

УДК 330.15

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

© *Очбадрах Нандицэцэг*, аспирант,
Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления,
670013, г. Улан-Удэ, ул. Ключевская, 40в

© *Санжеева Дарима Дашидоржиевна*, кандидат экономических наук,
Бурятский государственный университет
670000, г. Улан-Удэ, ул. Смолина, 24а

Трансформация затрагивает как систему отношений на анализируемом рынке, то есть его структуру, основы функционирования элементов, так и сами образовательные услуги, изменяя при этом сложившиеся формы обучения и виды образовательных услуг, в результате возникают новые образовательные услуги, изменяются подходы к их предоставлению, отношения потребителя к выбору услуг, механизм взаимодействия экономических агентов на данном рынке и т. д.

С переходом на рыночные отношения во всех отраслях экономики Монголии трансформация экономической системы повлияло и на сферу образования, приведя в неё рыночные отношения. Процесс формирования рынка образовательных услуг в Монголии совпал с российскими тенденциями развития рыночных отношений в данной сфере. В настоящее время в Монголии наблюдается рост численности обучающихся в учебных заведениях, сокращение высших учебных заведений, вызванное проводимой политикой Национального Совета по аккредитации высшего образования.

Исходя из этого, для анализа дальнейшего развития рынка образовательных услуг с учетом изменяющихся потребностей общества и сложившейся социально-экономической ситуации в стране возникает необходимость в проведении всестороннего исследования процессов, происходящих на этом рынке.

Ключевые слова: национальный рынок, образовательные услуги, институциональная модернизация.

Образование рассматривается как наиболее важный фактор в экономическом и социальном развитии государства. Человек, его знания, его способность принимать нестандартные решения в быстро меняющихся экономических условиях становится главной ценностью общества.

Образовательная услуга исследуется разными областями знаний, что приводит к многообразию подходов к пониманию сущности данной экономической категории. Анализ существующих определений позволил выявить три основных подхода: целевой, комплексный, системный. Дальнейшее развитие теории образовательных услуг связано с исследованием ее специфики, отделяющей данную категорию от всего разнообразия услуг: принадлежность к общественным благам; невозможность стоимостной оценки; незаинтересованность в прибыли; сезонность; высокая потребительская стоимость; продолжительный срок получения услуги; наличие лага в результативности и др. Указанные отличительные свойства определяют настоятельную необходи-

мость более полной характеристики образовательной услуги с экономической точки зрения. Авторами обосновано, что образовательная услуга представляет собой экономическое благо, обладающее свойствами общественного блага, особенность которого заключается в эффекте для человека и общества. Образовательные услуги демонстрируют высокую эластичность, а также проявляют двойственность в своей природе.

В мировой статистике услуги относят к третичному сектору (первичный сектор экономики — сельское хозяйство, вторичный — промышленное производство). С учетом тенденции развития этих трех сфер народного хозяйства услуги превращаются в главную сферу общественного производства и в этом смысле становятся критерием экономического и социального развития страны.

Ценностная характеристика образования предусматривает рассмотрение трёх взаимосвязанных блоков: образование как ценность государственная; образование как ценность общественная; образование как ценность личностная.

Согласно определению, которое было принято 20-ой сессией Генеральной конференции ЮНЕСКО, образование представляет собой процесс, направленный на совершенствование способностей и поведения личности, в результате которого достигается индивидом социальная зрелость и рост.

В соответствии законом Российской Федерации «Об образовании» под образованием понимается «целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)».

Если рассматривать с точки зрения экономики, то образование представляет собой отрасль экономической деятельности, которая объединяет учреждения и предприятия, занятые обучением, воспитанием, выпуском учебной литературы, передачей знаний, подготовкой учительских кадров.

Следовательно, образование это целенаправленная познавательная деятельность людей по получению знаний, умений, их совершенствованию.

По современным научным представлениям образовательный продукт является продуктом экономическим. Так, в «Большом экономическом словаре» приводится определение понятия «продукт экономический» как «результат человеческого труда, хозяйственной деятельности, представленный в материально-вещественной форме (материальный продукт), в духовной, информационной форме (интеллектуальный продукт), либо в виде выполненных работ и услуг». Там же отмечается, что интеллектуальный продукт представляет собой результат интеллектуальной, мыслительной и духовной деятельности человека.

