

Т. А. Ожерельева

Экономика и социология образовательных услуг

Статья раскрывает особенности современного образования, связанные с экономическими вопросами. Раскрывается маркетинг образовательных услуг. Описаны особенности образовательных услуг. Статья описывает образовательные инновации. В статье раскрывается качество образовательных услуг, включающее внешние и внутренние признаки. Раскрывается роль информатизации в развитии образования.

Ключевые слова: образование, экономика образования, маркетинг образования, образовательные услуги, качество образования, информатизация образования.

T. A. Ozhereleva

Economics and sociology of educational services

The article reveals the features of modern education related to economic issues. Expands Marketing of educational services. The features of educational services. This article describes the educational innovations. The article reveals the quality of educational services, including external and internal features. Explores the role of information in development of education.

Keywords: education, economics of education, marketing education, educational services, the quality of education informatization of education.

Информатизация экономики и общества в целом вызвала повышение спроса на образовательные услуги. Особенностью современного образования [1] является проникновение рыночных отношений в сферу образования. Современное образование все больше входит в рынок. Это приводит к появлению относительно новых для образования понятий, таких «маркетинг образования» [2, 3], «образовательная услуга» [4], «ориентация на потребителя», «цена», «целевая аудитория» и т.п.

Маркетинг образовательных услуг основан на классических концепциях маркетинга и геомаркетинга [5] и имеет свои особенности только в сфере приложения.

Потребность в образовании обусловлена совокупностью причин: желанием освоить определенную профессию, занять определенную должность, получить конкретный уровень образования, получить дополнительную квалификацию, занять место в обществе, сделать карьеру. Доминирующей причиной потребности образования в современном мире [6] является не только престижность в обществе (это являлось доминантой в прошлом), но и средство выживания в современной жизни.

Рассмотрим образовательные услуги. Услуги — объекты продажи в виде действий, выгод или удовлетворения потребностей. Услуга пред-

ставляет собой неосознанное действие. Основное предназначение услуг — удовлетворять изменяющиеся потребности населения. Выбор услуг включает определение потребителем, принятие какого предложения принесет ему максимальную полезность. При выборе потребитель ориентируется на максимизацию полезности услуги и минимизацию издержек по ее получению. От соответствия предложения продавца ожидаемой потребителем полезности образовательной услуги, зависит степень удовлетворения последнего данной услугой и вероятность ее получения.

При выборе образовательных услуг необходимо принимать во внимание пять конкурирующих концепций, одну из которых организация может взять за основу маркетинга образования: производственная, продуктовая, бытовая, потребительская и социальная.

1. Производственная (производственно-ориентированная) концепция — одна из старейших бизнес-теорий — утверждает, что потребители отдают предпочтение доступным и дешевым товарам. Главная задача организации, ориентированной на эту концепцию — снижение издержек. В Российском образовании, особенно в государственном, эта концепция выражалась в стремлении снижения заработной платы работникам образовательных учреждений, что привело их к нищенскому состоянию.

2. Продуктовая (продуктово-ориентированная) концепция основана на том, что потребители отдают предпочтение товарам, имеющим наивысшее качество. Для сферы образования продуктовая концепция получила название концепции повышения качества образовательных услуг. В ней подразумевается что есть сегмент потребителей, которые оказывают предпочтение образовательным услугам высокого качества. В данном случае речь идет о двух аспектах качества образования. Примером использования этой концепции является программа MBA (Master of Business Administration), которая считается вершиной бизнес-образования во всем мире.

Концепция совершенствования услуг це-лесообразна в условиях высокой индивидуализации спроса, когда существует часть потребителей, нуждающихся в образовательных услугах повышенного качества. В этом случае важно верно оценить платежеспособность потребителей.

3. Согласно сбытовой концепции (концепции ориентации на продажи), потребители по природе своей никогда не будут добровольно покупать всю выпускаемую организацией продукцию. Поэтому организация должна вести агрессивную политику продаж и интенсивно продвигать на рынок свои товары. В сфере образования эта концепция приемлема для производителей программных средств учебного назначения (ПСУН).

Именно здесь наиболее активно совершенствуются различные технологии торговли, ведется поиск новых групп потенциальных покупателей. Как пример можно привести технологию аутсорсинга, которая помогает развитию в рыночной экономике путем сокращения издержек, увеличения приспособляемости к условиям внешней среды. Использование аутсорсинга получило развитие в течение последнего десятилетия, во многом благодаря бурному развитию информационных технологий

4. Потребительская концепция (концепция маркетинга) — основана на том, что залог достижения целей организации — определение нужд и потребностей целевых рынков и удовлетворение потребителей более эффективными способами, чем у конкурентов. Данная концепция держится на четырех факторах: целевом рынке, потребительских нуждах, интегрированном маркетинге и рентабельности.

