектуальный потенциал представлен в лице подготовленных и творчески активных ученых, инженеров, специалистов, а также предпринимателей, ориентированных на создание передовых технологий и инновационных продуктов. По существу, образовательная услуга представляет собой процесс производства интеллектуального потенциала, так как обеспечивает через индивидуальное потребление интеллектуального труда производство трудового или человеческого капитала. На мировом рынке труда человеческий капитал является приоритетным объектом купли-продажи.

Основное отличие образовательной услуги от обычных (потребительских) товаров и услуг заключается в ориентации производства, как на рынок образовательных услуг, так и на создание потребительских свойств товара. Если на обычном товарном рынке только 10% потребителей относятся к так называемой группе tech и ориентируются исключительно на технические характеристики и возможности товара [5, с. 21], то на рынке образовательных услуг 90% потребителей услуг придают решающее значение уровню знания и качеству получаемого образования. Кроме этого, как и на потребительском рынке, спрос на образовательные услуги формируется под действием неценовых факторов – мнения окружающих, экспертов, рекламы, статуса образовательного учреждения и его бренда, рейтинга, «котируются» диплома вуза.

Дополнительным сегментом рынка образовательных услуг становятся образовательные учреждения, «создающие рынок» под инновационный продукт. Коммерциализируя абсолютно новые знания или образовательные технологии, спрос на которые не был предсказан, образовательные учреждения, по сути, формируют новые потребности общества в инновационных продуктах и знаниях. Например, предоставление возможности освоения нового программного продукта «3D» производителя «AUTODESK» формируют потребности общества по его использованию, широкому применению в области информационных технологий, а также способствуют дальнейшему возрастанию спроса. Появление и применение 3D-принтера совершает крупномасштабный переворот во многих отраслях хозяйства – образовании, прикладной науке, промышленности. Таким образом, взаимодействие науки, бизнеса, образовательной системы и государства в сфере образования может давать значительный синергетический эффект для всех участников производства и рынка. В инновационных условиях развития реализуются главные цели участников рыночных отношений (в том числе, сферы экономики образования) – удовлетворение социальных потребностей наряду с получением прибыли.

¹ По оценкам академика А.А. Харкевича, количество знания и информации растет, по меньшей мере, пропорционально квадрату промышленного потенциала страны (Харкевич, А. А. Информация и техника // Коммунист. – 1962. – Т. 39. – С. 93–102).

В современной экономике образования знание является объектом конкуренции, а значит, и монополии, что позволяет рассматривать его как элемент современного рынка несовершенной конкуренции. Этим обусловлено лидерство, например, европейских и американских университетов. Привлечение ими огромных финансовых ресурсов и лучших талантов объясняется при помощи экономического анализа. Ключевую роль в успехе американских университетов играют стимулы, конкуренция, гибкость в структуре управления, финансирования и ценообразования.

Наиболее характерным на рынке образовательных услуг является ценообразование, которое строится на основе двух противоположных парадигм – стоимостной и маржинальной. Первая – учитывает затраты труда. Вторая – фактор редкости и полезности знания при наличии платежеспособного спроса. Это создает дополнительные условия для возникновения монополизации в экономике образования. С учетом внедрения международной системы кредитования образования изменение процентных ставок по кредитам приобретает важнейшее значение для получения многообразия отношений в этой сфере экономики. В то же время, если учесть, что процентная ставка является производной от соотношения цены дохода и цены, то знание в форме капитала выступает, с одной стороны, как накопленная стоимость, с другой – как собственность и функция, проявляющиеся через владение и пользование. Соответственно возникают монополии на собственность и хозяйствование, а доход с данного капитала – действительного (в случае получения дополнительной прибыли от примененного знания или образования) и фиктивного (кредит на получение образования) – делится на предпринимательский доход и процент. Соответственно появляются две процентные ставки (по депозиту и кредиту), которые становятся дополнительными регуляторами в экономике образования. Это дает возможность выделить параметры движения действительного и фиктивного капитала, их влияние на рынке образовательных услуг.

Возрастающая стоимость образовательной услуги не исчезает в момент потребления и не зависит от места и времени потребления.

Образовательная услуга – это специфический продукт, потребительная стоимость которого отличается от остальных потребительных стоимостей способами потребления. Например, она может полностью не проявляться не только в момент «покупки», но даже и через некоторое время после окончания получения образования. Кроме этого, потребительная стоимость образовательной услуги может удовлетворять потребности в течение определенного периода времени при этом «расходование» или убывание полученного знания может не происходить, так как повторение производственного цикла обеспечивается многократным использованием одного и того же знания. В случае изменения технологии при условии модернизации производства ранее приобретенное знание пополняет новая информация, приобретенный опыт, соответствующие навыки и потребление дополнительных образовательных услуг. При этом знание возрастает с точки зрения качественных и количественных показателей, к ранее приобретенному добавляется новое.

