

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ К ОПРЕДЕЛЕНИЮ ПОНЯТИЯ «ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УСЛУГА»

Шевчук В.О.

Киевская государственная академия водного транспорта
имени гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

В статье рассмотрена сущность образовательной услуги. Представлены и проанализированы основные подходы украинских и российских ученых к ее определению. Исследовано, что образовательная услуга рассматривается как: специфический образовательный товар или экономическое неимущественное благо; как деятельность образовательного учреждения направленную на развитие интеллектуальных способностей человека, формирование профессиональных качеств реализуемых в дальнейшем в процессе трудовой деятельности; взаимодействие между производителем и потребителем в процессе оказания и приобретения этого специфического блага; результат научно-педагогического труда с целью удовлетворения потребностей потребителя; процесс передачи определенной информации для усвоения с целью получения определенного результата. Приведен перечень составляющих элементов образовательной услуги. Определено, что образовательные услуги являются сложным комплексным продуктом, в который включен и элемент товара, и элемент услуги.

Ключевые слова: образовательная услуга, образовательный товар, образовательный продукт, образовательная программа, высшее учебное заведение.

Постановка проблемы. Экономический анализ высшего образования как общественного феномена обуславливает необходимость выяснения того, что же является результатом деятельности образования.

Следует признать, что сам термин «образовательная услуга» при всей своей общей определенности и широкой употребляемости не получил однозначного толкования и не приобрел законный статус. Отсутствие его определения является «кричащим противоречием государственного управления рыночным отношениям, ведь этот факт означает отсутствие того главного законодательства, которое регулирует отношения продавцов и покупателей на рынке образования» [1].

Анализ последних исследований и публикаций. Исследованием понятия «образовательная услуга» занимались многие отечественные и зарубежные ученые, среди них: И.Н. Баша, Б.С. Гершунский, С.А. Зайчикова, С.М. Кадочников, И.С. Каленюк, Е.Д. Липкина, Т.Е. Оболенская, В.М. Огаренко, И.Б. Романова и другие.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. Многие исследователи сходятся на том, что основным направлением деятельности вуза является предоставление образовательных услуг, но не дают однозначного определения в какой конкретной форме существует услуга, что понимать под образовательным товаром или продуктом вуза.

Цель исследования. Главной целью этой статьи является исследование концептуальных подходов к определению понятия «образовательная услуга».

Изложение основного материала. Как отмечает М. Матвиив, определить конечный результат деятельности высших учебных заведений достаточно трудно, из-за специфики высшей школы ее конечные результаты воплощаются в изменения качества свойств индивида. Они носят комплексный характер и отображают тесную взаимосвязь результатов работы работников учебного заведения с влиянием других факторов, не связанных с эффективностью функционирования высших учебных заведений [10, с. 13].

В частности, результатом образования называют систему знаний, умений и навыков, которые передаются человеку в процессе обучения [7, с. 19]. То есть речь идет о непосредственной оценке на собственно педагогическом уровне конечной «про-

дукции» образовательной деятельности на индивидуальном уровне.

В труде Б.С.Гершунского результат образования фиксирует факт присвоения и государством, и обществом, и индивидуумом всех тех ценностей, которые родились в процессе образовательной деятельности, которые являются такими значимыми с точки зрения экономического, морального, интеллектуального состояния «потребителей продукции» образовательной сферы – государства, общества, каждого человека, всей цивилизации в целом [4, с. 83]. По мнению Л.Карамушки конечным «продуктом» функционирования образовательной организации является «живой» объект, личность – социальное существо, которое включено в общественные отношения и является деятелем (субъектом) этих отношений [8]. Большинство исследователей считают, что именно к продуктам высшей школы не принадлежат ни новые знания и умения, потому что они не продаются и не покупаются, а являются достоянием собственного труда; ни квалификация специалистов, ни рабочая сила, потому что она тоже не продается, а продается только ее услуга – труд, но не учебным заведением, а непосредственным носителем рабочей силы – человеком [12, с. 183].

Таким образом, результатом учебной, управленческой и финансово-хозяйственной деятельности учебного заведения есть образовательная услуга.

Однако, невзирая на значительное количество публикаций на эту тему за последнее время, доныне не выработано общепринятых представлений о сущности образовательной услуги, «определение которой крайне необходимое для познания истинной природы общественных отношений в системе высшего образования» [1].

В таблице 1 приведены подходы к определению понятия «образовательная услуга», которые нашли отображение в публикациях ряда авторов.

