

**СОВРЕМЕННЫЙ РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ЗАДАЧИ ЦЕНТРА
ПО ПОВЫШЕНИЮ УРОВНЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА**

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 предложены элементы образования как сферы социально-экономических отношений и их характеристики. Отмечается, что образование как фактор создания добавленной стоимости и, следовательно, как источник доходности и прибыльности образовательных организаций в целом и Университета, в частности, требует особой детализации и конкретизации, что связано с мериторным, или общественно-частным характером образовательного продукта как экономического блага.

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

UDC 006.015.5

**MODERN MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES AND OBJECTIVES OF THE CENTRE
FOR IMPROVING THE COMPETITIVENESS OF THE UNIVERSITY**

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 paper suggests the formation of elements such as the scope of socio-economic relations and their characteristics. It is noted that education as a factor in the creation of added value and, therefore, as a source of revenue and profit educational institutions in general and the University, in particular, requires a special detail and specificity that is associated with meritonym, or public-private character of the educational product as an economic good.

Keywords: information, higher education, intellectual potential

Современный рынок образовательных услуг представляет собой инновационную общественную форму динамично развивающейся системы социально-экономических отношений в сфере обмена научно-образовательными продуктами в условиях высокого и непрерывно растущего уровня конкуренции соперничающих и сотрудничающих соответствующих его участников. Следовательно, конкуренция на современном рынке образовательных услуг есть специфическая, «мягкая» форма соперничества всех его субъектов за наилучшие условия воспроизводства научно-образовательных продуктов. Инновационный характер данного рынка, а также специфика отмеченной «мягкой» конкуренции предопределяются и характеризуются следующими обстоятельствами и положениями, которые должен учитывать Центр экономики образования в своей научно-исследовательской и образовательно-внедренческой деятельности.

Во-первых, современный рынок образовательных услуг, в том числе и рынок, где предлагаются научно-образовательные продукты университета, все в большей степени позиционируется как мировой, или трансграничный. Формирование единого образовательного пространства, или образования «без границ», а также мировые требования к стандартизации научно-образовательной деятельности и ее результатам представляют собой важнейшие императивы для ускоренного поиска путей повышения качества и эффективности научно-образовательной деятельности университета.

Цель этой деятельности состоит в том, чтобы образовательные услуги вуза, а также качественные параметры знаний, смыслов и компетенций его выпускников реально демонстрировали высокий уровень конкурентоспособности университета и его интегрального интеллектуального капитала. Здесь формируется риск принятия нерелевантных решений в области управления научно-образовательной деятельностью и, следовательно, угроза отставания от мировых тенденций развития рынка образовательных услуг.

Во-вторых, современный рынок образовательных услуг все в большей степени становится *виртуальным, открытым и сетевым*, что способствует высокой скорости продвижения научно-образовательных продуктов за счет использования колоссальных возможностей современных электронных систем сбора, обработки и передачи полезной информации и новых знаний практически мгновенно в любую точку планеты. Электронизация и интернетизация научно-образовательной деятельности обязывает по-новому оценить роль и место традиционных форм и методов организации и управления данной деятельностью, решительно внедряя сетевые структуры, виртуальные формы, электронные системы в области научной и преподавательской деятельности.

В связи с этим, ключевое значение для повышения уровня конкурентоспособности университета имеет создание, например, *Когнитивного Аналитического Центра (КАЦ)* как интегральной и динамично развивающейся базы новейших знаний и экспертных систем, обеспечивающих гарантию качества принимаемых решений на всех уровнях управленческой, научной и образовательной деятельности в условиях перманентной актуализации мегаинформационного и мегакогнитивного пространства. При отсутствии КАЦ формируется риск информационно-коммуникационного отставания от существующих и потенциальных конкурентов, а также растущая угроза перманентного «когнитивного голодания» всех участников научно-образовательной деятельности университета.

В-третьих, рынок образовательных услуг сегодняшнего дня характеризуется «джентльменским» *единством конкуренции и сотрудничества*, или «кооперацией» (единством кооперации и конкуренции), что является прямым следствием не только гуманизации социально-экономического пространства, но и его виртуализации и сетевизации. Конкуренция на рынке образовательных услуг все в большей степени принимает форму различных форм и методов доверительных отношений и взаимодействий, что требует разработки и внедрения инструментов *конкордоспособности*, то есть умения и управленческой компетенции инвестировать в воспроизводство системы межвузовских и иных доверительных отношений.