При прочих равных условиях, можно сделать предположение, что когда речь идет об экономике образования, где образование выступает как экономическая субстанция, то студента можно представить как продукцию, находящегося в стадии производства, выпускника — как конечный продукт.

Более того, так как образовательно-производственный процесс основывается на применении рабочей силы, материальных ресурсов, энергии и других

услуг, что связано с денежными затратами, то продукт производства в виде образовательной услуги также обладает некоторой стоимостью.

На рынке, который представляет собой место пересечения интересов продавца и покупателя, первого интересует возмещение затрат и получение прибыли, а второго — эффект от приобретения образовательной услуги. Интересы, реализующиеся через рыночный механизм, не совпадают, но должны быть согласованы; в противном случае сделка может не состояться.

В соответствии с теорией трудовой стоимости в основе согласования интересов участников рынка лежат затраты живого и овеществленного труда, который заключен в товаре. С точки зрения теории предельной полезности в рыночном согласовании конечным результатом производства является полезность товара.

На наш взгляд следует выделить основные характеристики экономической природы образовательной услуги.

Образовательную услугу можно рассматривать как экономическое благо, производимое образовательным учреждением. Продукт, который создается в сфере образования, как отрасли экономики, не имеет вещной формы. В отличие от вещного продукта полезный эффект от потребления образовательной услуги неотделим от процесса его производства. Это первая характеристика экономической природы образовательного продукта и его особенность.

Во-вторых, образовательная услуга является товаром особого рода и при этом содержит в себе некие черты общественного блага. Следовательно, потребность в услугах в сфере образования как общественного блага может быть выражена посредством механизма общественного выбора, в виде принятия решений поступить в то или иное учебное заведение, на тот или иной факультет и т. д. Во многих случаях данный выбор зависит от мнения окружающих людей, родных и близких, зависит от имеющихся правил приема в учебное заведение, уровня требований к качеству знаний поступающих, а также может деформироваться под влиянием соответствующей политики государственной поддержки обучающихся. Получение соответствующего образования во многих странах рассматривается как символ высшего потребительского стандарта и образа жизни среднего класса, так как в образовании реализуются все возрастающие социальные потребности людей в своем дальнейшем духовном, интеллектуальном развитии. Потребность в образовании зависит от масштабов развития различных звеньев образования и качества подготовки на предшествующих ступенях образования. Возникает так называемый внутренний образовательный рынок, на котором качество обучения является своеобразной оценкой стоимости образовательной услуги. Образовательный продукт, таким образом, приобретает ярко выраженную социально-экономическую окраску.

В-третьих, другая особенность образовательного продукта заключается в эффекте, получаемом человеком и обществом. Данный эффект сложно количественно оценить. В связи с тем, что трудно определить конечные результаты и проследить качественные процессы образования, потребителю образовательной услуги сложно сделать правильный выбор направления подготовки и

специальности, образовательному учреждению осуществить обоснованный отбор абитуриентов, организациям набрать необходимых специалистов на работу, соответствующих всем требованиям, работодателю часто требуется время, чтобы признать новую специальность.

В-четвертых, эластичность спроса на образовательные услуги высокая. Потребители образовательных услуг зачастую сознательно урезают свои статьи расходов в пользу других статей потребительского бюджета.

Пятая специфика имеет двойственный характер. Так, с одной стороны, этот продукт является отчасти общественным благом, поскольку имеет его свойства. Чистое экономическое благо характеризуется совместностью и неделимостью потребления, что не исключает возможности потребления блага несколькими людьми. Чистое общественное благо выступает общенародным достоянием, производство и распределение которого осуществляется в общественном секторе экономики; оно обеспечивается за счет средств государственного бюджета, формируемого благодаря налогоплательщикам.