Принимая за основу эту концепцию, образовательное учреждение должно проводить маркетинговые исследования выявлять потребности в образовательных услугах, прогнозировать их, определяет потенциальные возможности спроса, а затем обеспечивать удовлетворение спроса на образовательные услуги.

5. Социальная концепция требует учета в оказании образовательных услуг социальных и этических вопросов. В частности учет реальной

покупательной возможности образовательных услуг различными слоями населения. Эта концепция более ярко представлена в государственных вузах.

Образовательные услуги отличаются от большинства товаров и услуг характером полезности и особенностями процесса реализации. Существенное отличие заключается в том, что образовательные услуги удовлетворяют личные, групповые (предприятия-работодатели) и общественные (государство). С одной стороны, образовательная услуга удовлетворяет личные потребности людей в получении образования. Эта потребность определяется свойствами образования как средства выживания, жизнедеятельности, самореализации личности.

С позиции предприятия (или работодателя) образовательная услуга — это процесс профессиональной подготовки (повышения квалификации, переподготовки) кадров, необходимой для обеспечения его работоспособности, поддержания конкурентоспособности и развития в постоянно изменяющихся рыночных условиях. Это процесс увеличения интеллектуального капитала вуза.

Современное образование широко использует инновации и инновационные технологии. Инновации — нововведения, основанные на использовании научных разработок и объектов интеллектуальной собственности [7]. Инновации в образовании включают в себя интеллектуальную собственность работников и коллективов образовательных учреждений [8].

Одной из главных характеристик образовательных услуг и образования в целом является качество. Качество в системе образования имеет два аспекта [9]. Первый — нормативный — формальная совокупность свойств и характеристик образовательных услуг, подтвержденная документами (дипломы, выписка с названием дисциплин и оценок). Формальное качество образования определяется существующими ГОСами, учебными и рабочими программами.

Этот аспект качества можно рассматривать как меру конкурентоспособности конкретного образовательного учреждения на рынке информационных услуг. Второй аспект качества образования рыночный. Он включает совокупность свойств и возможностей специалиста после получения образования получить престижную работу и сделать карьеру. Этот аспект включает кроме формальных документов, подтверждающих завершение процесса обучения, совокупность методов и алгоритмов, полученных обучаемым, позволяющих самостоятельно решать новые задачи и продвигаться по жизни. В этом аспект образования индивидуальность личности представлена более ярко. Этот аспект качества можно назвать "рыночное" или «реальное» и рассматривать как меру конкурентоспособности конкретного специалиста на рынке труда и механизм продвижения по служебной лестнице.

Данная характеристика определяется не столько спросом-предложением на рынке труда, но и интеллектуальным капиталом учебного заведения. Именно интеллектуальный капитал (а не формальное количество докторов и кандидатов наук) создают реальное качество. Для работодателя важнее второе реальное качество.

Это отражается на конкуренции между коммерческими вузами и государственными. Коммерческие учебные организации готовят специалистов для рынка труда, оперативно реагируя на потребности этого рынка. Критерий оценки их деятельности — выпускники, успешно продвигающиеся по жизни, т.е. второй аспект качества образования.

К характеристике качества образования следует отнести персонал учебного заведения. Чем более квалифицированный персонал образовательного учреждения, тем более качественное образование получает обучаемый [10]. Еще один фактор качества — это управление персоналом [11]. Качественное управление персоналом создает более высокое качество персонала, а то, в свою очередь, более высокое качество образования в данном вузе.

Конкурентоспособность является рыночным понятием, которое все больше входит в сферу образования. Повышение конкурентоспособности образовательной организации возможно за счет исследования и разработки механизмов формирования конкурентоспособности образовательной организации на основе организации и управления человеческими ресурсами. Управление человеческими ресурсами (Human resource management — HRM) — подход в управлении персоналом, при котором сотрудники рассматриваются как достояние компании в конкурентной борьбе. HR рассматривается как человеческий потенциал, который необходимо мотивировать и развивать, чтобы достичь стратегических целей организации.

Управление человеческими ресурсами связано с динамикой многих аспектов образовательного учреждения и требует интегрированного подхода. Управление человеческими ресурсами ставит своей конечной целью повысить результативность компании и удовлетворить потребности сотрудников. Управление человеческими ресурсами отличается от традиционного «управления кадрами», в том что оно основано на поиске мотиваций, учитывает мотивации сотрудников и направлено на управление мотивациями.

Информатизация образования является важным фактором управления образованием и повышением его качества. В настоящее время характерно изменение учебных программ, что приводит к модернизации или появлению новых направлений в образовании [12, 13]. Эта модернизация опирается на информатизацию образования. Информатизация образования может быть рассмотрена как сложная система, вклю-

чающая следующие основные факторы: концептуальные, организационные, информационные, управленческие, человеческие.