Предполагается, что инвестиции в конкордоспособность являются важнейшим инструментом создания положительной социокультурной и ментальной репутации университета, а также фактором его интеллектуальной привлекательности для всех заинтересованных сторон. При отсутствии отмеченного «джентльменского» единства конкуренции и сотрудничества формируется риск дезинтеграции университета, его «выпадения» из системы институциональных взаимодействий, что несет в себе весьма опасную угрозу подрыва межвузовского и внутривузовского доверия, а также угрозу подрыва деловой и интеллектуальной репутации вуза как его ключевого доходного социально-экономического актива.

В-четвертых, современный рынок образовательных услуг, с одной стороны, характеризуется, а с другой стороны, предъявляет перманентно растущие требования к *инновационному содержанию и качеству научно-образовательных продуктов*. Образовательные услуги университета должны быть релевантны требованиям сегодняшних и завтрашних покупателей, быть адекватной когнитивной рефлексией на требования инновационной экономики. При этом имеются в виду научно-образовательные инновации различных уровней: от незначительных модификаций до радикальных новых продуктов «созидательного разрушения по-шумпетериански».

Решение этой задачи видится на пути теснейшей интеграции научной и образовательной деятельности, в рамках которой научная новизна и глубина воспроизводимых знаний находила бы свое естественное продолжение в новейших формах воспроизводства педагогических технологий их накопления, обмена и передачи обучаемым. В этих условиях роль когнитивного аналитического центра (базы знаний) становится ключевой организационно-институциональной структурой с точки зрения повышения интенсивности обмена, как научными, так и технологическими знаниями, прежде всего, в рамках университета. Отсутствие адекватной когнитивной рефлексии на требования инновационной экономики формирует риск принятия запоздалых решений в сфере радикального обновления интегрального университетского интеллектуального капитала, что может

катализировать угрозу ментально-смысловой и ценностно-креативной эрозии данного капитала в условиях продолжающегося отрыва научной деятельности от образовательной практики.

В-пятых, растущие требования рассматриваемого рынка к инновационному содержанию и качеству образовательных услуг существенно дополняются *возросшей скоростью обновления требуемых знаний и компетенций*. Современный «бизнес со скоростью мысли» требует и «образования со скоростью мысли», то есть высочайшей скорости обновления преподаваемых знаний и формируемых компетенций. Однако в условиях, когда все в большей степени требуются знания «здесь и сейчас», ключевая задача университета заключается в расширенном *воспроизводстве социодательных смыслов и мотивов*, позволяющих выпускнику или другому потребителю образовательных услуг *самостоятельно расширенно воспроизводить и использовать собственные неявные знания и уникальные компетенции* в творчески-трудоу деятельности.

Следует подчеркнуть, что «бизнес со скоростью мысли» - это безусловный приоритет неявных знаний и уникальных интеллектуальных компетенций, что, по сути, требует радикальной перестройки всей научно-образовательной парадигмы деятельности современного Университета. Отсутствие форм и методов инновационного «образования со скоростью мысли», как реакции на одноименный бизнес, актуализирует риск перманентного отставания университета от требований хозяйственной практики, а также формирует реальную угрозу деинтеллектуализации и постоянного отставания знаний и компетенций, которыми владеют управленческие, научные и педагогические кадры вуза.

В-шестых, современный рынок образовательных услуг характеризуется растущей *многосубъектностью* при одновременной диверсификации, разнообразия и противоречивости экономических интересов и интеллектуальных потребностей всех участников рыночных взаимодействий. Сегодня к «традиционным» продавцам и покупателям образовательных продуктов, а также к государству, заинтересованному в подготовке кадров для инновационного развития экономики, добавляются следующие субъекты:

а) общественные и региональные структуры, а также социальные группы, выступающие как *социокультурные эксперты*, озабоченные качеством предоставляемых услуг именно как общественных благ и заинтересованные в масштабной интеллектуализации научно-образовательной деятельности высших учебных заведений как общего основания воспроизводства положительных экстерналий;

б) работодатели, выступающие как *профессиональные эксперты*, осуществляющие непрерывный поиск собственников высококачественного человеческого и интеллектуального капитала и заинтересованные в прогрессивном развитии рынка данного капитала как функции качества воспроизводства научно-образовательных услуг;