С другой стороны, потребление образовательной услуги формируется под влиянием личного аспекта, что не позволяет отнести ее целиком к общественному благу. Признакам общественного блага отвечает только общеобразовательный уровень. Профессиональное образование, обладающее сильной зависимостью от ситуации на рынке труда, следует рассматривать как частное благо. Профессиональное образование позволяет человеку удовлетворить его потребности с учетом имеющегося творческого потенциала, заинтересованности в самореализации личности и удовлетворения духовных потребностей человека. Вместе с тем, данный уровень образования выступает определенной гарантией профессиональной реализации: чем выше уровень образования, тем меньше шансов войти в число безработных граждан.

Таким образом, образовательную услугу следует рассматривать как общественный товар, который предоставляет основная часть образовательных учреждений; и как необщественный, т. е. оказываемый индивидуально, в зависимости от запросов конкретного потребителя. При этом образовательную услугу невозможно оценить в стоимостном выражении. И как было отмечено ранее полезный эффект данной услуги возможно оценить спустя продолжительное время.

Образовательные услуги реализуются на рынке, как экономическое благо. Поэтому рассмотрим более подробно сущность понятий «рынок», «рынок образовательных услуг».

В современной экономической литературе можно встретить самые разные определения сущности рынка.

А. Смит и Д. Риккардо рынок отнесли к понятию, которое не нуждается в определении, ибо его сущность, по их мнению, достаточно очевидна и потому не требует теоретического определения понятия. Тем не менее учеными-экономистами предпринимались неоднократные попытки дать научное определение этого понятия.

Самое обыденное и первое определение утверждало, что рынок — это место купли-продажи товаров и услуг, заключения торговых сделок. Так же

рынок является экономической категорией и связан с обменом обращением, торговлей, торговыми услугами .

Предпринимались попытки ввести в понятие рынка фактор ценообразования. Так, А. Маршалл определяет рынок как всякий район, во всех пунктах которого в один и тот же момент платят за одни и те же товары одинаковую цену. Позднее в понятие рынка ввели отношения между покупателями и продавцами и отношение спроса и предложения.

Но основное его значение таково: рынок — это механизм взаимодействия покупателей и продавцов экономических благ. Т. е. рынок представляет собой место встречи продавцов и покупателей; между которыми осуществляется обмен по договорной цене. При этом происходит добровольное отчуждение своей собственности и присвоение чужой. Следовательно, рынок означает взаимную передачу прав собственности.

Изучение множества источников позволило выделить следующие основные функции рынка:

- формирование конкурентной сферы и воздействие на экономические интересы;
- эффективное сведение всех элементов производственных сил общества в единую систему;
- воздействие на сферы хозяйственной деятельности, в первую очередь, на производство
- обеспечение реализации экономических интересов субъектов хозяйствования;
- ценообразование и оценка результатов деятельности.

Обобщив имеющуюся информацию о различных трактовках рынка в истории экономических учений и современной экономической литературе, дадим следующие определения рассматриваемой категории. Существует двойное понимание рынка: узкое и широкое.

В узком смысле рынок — система отношений между продавцами и покупателями, иными словами, это система отношений между предложением и спросом.

В широком смысле рынок — это весь сложный механизм движения благ и услуг в форме товаров и денег в рамках всего общественного воспроизводства на всех уровнях экономической системы данного общества.

Основной движущей силой на рынке является «невидимая рука», принцип действия которой описал Адам Смит в своих трудах следующим образом: «Предприниматель имеет в виду лишь свой собственный интерес, преследует собственную выгоду, причем в этом случае он невидимой рукой направляется к цели, которая совсем не входила в его намерения. Преследуя свои собственные интересы, он часто более действенным способом служит интересам общества, чем тогда, когда сознательно стремится служить им» .

Действия «невидимой руки» направляет конкуренция.

В экономической теории под конкуренцией понимает соперничество между участниками рынка. Наряду с этим по поводу существа конкуренции

имеются различные трактовки в зависимости от позиций, которые придерживаются теоретики.

Как следует из экономической теории, стержнем рыночной системы является рынок товаров, функционирующий во взаимосвязи с рынками капитала, труда, информации, услуг и т. д.

Место рынка образовательных услуг в структуре товарно-денежных отношений можно представить следующим образом (рис. 1).