Как видим, единого экономического подхода к определению этого понятия нет. Образовательная услуга рассматривается как:

- специфический образовательный товар или экономическое неимущественное благо;
- как деятельность образовательного учреждения направленную на развитие интеллектуальных способностей человека, формирование профессиональных качеств реализуемых в дальнейшем в процессе трудовой деятельности;

Таблица 1

Подходы к определению понятия «образовательная услуга»

Автор	Определение
Кадочников С.М. [6]	Образовательная услуга – это экономическое благо, что владеет полезностью с точки зрения его потребителей и требует расходов на свое производство.
Николаенко С. [11]	Образовательные услуги – это неимущественные, а социальные блага, система знаний, информации, умений и практических навыков удовлетворения ее разнообразных образовательных потребностей и реализации личных способностей их потребителя.
Оболенская Т.Е. [12, с. 133]	Образовательная услуга – специфический товар, который удовлетворяет потребность человека в приобретении определенных знаний, навыков и умений для их последующего использования в профессиональной деятельности.
Огаренко В.М. [13, с. 43]	Образовательная услуга – образовательный товар, который является собой определенную деятельность, которую осуществляет производитель, и в процессе которой происходит удовлетворение потребности потребителя в образовании.
Романова И.Б. [14, с. 28]	Образовательная услуга – трудовая деятельность экономической единицы, направленная на удовлетворение потребности некоторого субъекта в образовании (т.е. в приобретении систематизированных знаний, умений и навыков), осуществляемая с предварительного согласия данного субъекта.
Сон Т.А. [15]	Образовательная услуга есть результат учебной, управленческой и финансово-хозяйственной деятельности учебного заведения, направленной на удовлетворение производственного спроса на подготовку, переподготовку и повышение квалификации рабочей силы, спроса индивидов на получение профессии или квалификации, переквалификации.
Стрижов А.М. [16, с. 48]	Под образовательной услугой понимает целенаправленную деятельность, характеризующую взаимодействием участников образовательного процесса и направленную на удовлетворение образовательных потребностей личности.
Ченцов А.О. [17, с. 120-123]	Образовательные услуги создаются в процессе научно-педагогического труда, являющегося в свою очередь разновидностью научного труда. Результат научно-педагогического труда может быть назван образовательным продуктом. Образовательный продукт – это часть интеллектуального продукта, адаптированная к соответствующему сегменту образовательных услуг.
Каленюк И.С. [7, с. 36]	Образовательные услуги или продукт образовательной деятельности являются результатом осуществления разнообразной (педагогической, воспитательной, научной, организационно-управленческой) деятельности работниками сферы образования для удовлетворения образовательных потребностей отдельных людей и всего общества.
Александров В. [1]	Образовательная услуга – это организованный процесс обучения для получения необходимых знаний, навыков и умений. Это – особый интеллектуальный товар, который предоставляется стороной, которая организует и осуществляет процесс учебы, и получается другой стороной, которая может быть одновременно и учеником, и контролером качества услуги, и плательщиком за нее.
Багдикян С.В. [2, с. 66]	Образовательная услуга – это процесс передачи знаний в рамках определенной социально-экономической системы с помощью оказания общественно значимых услуг, которые являются объектами купли-продажи на рынке, имеют свои специфические характеристики, являясь результатом научно-педагогического труда.
Зайчикова С.А. [5, с. 12]	Образовательная услуга – система знаний, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей индивида, общества и государства и направлены на приращение человеческого капитала.
Липкина Е.Д. [9, с. 10]	Образовательная услуга – совокупность знаний, умений, навыков и определенного объема информации, которые используются для удовлетворения специфической потребности человека и общества в интеллектуальном развитии и приобретении профессиональных умений и навыков.

Источник: разработано автором

- взаимодействие между производителем и потребителем в процессе оказания и приобретения этого специфического блага;

- результат научно-педагогического труда с целью удовлетворения потребностей потребителя;

- процесс передачи определенной информации для усвоения с целью получения определенного результата.

По мнению И.Н.Баша к образовательным услугам, которые может получить студент, поступивший в вуз, можно отнести:

- передачу знаний в ходе лекций, закрепление навыков в ходе семинарских, практических и лабораторных занятий;

- организацию самого процесса обучения. Это с одной стороны организация его содержания (преподавание дисциплин в определенной последовательности, чередование лекционных и практических занятий), а с другой – организация различных форм обучения (расписание занятий, экзаменов, консуль-

таций и других форм учебной работы), кроме этого возможность пользоваться библиотечным фондом, компьютерными классами и учебными аудиториями;

- возможность попробовать себя в научно-исследовательской работе в виде различных научных обществ, кружков, конференций;

- возможность участия в международных студенческих обменах, зарубежных стажировках и т.п.;

- организацию практики в компаниях и организациях под руководством представителей этих организаций и самого вуза;

- приглашения зарубежных и отечественных специалистов, практиков для выступления с гостевыми лекциями;

- возможность освоить рабочие профессии и получить различные квалификационные документы [3, с. 10].

Этот список может также включать услуги, сопутствующие образовательным: предоставление проживания в общежитиях вуза, консультации

студентов по трудоустройству и проведение ярмарок карьеры, визовая поддержка студентов, выезжающих для обучения за границу, культурные программы для студентов и преподавателей из зарубежных вузов-партнеров, организация летнего отдыха и досуга и тому подобное.