в) родители и в целом домохозяйства, выступающие как *психологические эксперты*, формирующие образ (основа имиджа) и мнение (основа репутации) об источнике образовательных продуктов и заинтересованные в том, чтобы время и денежные средства домохозяйства (в форме накоплений, кредитов и др.) были использованы с наивысшей результативностью;

г) сами «традиционные» потребители образовательных продуктов все в большей степени реализуют функцию *личностной «креативно-карьерной» экспертизы* предлагаемых образовательных услуг, что детерминируется растущим стремлением к формированию *индивидуальных образовательных траекторий*, в рамках которых студенты и другие субъекты обучения делают ставку на самостоятельный поиск и оценку качества знаний и компетенций, которые предлагает университет;

д) наконец, непосредственно сами производители научно-образовательных продуктов, должны активно выступать в роли *интеллектуальных экспертов*, осуществляющих критический анализ собственной научно-образовательной деятельности, воспроизводя соответствующие услуги в режиме естественной заинтересованности в неуклонном повышении качества и наиболее полном го удовлетворения растущих потребностей обучающихся.

Отмеченные положения, характеризующие состояние и динамику современного рынка образовательных услуг, определяют и конкретизируют задачи деятельности Центра, решение которых обеспечит университету высокий уровень ментально-смысловой, социокультурной, институциональной, а также финансово-экономической устойчивости и, следовательно, конкурентоспособности на основе минимизации соответствующих рисков и своевременного предотвращения внешних и внутренних угроз. **Интегральные задачи Центра**, определяемые динамикой со-

временного рынка образовательных услуг и обеспечивающие *повышение уровня конкурентоспособности университета*, формулируются следующим образом:

Во-первых, - это исследование современных тенденций глобализации рынка образовательных услуг и на этой основе разработка научно-практических рекомендаций в сфере «мягкой» интеграции университета в систему общемировых научно-образовательных транзакций. Решение данной задачи позволит предотвратить угрозу «выпадения» вуза из общего контекста развития мирового рынка образовательных услуг, а также минимизировать риск принятия низкоэффективных решений в области соответствующей управленческой практики.

Во-вторых, - это поиск наиболее эффективных форм интеграции университета и его научно-учебных структур и подразделений в виртуальное и сетевое научно-образовательное пространство при соответствующем информационно-когнитивном и экспертном обеспечении данного процесса в форме создания и развития Когнитивного Аналитического Центра, интегральная доходность которого состоит в масштабном сокращении внутренних и внешних транзакционных издержек. Решение данной задачи позволит успешно «включиться» научно-образовательным подразделениям университета [1-2] в открытое сетевое и виртуальное пространство и минимизировать растущую угрозу когнитивного отставания от ведущих мировых учебных заведений, а также осуществить профилактику риска его «выпадения» из доходных потоков сетевых и виртуальных взаимодействий.

В-третьих, - это решение творческой задачи поиска и обоснования конкретных форм и инструментов обеспечения высокого уровня конкурентоспособности университета как механизма диалектического единства конкуренции и сотрудничества в сфере воспроизводства научно-образовательных продуктов. Решение отмеченной задачи позволит минимизировать риск эрозии доверительных отношений в сфере взаимодействия субъектов рынка образовательных услуг, а также осуществить профилактику угрозы ослабления либо даже подрыва деловой и креативно-интеллектуальной репутации университета.

В-четвертых, - это поиск путей и разработка механизма действенной интеграции результатов научной деятельности и образовательной практики в рамках университета, что призвано обеспечить высокое качество университетского интеллектуального капитала и, следовательно, растущую конкурентоспособность (кооперацию) вуза на рынке научно-образовательных продуктов. Решение данной научно-практической задачи позволит обеспечить высокое качество принимаемых управленческих решений и минимизировать риск потери конкурентоспособности научной и образовательной продукции университета, а также предотвратить внутреннюю угрозу масштабных инновационных «креативно-когнитивных» дисфункций, обусловленных растущей дезинтеграцией научной и образовательной деятельности.

В-пятых, - это исследование путей, форм, методов и способов придания исследовательского ракурса образовательному процессу, что предопределяется императивом расширенного воспроизводства, прежде всего, неявных знаний, как научно-педагогических кадров, так и обучающихся; это требует превращения научно-образовательных (учебно-научных) департаментов университета в самостоятельные центры креативных научных и образовательных технологий.