Наряду с производителями и потребителями образовательных услуг в состав участников рыночных отношений в этой сфере включаются и широкие круги посредников, такие как служба занятости, биржа труда, органы регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений, образовательные фонды, ассоциации образовательных учреждений и предприятий, специализированные образовательные центры и др. Все эти субъекты способствуют более эффективному продвижению образовательных услуг на рынке и могут выполнять такие функции, как информирование, консультирование, участие в организации сбыта образовательных услуг и ресурсной поддержки образования.

Таким образом, дадим общее определение рынка образовательных услуг. Рынок образовательных услуг представляет собой экономические взаимоотношения субъектов образовательного процесса, возникающие в процессе взаимодействия спроса на образовательные услуги со стороны отдельных личностей и предложения образовательных учреждений.

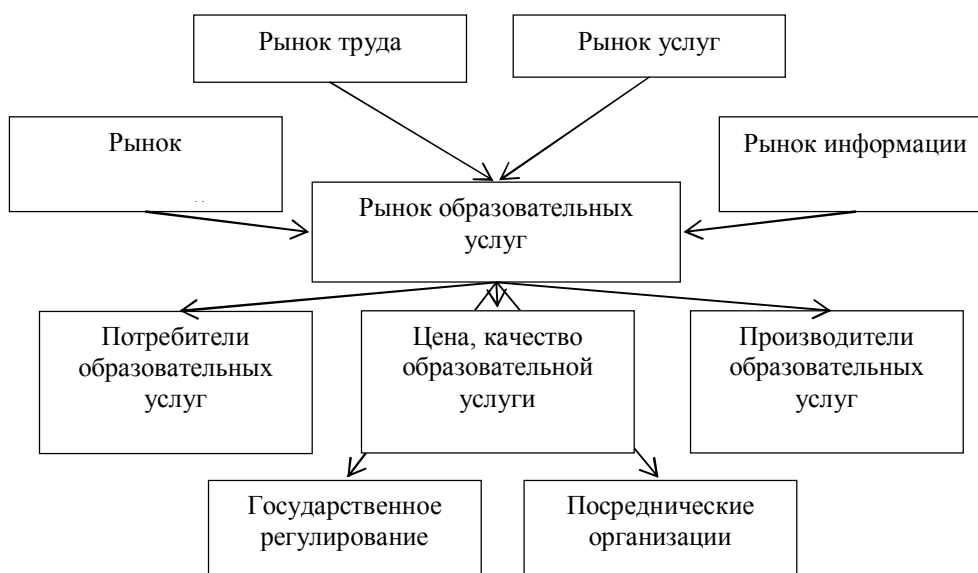


Рис. 1. Место рынка образовательных услуг в рыночном пространстве и его структура

Коммерциализация высшего образования является основным средством, который оказал существенное влияние на изменение функционирования вуза как субъекта рыночных отношений. Деятельность вуза осуществляется в условиях адаптации к сложившейся социально-экономической системе, его рационализация в соответствии с рыночными принципами, включая стремление достичь сбалансированности спроса и предложения, улучшения качества тех услуг, которые соответствуют запросам потребления.

Поэтому основным результатом коммерциализации высшего образования является формирование рынка образовательных услуг. В свою очередь этот рынок представляет собой особое подразделение рынка производительных сил, подразделение, в котором ассортимент услуг, объем спроса и предложения определяются конъюнктурой, сложившейся на рынке более высокого порядка — рынке рабочей силы.

Рынок образовательных услуг рассматривается и как экономическое пространство, подчиняющееся законам рынка и где «работают» такие категории рынка как «спрос», «предложение», «издержки», «цена», «прибыль» и т. д., но все эти рыночные категории имеют некоторые специфические особенности.

Базой для развития экономики любой страны служит рост уровня образования населения, а уровень развития системы образования, в свою очередь, является не следствием, а причиной экономических успехов страны. С целью обеспечения сбалансированного состояния и развития рынка образовательных услуг необходимо его регулирование, и эту функцию осуществляет государство.

Взаимодействие субъектов рыночных отношений на рынке образовательных услуг определяется механизмом его функционирования. Вузы, как производители услуг, приводят рынок в состояние саморазвития и самокорректирования на основе законов конкуренции. Потребители при выборе будущей профессии ориентируются на запросы рынка, но, многим абитуриентам сложно прогнозировать спрос на специалистов на несколько лет вперед.

