

СУЩНОСТЬ ЦЕНТРА ЭКОНОМИКИ ОБРАЗОВАНИЯ

Салихов Б.В., профессор кафедры экономики и международного бизнеса Московского государственного лингвистического университета; профессор Московского университета имени С.Ю. Витте, доктор экономических наук, профессор

Салихова И.С., доцент кафедры бухгалтерского учета и аудита НОУ ВПО «Московский университет имени С.Ю. Витте», кандидат экономических наук, г. Москва

В статье приведены детерминанты позволяющие ориентироваться в экономике образования: центр экономики образования; ключевая миссия; экономика образования; экономика университетского образования

Ключевые слова: информация, высшее учебное заведение, развитие интеллектуального потенциала

UDC 378.1

ESSENCE OF ECONOMIC EDUCATION CENTER

Salikhov B.V., professor of economics and international business at Moscow State Linguistic University, a professor at Moscow University S.Y. Witte, Doctor of Economics, Professor

Salikhova I.S., assistant professor of accounting and auditing NOU VPO «Moscow University S.Y. Witte», PhD in Economics, Moscow

The article presents the determinants allowing to navigate in the formation of the economy: the center of the economics of education; mission; economics of education; economics university education

Keywords: information, higher education, intellectual potential

Центр экономики образования (далее – Центр) может являться структурным подразделением современного высшего учебного заведения, руководство которого стремится обеспечить стратегические конкурентные преимущества вуза на рынке образовательных услуг. Центр организует и осуществляет свою деятельность на основе действующего законодательства в сфере науки и образования, а также руководствуется созидательными традициями, институциональными нормами и правилами, существующими в рамках конкретного университета. Центр представляет собой организацию ученых, являющихся, одновременно, исследователями и преподавателями, объединенными схожими ментальными моделями и общими ценностными смыслами научно-образовательной деятельности.

Ключевая миссия Центра заключается в том, чтобы внести существенный вклад в развитие интеллектуального потенциала университета¹, укрепить созидательное качество его традиций, прежде всего, в научной, образовательной и воспитательной деятельности. Это призвано способствовать неуклонному повышению уровня репутации вуза² как действенного эндогенного

¹ *Интеллектуальный потенциал университета* – это способность управленческих, научно-исследовательских, научно-педагогических кадров, а также других сотрудников к индивидуальному и коллективному творческому мышлению и созданию инновационных форм управленческой, научной и образовательной деятельности.

² *Репутация Университета* – это сложившееся в обществе мнение о его достоинствах и недостатках, связанных с содержанием, спецификой и соответствующими результатами деятельности вуза. В том случае, если преобладает положительное общественное мнение о данной деятельности, то формируется одноименная репутация, принимающая форму *социального невещественного актива* (в противоположной ситуации формируется социальный невещественный «пассив»).

интегратора и координатора научно-образовательных инноваций, обладающего таким потенциалом конкурентоспособности, который гарантирует высокую степень функциональной устойчивости университета, а также требуемый уровень его социально-экономической и интеллектуальной безопасности¹ в условиях возникновения системных рисков «разрушения» стоимости, выражаемой в результатах научно-образовательной деятельности в форме релевантных конечных образовательных продуктов.

Экономика образования – это часть общей экономики, в рамках которой осуществляется расширенное воспроизводство смыслов, знаний и компетенций, составляющих основу человеческого и интеллектуального капитала. Следовательно, как и всякая экономика, она предполагает разработку системной парадигмы исследования следующих элементов, конституирующих образование как экономическую сферу человеческой деятельности:

- выявление и анализ предпосылок, условий, признаков и производительных факторов в сфере экономики образования;
- выявление уровней экономики образования в обществе и экономике с четкой спецификацией, прежде всего, вузовского и корпоративного компонента;
- характеристику качественных параметров (требований, стандартов, целевых функций, ценностных ориентиров, диверсифицированных компетенций и т.д.), например, вузовского образования как элемента в общей системе непрерывного и опережающего образования;
- анализ путей, форм, способов и технологий повышения эффективности экономики образования (конкретные рекомендации в области минимизации затрат и максимизации результата в образовательной деятельности вуза, а также конкретных его учебных и иных структур) и т.д. [1-5].

Экономика университетского образования есть сложная и противоречивая система отношений, возникающих и развивающихся между определенными субъектами в сфере и по поводу воспроизводства научно-образовательных продуктов². Таким образом, научно-образовательный продукт представляет собой результат экономической деятельности соответствующих заинтересованных субъектов [6-7], среди которых, прежде всего, обучающие и обучаемые. В самом общем плане научно-образовательные продукты представлены, как минимум, в трех взаимосвязанных аспектах.

Во-первых, - это релевантный требованиям определенных компетенций набор образовательных стандартов, конкретизированных в учебных планах и программах, а также соответствующих курсах; реализация требований этих планов и программ предполагает формирование некоторой «модели выпускника» университета с ожидаемым набором смыслов, знаний и компетенций (*научно-образовательный продукт в форме проектного образовательного знания*).