Решение задачи формирования «образования со скоростью мысли» позволит разработать действенные рекомендации для создания новой парадигмы управления научно-образовательным процессом вуза [3-6], что предотвратит риск губительных последствий инерционности ментальных научно-образовательных моделей различных субъектов деятельности. Это также станет профилактической мерой в сфере защищенности вуза от угрозы деградации университетского интеллектуального капитала, потери репутации вуза и его конкурентоспособности на соответствующих рынках.

В-шестых, - это исследование путей и инструментов создания и воспроизводства экономико-психологического и экономико-социологического механизма оптимизации интересов и созидательного использования мотивационных «каркасов» всех субъектов, действующих на современном рынке образовательных услуг. Успешное решение данной задачи позволит предотвратить риск разработки неоптимальной стратегии социально-экономического развития университета, а также минимизировать угрозу ослабления его репутации на основе качественного обновления экзогенного и эндогенного социального капитала.

Решение отмеченных задач Центра далее концептуально рефлексированы в форме релевантных направлений деятельности, конкретных и даже «точно-инъекционных» мероприятий и инструментов, включая стандартизацию лучших практик [7-12] и оптимизацию управления возни-

кающими правами интеллектуальной собственности на стандарты [13-17]. При этом необходимым, важнейшим институциональным, организационно-экономическим, информационно-когнитивным условием успешного решения отмеченных, наиболее общих креативных задач Центра является создание и функционирование КАЦ как интегрированной и постоянно обновляемой базы новейших знаний, связанных с различными аспектами управленческой, научной и образовательной деятельности университета.

Список использованных источников и литературы

1. Ломакин М.И., Ниязов Р.А. Оценка инновационного потенциала сотрудника проектной группы предприятия // Наука и бизнес: пути развития. 2013. № 11 (29). С. 95-99.
2. 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).
3. Ломакин М.И., Скальский А.В. Оценка вероятности перехода бизнес-процесса в состояние, не соответствующее его регламенту // Транспортное дело России. 2011. № 12.
4. Ломакин М.И. Модель оптимизации затрат на качество бизнес-процессов предприятия // Транспортное дело России. 2011. № 6.
5. Ломакин М.И. Модель оценки затрат на качество бизнес-процессов в условиях неполных данных // Транспортное дело России. 2012. № 6-1.
6. Ломакин М.И., Скальский А.В. Модель оптимизации затрат на качество бизнес-процессов // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. № 3 (3)
7. Ломакин М.И., Докукин А.В. Интеграция российских инновационных предприятий в мировую экономику на основе развития информационного обеспечения стандартизации // Российское предпринимательство. 2012. № 2.
8. Докукин А.В. Обзор иностранных концепций использования стандартизации в интересах инновационного развития // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2012. № 4 (8).
9. Докукин А.В. Адаптация зарубежного опыта стимулирования инновационного развития с помощью стандартизации // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. Т. 2. № 2 (2).
10. Докукин А.В., Коновалов В.А. Роль системы технического регулирования в инновационном развитии экономики // Стандарты и качество. 2009. № 2.
11. Докукин А.В. Стандартизация как инструмент защиты отечественных инноваторов // Век качества. 2009. № 3.
12. Докукин А.В. Зарубежная практика использования стандартизации в целях инновационного развития // А. В. Докукин ; Федеральное агентство по техническому регулированию и метрологии, Федеральное гос. унитарное предприятие "Российский науч.-технический центр информ. по стандартизации, метрологии и оценке соответствия". Москва, 2007.
13. Коровайцев А.А., Ломакин М.И., Докукин А.В. Социальноэкономические аспекты распространения стандартов // Стандарты и качество. 2014. № 1 (918).
14. 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).
15. Ломакин М.И., Докукин А.В. Бесплатное распространение стандартов: принцип или опция? // Стандарты и качество. 2015. № 7.
16. Докукин А.В. Расширение документарного покрытия системы информационного обеспечения технического регулирования // Информационно-экономические аспекты стандартизации и технического регулирования. 2011. № 1 (1).
17. Докукин А.В., Коновалов В.А. Гармонизация потребностей и ожиданий сторон в нормотворческом процессе в области стандартов качества // Транспортное дело России. 2014. №5.

© Салихов Б.В.
© Салихова И.С.