Таким образом, для анализа состояния рынка образовательных услуг предполагается следующий алгоритм (рисунок 2).

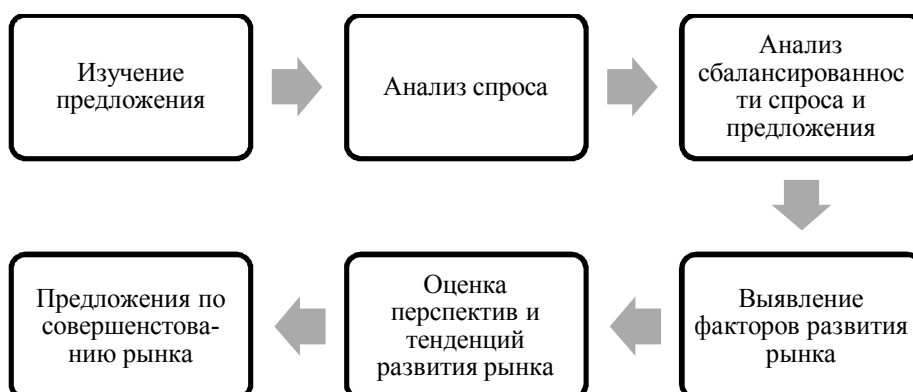


Рис. 2. Этапы исследования рынка образовательных услуг

На первом этапе проводится изучение производителей образовательных услуг, т. е. учебных заведений; их сравнительная характеристика, рассмотрение предлагаемых образовательных услуг по группам и направлениям подготовки, формам обучения и т. д.

Содержанием второго этапа является анализ потребителей услуг образования, т. е. численности контингента обучающихся в учебных заведениях; анализ приема и выпуска из образовательных учреждений образования, для вуза — в разрезе укрупненных групп образовательных направлений, по формам и уровням (бакалавриат, магистратура) обучения.

Третий этап предполагает оценку сбалансированности спроса и предложения на рынке образовательных услуг. Для высшего образования — выявление соответствия номенклатуры направлений обучения, имеющейся в вузах, запросам потребителей услуг.

На следующем этапе выявляются социально-экономические факторы, влияющих на развитие рынка образовательных услуг, дается их количественная оценка.

На заключительном этапе по результатам проведенного исследования определяются перспективы и тенденции развития рынка образовательных услуг в современных условиях, составляется предложения по совершенствованию механизма функционирования изучаемого рынка.

Таким образом, рынок образовательных услуг представляет собой экономические взаимоотношения отдельных личностей и предложения образовательных учреждений по поводу оказания образовательных услуг. Данный рынок имеет свои особенности, заключающиеся в длительности оказания услуг; в регулировании государством деятельности поставщиков услуг путем лицензирования; в отборе контингента обучающихся в образовательных учреждениях путем проведения конкурса, экзамена и т. д. в отличие от других рынков на рынке образовательных услуг действуют как рыночные так и нерыночные механизмы, что обусловлено особенностью природы самих образовательных услуг.

В современных условиях система высшего образования не может функционировать изолировано от внешних социально-экономических процессов, что обуславливает тесную интеграцию рынка образовательных услуг с экономикой страны, рынком труда. Трансформация всей экономической системы предопределяет основные тенденции развития данного рынка. Трансформация — это качественное изменение социально-экономической системы и общий поэтапный переход к новому состоянию.

Рассматривая понятие «трансформация экономики», Ольсевич Ю. отмечает, что «переход к рынку только в том случае не вызовет глубокого и, возможно, хронического кризиса, если будет осуществляться на рельсах не либерализации, а плановой реорганизации (одновременно должна трансформироваться и сама система планирования, финансов, кредита и др.).»