Во-вторых, - это определяемый требованиями современных учебных программ и практикумов набор постоянно изменяющихся форм, методов и способов непосредственно

¹ *Интеллектуальная безопасность университета* – это состояние защищенности интеллектуального потенциала, интеллектуального капитала и интеллектуальных активов Университета от различных факторов угроз, призванное обеспечить устойчивое развитие вуза и высокое качество реализации его ключевых интересов.

² *Научно-образовательный продукт* – это результат творчески-трудовой деятельности управленческих, научных и педагогических кадров Университета, выраженный в научно-образовательных планах, программах, учебно-методических комплексах, формализованных методиках, различных моделях, а также в знаниях (неявно-явных) и компетенциях профессорско-преподавательского состава, готовых к использованию в деятельности по обучению и воспитанию студентов. Далее речь пойдет именно о научно-образовательном продукте, что объективно предопределяется постоянно растущей значимостью расширенного воспроизводства неявного знания, обуславливающего формирования у студентов, прежде всего, исследовательских, креативных способностей и компетенций. Концепция «прочных знаний» уступает место новому концепту, связанному с необходимостью формирования «знаний и компетенций о том, как самостоятельно производить новые знания». *Образовательная услуга* предстает как полезное действие профессорско-преподавательского состава вуза по передаче, объективации, воплощению новых знаний и формированию требуемых и ожидаемых компетенций у субъектов, предъявивших соответствующий спрос.

процесса [8-9] образования и самообразования. Данные методы и способы научно-образовательной деятельности формируют ее технологию, или соответствующий методический инструментарий, обеспечивающий требуемую эффективность генерации новых идей, создания знаний и их включения в систему обмена, распространения и последующего усвоения (*научно-образовательный продукт в форме процессного образовательного знания*). В дальнейшем научно-образовательный продукт может переходить в научно-практический, в т.ч. в форме стандартов, что, однако, потребует уточнения прав интеллектуальной собственности на различные виды документов по стандартизации [10-14].

В-третьих, - это удовлетворяющий требованиям потребителей и всякий раз определенный набор знаний и компетенций, обеспечивающий высокий уровень конкурентоспособности выпускников университета и всех обучающихся на рынке человеческого или интеллектуального капитала, а также способствующий ожидаемым каждым субъектом обучения качества самореализации и самоактуализации. Все отмеченные научно-образовательные продукты генетически и каузально связаны друг с другом, где уровень качества одного является функцией качества другого: а) проектное научно-образовательное знание объективно требует релевантного качества одноименного процессного знания; б) научно-образовательное процессное знание инструментально детерминирует качественный уровень конечного, или квалификационно-компетентностного объективированного знания; в) рефлексия потребителями образовательных услуг рыночных и социокультурных требований, в свою очередь, неявно формулирует спрос на новое качество проектного и процессного научно-образовательного продукта.

Список использованных источников и литературы

1. Ломакин М.И., Докукин А.В., Соседов Г.А. Модель измерения влияния в социальных сетях // Компетентность. 2014. № 7 (118).
2. Ломакин М.И., Шинелин Н.В., Докукин А.В., Соседов Г.А. Разработка модели оценки влияния в социальных сетях // Экономика и предпринимательство. 2014. № 8.
3. Дрогобыцкая К.С., Докукин А.В., Ершов А.С. Современные социально-информационные факторы совершенствования цепей создания ценности // Транспортное дело России. 2013. № 4.
4. Докукин А.В., Дрогобыцкий А.И. Эволюция организационных структур повышения качества управления инновационными компаниями // Транспортное дело России. 2011. № 4.
5. Ломакин М.И. Экономические механизмы развития информационной инфраструктуры предприятия // Транспортное дело России. 2011. № 4.
6. Ломакин М.И., Ниязов Р.А. Оценка инновационного потенциала сотрудника проектной группы предприятия // Наука и бизнес: пути развития. 2013. № 11 (29). С. 95-99.
7. Дрогобыцкая К.С., Ломакин М.И., Ниязов Р.А. Модель оценки инновационного потенциала проектной группы // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2012. № 4 (8).
8. Ломакин М.И., Скальский А.В. Оценка вероятности перехода бизнес-процесса в состояние, не соответствующее его регламенту // Транспортное дело России. 2011. № 12.
9. Ломакин М.И., Скальский А.В. Модель оптимизации затрат на качество бизнес-процессов // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. № 3 (3).
10. Коровайцев А.А., Ломакин М.И., Докукин А.В. Социальноэкономические аспекты распространения стандартов // Стандарты и качество. 2014. № 1 (918).
11. Ломакин М.И., Докукин А.В., Коровайцев А.А. Нормативно-правовое регулирование распространения стандартов на платной основе современное состояние // Стандарты и качество. 2013. № 12 (918).
12. Докукин А.В. Расширение документарного покрытия системы информационного обеспечения технического регулирования // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. № 1 (1).
13. Докукин А.В., Коновалов В.А. Гармонизация потребностей и ожиданий сторон в нормотворческом процессе в области стандартов качества // Транспортное дело России. 2014. №5.

14. Орлова Е.Е., Докукин А.В. Согласование интересов субъектов права в нормотворческом процессе в техническом регулировании // Транспортное дело России. 2014. № 6-2.

© Салихов Б.В.
© Салихова И.С.

Журнал <http://iea.gostinfo.ru>