На величину стоимости образовательной услуги не влияет также и место потребления или расположение в пространстве. Такая особенность объясняется информатизацией современного общества.

Настоящий виток развития глобализации основан на компьютеризации почти всех сфер деятельности человека. Информатизация экономики образования выражается не только в изменении среды, в которой она функционирует, но и в создании новых информационных продуктов и технологий. Производственное разделение труда в экономике образования отвечает вызову современного производства интеллектуального продукта или знания в условиях перехода в общемировую связь между информационными средами, образовательными учреждениями, научными и инновационными центрами, высококвалифицированным производ-

² Интенсивный процесс формирования глобальной информационно-телекоммуникационной среды открывает принципиально новые возможности в различных сферах социально экономической деятельности человека и приводит к формированию нового типа экономической системы – «информационной (сетевой) экономики». Эта экономика основана на интенсификации использования интеллектуального и информационного потенциалов общества как основного возобновляемого ресурса его устойчивого прогрессивного развития, что обеспечивает резкое повышение ее эффективности по сравнению с материальным производством индустриального общества.

ством и центрами образования. Это приводит, с одной стороны, к глобализации экономики образования, с другой стороны, вытеснению из нее неконкурентоспособных сегментов в результате трансформации взаимодействий информационных и финансовых потоков².

Информатизация и сетизация деятельности дают большой мультипликативный эффект, при котором происходит усиление возможностей взаимодействия информационной экономики и экономики образования. На основе развития информационного и интеллектуального капитала выстраиваются новые производственные технологии, формируются новые каналы дистрибуции, разрабатываются новые продукты и услуги, в том числе образовательные. Продукт образовательной деятельности может выступать как результат труда в форме объекта самостоятельного использования потребителем и в качестве потребительной стоимости способной к реализации в любом месте и в любое время с ограничением, связанным только с возможностями глобальной электронной сети. Информационные технологии в образовании путем интенсификации развития и проникновения телекоммуникационных связей во все сегменты экономики образования способствуют ее выделению в качестве доминирующей.

Высокоразвитые страны и дальше будут интегрироваться в глобальную образовательную экономическую систему, а другие – увеличивать свою изолированность от процессов ее накопления и потребления. При этом информационная составляющая воспроизводственно-

го процесса экономики образования становится основным фактором благосостояния ведущих стран и их доминирующего положения в мире, усиливая информационное неравенство неконкурентоспособных стран.

Следовательно, интенсивное развитие новых информационных и телекоммуникационных технологий в сфере производства образовательных услуг будут способствовать, с одной стороны росту потребления и качества знания, с другой стороны, способны вызвать еще большую асимметрию между странами и регионами, выраженную в углублении неравенства, сокращении удельных расходов на образование, снижении качества жизни населения.

В условиях повышенного динамизма жизни потребность человека в знании и информации резко возрастает. Экономика образования начинает занимать одно из центральных мест в хозяйстве любой страны. Образовательная услуга становится ресурсом, продуктом и фактором производства, товаром или услугой, общественным благом, элементом рыночного механизма, ценовым или ценовым фактором спроса и предложения, важным фактором в конкурентной борьбе, инструментом принятия решений и в конечном итоге определяет развитие, темпы экономического роста, уровень и качество жизни. Понимание важности образования и обеспечения производства образовательных услуг является приоритетным направлением экономической политики в решении такой глобальной проблемы как преодоление макроэкономической нестабильности и гармоничного развития общества.

26.11.2012

Список литературы:

1. Чекмарёв, В. В. Система экономических отношений в сфере образования [Текст]: Научная монография / В. В. Чекмарёв. – Кострома: Издательство Костромского госпедуниверситета им. Н. А. Некрасова, 1998. – 400 с.
2. Щетинин, В. П. Экономика образования [Текст]: учебное пособие / В. П. Щетинин, Н. А. Хроменков, Б. С. Рябушкин. – М.: Российское педагогическое агентство, 1998. – 305 с.
3. Беляков, С. А. Лекции по экономике образования [Текст]: учебник / С. А. Беляков. – М.: МАКС Пресс, 2007. – 424 с.
4. Еникеева, С. Д. Рынок образовательных услуг и методы его регулирования [Текст]: учебное пособие. – М.: МАКС Пресс, 2011. – 108 с.
5. Мещеров, А. В. Реальная экономика: механизм движения фиктивного и действительного капитала // Экономические науки. – 2011. – № 4. – С. 20–26.

Сведения об авторах:

Сыроваткина Т.Н., доцент кафедры экономической теории Оренбургского государственного университета, кандидат экономических наук, e-mail: Syrovatkina@mail.osu.ru

Федорова О.И., доцент кафедры экономической теории Оренбургского государственного университета, кандидат экономических наук

Зуева Е.Г., старший преподаватель кафедры экономической теории Оренбургского государственного университета, кандидат экономических наук

460018, г. Оренбург, пр-т Победы, 13, тел. (3532) 372452, e-mail: ekt@mail.osu.ru