Информатизация образования привела к появлению ряда специфических показателей, одним из которых является сходимость результата обучения [14]. Сходимость зависит от метода обучения. Например, презентационный метод обучения основан на чтении лекций с использованием презентации. Мультимедийный метод обучения [15] основан в большей степени на применении мультимедиа учебных средств и в меньшей мере на чтении лекций преподавателем. В этом случае говорят о методической сходимости результатов обучения. При одном и том же методе можно выбрать разный алгоритм обучения.

В то же время, в рамках одного метода возможно разное разбиение учебного материала на модули или менять последовательности подачи материала. Это дает основание говорить о сходимости алгоритма обучения или об алгоритмической сходимости.

При одном и том же методе и алгоритме обучения различные группы учащихся могут обеспечивать разный результат. Например, при обучении студентов, имеющих слабую подготовку по физике, ряд разделов по техническим наукам они осваивают слабо. При обучении иностранных студентов возникает языковая проблема усугубляющая передачу знаний и их усвоение. Это дает основание говорить о сходимости, обусловленной специфическими группами учащихся.

Возможности использования информационных технологий при оценке эффективности системы управления качеством образования обоснованы во многих работах. Информационные аспекты информатизации образования заключаются и в создании информационных образовательных ресурсов. В современном образовании по новому встает проблема передачи знаний в образовании на основе информационных технологий и информационных моделей [16].

Современное образование основано на сценарном подходе. В свою очередь сценарный подход широко использует ситуационное моделирование как инструмент управления. Основой ситуационного управления в образовании являются модели информационной ситуации и информационной позиции [17].

Наконец, уровень образования в стране определяет ее трудовой ресурс, экономический потенциал, ее безопасность, перспективы развития. Речь идет о дополнительных эффектах от роста образовательного уровня населения для всего общества в целом. При этом существует тенденция увеличения объемов повторного образования [18]. Человек, повышая уровень своего образования, выигрывает не только он сам, но и приносит обществу большую пользу. Это определяет необходимость государства оказывать дотационные поддержки системе образования.

ЛИТЕРАТУРА

1. Соловьёв И.В. Анализ некоторых тенденций развития образования // Управление образованием: теория и практика, 2013. – № 1. – С.10-16.
2. Савиных В.П., Цветков В.Я. Маркетинг образовательных услуг // Геодезия и аэрофотосъемка, 2007. – № 4. – С. 169-176.
3. Ожерельева Т.А. Особенности развития маркетинга образовательных услуг // Международный журнал экспериментального образования, 2013. – №3. – С.113-115.
4. Цветков В.Я. Использование оппозиционных переменных для анализа качества образовательных услуг // Современные наукоёмкие технологии, 2008. – №.1 – С. 62-64.
5. Цветков В.Я. Геомаркетинг – М.: Финансы и статистика, 2002. – 224 с.
6. Соловьёв И.В. Об информационном объекте и субъекте // Дистанционное и виртуальное обучение, 2012. №5. С. 80-84.
7. Цветков В.Я., Омельченко А. С. Инновация и инновационный процесс как сложная система // Качество, инновации, образование, 2006. – №2. – С.11-14.
8. Ожерельева Т.А. Управление образовательными инновациями // Дистанционное и виртуальное обучение, 2013. №4. С.104-108.
9. Пушкарева К.А. Комплексное оценивание результатов обучения // Дистанционное и виртуальное обучение, 2013. №1. С.99-103.
10. Цветков В.Я. Методологические основы применения ИКТ при управлении высшим учебным заведением // Информатизация образования и науки, 2010. – №1(5). – С.25-30.
11. Цветков В.Я., Оболяева Н.М. Использование коррелятивного подхода для управления персоналом учебного заведения // Дистанционное и виртуальное обучение, 2011. – №8(50). – С.4-9.
12. T. A. Ozhereleva. The Use of Information Technology for Education Quality Management // European Journal of Economic Studies, 2013, Vol.(6), № 4. p.221-226.
13. Ожерельева Т.А. Управление сетевыми учебными ресурсами // Управление образованием: теория и практика, 2013. – № 2. – С.112-116.
14. Кудж С.А., Соловьёв И.В., Цветков В.Я. Сходимость как образовательная категория // Дистанционное и виртуальное обучение, 2013. – №11. – С.10-15.
15. Кудж С.А., Мультимедийные образовательные модели // Управление образованием: теория и практика, 2013. №4. С.9-14.
16. Соловьёв И.В., Цветков В.Я. О содержании и взаимосвязях категорий «информация», «информационные ресурсы», «знания» // Дистанционное и виртуальное обучение, 2011. – №6 (48) – С.11-21.
17. V. Ya. Tsvetkov. Information Situation and Information Position as a Management Tool // European Researcher, 2012, Vol.(36), № 12-1, p.2166-2170.
18. Кудж С.А. Особенности повторного образования // Перспективы науки и образования, 2013. – №6. – С.41-46.
19. Соловьёв И.В. О происхождении и содержании понятия «инфосфера». Инфосфера как объект исследования наук об информации // Фундаментальные исследования, 2013. – № 6-1. – С. 66-71.