Неустойчивый характер самой трансформационной экономики, ее зависимость от мировой экономической конъюнктуры (в том числе, мирового финансового кризиса), обуславливает необходимость приобретения новых

знаний и навыков в быстроизменяющемся мире. Адаптация к новым формирующимся условиям всех членов общества возможна только через эффективное функционирование рынка образовательных услуг, а также повышение качества образования. Возрастает роль объективного научного анализа механизма включения высшей школы в систему существующих рыночных отношений

Таким образом, становится необходимым анализ механизмов спроса и предложения на этом рынке, функционирование рынка образовательных услуг в период трансформации экономики, и, на этой основе, оценка перспектив его развития. Особую значимость приобретает проведение комплексного научного исследования рынка образовательных услуг в условиях трансформации экономической системы, выдвижение образования как основополагающего фактора развития экономики.

Литература

1. Абдулкеримов И.З. Факторы и условия развития интеграционных процессов на рынке образовательных услуг // Региональные проблемы преобразования экономики. 2011. № 2 (28). С. 286-292
2. Адамов Н.А. Интеграция науки и практики как фактор повышения конкурентоспособности российского образования // Проблемы интеграции образования, науки и бизнес-сферы в условиях новых вызовов глобальной экономики: материалы международной научно-практической конференции. М.: Издательский дом «Экономическая газета», 2013. 176 с.
3. Алексеева С. Г., Ермоловская О. Ю. Анализ и перспективы развития системы образования в Российской Федерации // Вестник Академии. 2014. № 2. С. 93–96
4. Баталова О. С. Специфика образовательной услуги как основа маркетинговой политики вуза // Актуальные вопросы экономики и управления: материалы междунар. науч. конф. (г. Москва, апрель 2011 г.). М.: РИОР, 2011. Т. II. С. 7–12.
5. Бондаренко О.В. Рынок труда и рынок образовательных услуг: проблемы взаимодействия // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2014. № 3 стр. 114-116 URL: www.rae.ru/upfs/?section=content&op=show_article&article_id=4769 (дата обращения: 22.10.2014)
6. Будажданаева Д. Ц.-Д. Особенности и проблемы развития регионального рынка услуг высшего профессионального образования // Региональная экономика: теория и практика. 2011. № 10. С. 60–64
7. Влазнева С. А. Тенденции изменения спроса на рынке услуг высшего образования в России. 2014. №6. С.78-80
8. Гельвановский М. Конкурентоспособность в микро-, мезо- и макроуровневом измерениях / М. Гельвановский, В. Жуковская, И. Трофимова // Российский экономический журнал. 2005. № 3. С. 67–77
9. Дымарская О.Я. Профессиональное образование и рынок труда: опыт и перспективы взаимодействия [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.socpolitika.ru/rus/social_policy_research/applied_research/document185.shtml (дата обращения: 15.09.14)
10. Морозова О. А. Инновационный подход к управлению изменениями в социально-экономических системах / Морозова О. А. Вертакова Ю. В. // Закономерности и проблемы функционирования экономики Российской Федерации как системы взаимодействующих регионов: Монография. СПб., 2009. 157 с.

INSTITUTIONAL MODERNIZATION OF THE NATIONAL MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES

Ochbadrakh Nandintsetseg, postgraduate student,
East-Siberian State University of Technology and Management
40v Klyuchevskaya st., Ulan-Ude, 670013 Russia

Sanzheeva Darima Dashidorzhievna, candidate of economic sciences,
Buryat State University
24a Smolina st., Ulan-Ude, 670000 Russia

Transformation involves a system of relations in the analyzed market, that is, its structure, the basic operation of the elements and themselves educational services, changing the existing forms of education and types of educational services, as a result there are new educational services, changing approaches to the provision, consumer attitudes to selecting service interaction mechanism economic agents in the market, etc.

With the transition to market relations in all sectors of the economy of Mongolia transformation of the economic system affected the education, bringing it to market relations. The process of formation of the education market in Mongolia has coincided with Russian trends in the development of market relations in this sphere. Currently, in Mongolia there is growth in the number of students in schools, reducing higher education institutions, due to the policy of the National Council for Higher Education Accreditation.

For this reason, for the analysis of the education market for further development in response to changing needs of society and the prevailing socio-economic situation in the country there is a need for a comprehensive study of the processes occurring in the market.

Keywords: national market, educational services, institutional-functional upgrade.