REFERENCES

1. Solov'ev I.V. Analysis of some tendencies of development of education. *Upravlenie obrazovaniem: teoriia i praktika - Education Management: theory and practice*, 2013, no.1, pp.10-16 (in Russian).
2. Savinykh V.P., Tsvetkov V.Ia. Marketing of education services. *Geodeziia i aerofotos'emka - Geodesy and air photography*, 2007, no.4, pp.169-176 (in Russian).
3. Ozherel'eva T.A. Peculiarities of development of marketing of educational services. *Mezhdunarodnyi zhurnal eksperimental'nogo obrazovaniia - International journal of experimental education*, 2013, no.3, pp.113-115 (in Russian).
4. Tsvetkov V.Ia. Use of opposition variables for the analysis of the quality of education services. *Sovremennye naukoemkie tekhnologii - Modern high technologies*, 2008, no.1, pp. 62-64 (in Russian).
5. Tsvetkov V.Ia. *Geomarketing* [Geomarketing]. Moscow, Finansy i statistika, 2002. 224 p.
6. Solov'ev I.V. Information about the object and subject. *Distsionnoe i virtual'noe obuchenie - Distance and virtual learning*, 2012, no.5, pp.80-84 (in Russian).
7. Tsvetkov V.Ia., Omel'chenko A.S. Innovation and the innovation process as a complex system. *Kachestvo, innovatsii, obrazovanie - Quality, innovation, education*, 2006, no.2, pp.11-14 (in Russian).
8. Ozherel'eva T.A. Management of educational innovation. *Distsionnoe i virtual'noe obuchenie - Distance and virtual learning*, 2013, no.4, pp.104-108 (in Russian).
9. Pushkareva K.A. Comprehensive assessment of learning outcomes. *Distsionnoe i virtual'noe obuchenie - Distance and virtual learning*, 2013, no.1, pp.99-103 (in Russian).
10. Tsvetkov V.Ia. Methodological basics of using ICT in the governance of higher education institution. *Informatizatsiia obrazovaniia i nauki - Informatization of education and science*, 2010, no.1(5), pp.25-30 (in Russian).
11. Tsvetkov V.Ia., Oboliaeva N.M. Use of opposition variables for the analysis of the quality of education services. *Distsionnoe i virtual'noe obuchenie - Distance and virtual learning*, 2011, no.8(50), pp.4-9 (in Russian).
12. T. A. Ozhereleva. The Use of Information Technology for Education Quality Management. *European Journal of Economic Studies*, 2013, Vol.(6), № 4. p.221-226.
13. Ozherel'eva T.A. Manage network resources. *Upravlenie obrazovaniem: teoriia i praktika - Management education: theory and practice*, 2013, no.2, pp.112-116 (in Russian).
14. Kudzh S.A., Solov'ev I.V., Tsvetkov V.Ia. Convergence as an educational category. *Distsionnoe i virtual'noe obuchenie - Distance and virtual learning*, 2013, no.11, pp.10-15 (in Russian).
15. Kudzh S.A. Multimedia educational models. *Upravlenie obrazovaniem: teoriia i praktika - Management education: theory and practice*, 2013, no.4, pp.9-14 (in Russian).
16. Solov'ev I.V., Tsvetkov V.Ia. About content and interrelationship of categories «information», «information resources», «knowledge». *Distsionnoe i virtual'noe obuchenie - Distance and virtual learning*, 2011, no.6(48), pp.11-21 (in Russian).
17. V. Ya. Tsvetkov. Information Situation and Information Position as a Management Tool. *European Researcher*, 2012, V.36, no.12-1, pp.2166-2170.
18. Kudzh S.A. Peculiarities of re-education. *Perspektivy nauki i obrazovaniia - Perspectives of science and education*, 2013, no.6, pp.41-46 (in Russian).
19. Solov'ev I.V. About the origin and content of the term «InfoSphere». InfoSphere as an object of research on information Sciences. *Fundamental'nye issledovaniia - Fundamental research*, 2013, no.6-1, pp.66-71 (in Russian).

Информация об авторе

Ожерельева Татьяна Алексеевна

(Россия, Москва)

Старший преподаватель кафедры экономики и предпринимательства Факультета экономики и управления территориями. Московский государственный университет геодезии и картографии. E-mail: ozerotana@yandex.ru

Information about the author

Ozherel'eva Tat'iana Alekseevna

(Russia, Moscow)

Senior lecturer of the Department of economics and business Faculty of economy and management of territories. Moscow State University of Geodesy and Cartography. E-mail: ozerotana@yandex.ru