Кроме перечисленных услуг вуз предлагает на рынке образовательных услуг студентам, потенциальным студентам и их родителям, бизнес-сообществам, СМИ, государственным агентствам, предприятиям и компаниям:

- учебники и учебные пособия, подготовленные преподавателями вуза;
- монографии, сборники статей;
- журналы и другие периодические издания.

Таким образом, образовательные услуги являются сложным комплексным продуктом. В них включен и элемент товара (учебники и учебные пособия, производимые вузом, различные учебные фонды и оборудование, предоставляемое вузом в пользование студентам), и элемент услуги [3, с. 11].

Продуктом вуза также являются его образовательные программы. Образовательная программа – это комплекс образовательных и сопутствующих продуктов и услуг, нацеленный на изменение об-

разовательного уровня и профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации. Образовательная программа и есть тот продукт, с которым вуз выходит на рынок образовательных услуг и на рынок труда. Таким образом, к потребителям образовательных услуг вузов можно отнести с одной стороны студентов, а с другой – компании и организации. Именно их потребности стремится удовлетворить вуз.

Выводы. Следовательно, такое многообразие трактовок образовательной услуги позволяет обобщить, что образовательные услуги – это специфические экономические блага, которые предоставляются личности для удовлетворения ее разнообразных образовательных потребностей и которые составляют взаимную заинтересованность общества и каждого индивида в частности в их последующем использовании в профессиональной деятельности.

Таким образом, образовательные услуги являются специфическими относительно других невещественных услуг, потому что последствия от потребления этих услуг являются благом не только для индивида, но и для экономики и общества в целом.

Список литературы:

1. Александров В. Освітня послуга / В. Александров // Економіка України. – 2007. – № 3. – С. 53-60.
2. Багдикян С. В. Необходимость изучения образовательных услуг в рамках регионального развития [Электронный ресурс] / С. В. Багдикян. – Режим доступа: http://journals.khnu.km.ua/vestnik/pdf/ekon/2010_6_2/064-067.pdf
3. Баша І. М. Маркетингова стратегія ВНЗ в умовах інноваційного розвитку освіти України / І. М. Баша // Формування ринкової економіки [Електронний ресурс]: зб. наук. праць. – Спец. вип.: Маркетингова освіта в Україні / М-во освіти і науки, молоді та спорту України, ДВНЗ «Київський нац. екон. ун-т ім. Вадима Гетьмана»; відп. ред. О. О. Беляев. – К.: КНЕУ, 2011. – С. 7-14.
4. Гершунский Б. С. Философия образования для XXI века / Б. С. Гершунский. – М.: Изд-во «Совершенство», 1998. – 608 с.
5. Зайчикова С. А., Маяцкая И. Н. Стратегия маркетинга высшего учебного заведения в системе открытого образования: Монография / С. А. Зайчикова, И. Н. Маяцкая. – М.: Изд-во РГСУ, 2006. – 115 с.
6. Кадочников С. М. Особенности высшего образования как экономического блага и некоторые практические следствия этих особенностей / С. М. Кадочников // Университетское управление. – 2001. – № 2(17). – С. 48-49.
7. Каленюк І. С. Економіка освіти: Навч. посібник / І. С. Каленюк. – К.: Знання України, 2003. – 316 с.
8. Карамушка Л. Принцип гуманізації управління як один з провідних принципів освітнього менеджменту / Л. Карамушка // Освіта і управління. – 2002. – Т. 5. – № 4. – С. 41-57.
9. Липкина Е. Д. Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг: Монография / Е. Д. Липкина. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2006. – 136 с.
10. Матвіїв М. Я. Методологія та організація маркетингового менеджменту в сфері вищої освіти: Монографія / М. Я. Матвіїв. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 560 с.
11. Ніколаєнко С. Рейтингові системи – складові національного моніторингу якості вищої освіти / С. Ніколаєнко // Вища школа. – 2007. – № 4. – С. 3-14.
12. Оболенська Т. Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід: Монографія / Т. Є. Оболенська. – К., 2001. – 208 с.
13. Огаренко В. М. Державне регулювання діяльності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг. Монографія / В. М. Огаренко. – К.: НАДУ, 2005. – 326 с.
14. Романова И. Б. Управление конкурентоспособностью высшего учебного заведения / И. Б. Романова. – Ульяновск: Средневожский научный центр, 2005. – 140 с.
15. Сон Т. А. Формирование рынка образовательных услуг [Электронный ресурс] / Т. А. Сон. – Режим доступа: www.marketing.spb.ru
16. Стрижов А. М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений / А. М. Стрижов // Стандарты и мониторинг в образовании. – 1999. – № 3. – С. 47-50.
17. Ченцов А. О бизнесе образовательных услуг / А. Ченцов // Высшее образование в России. – 1999. – № 2. – С. 120-123.

Шевчук В.О.

Київська державна академія водного транспорту імені гетьмана Петра Конашевича-Сагайдачного

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ОСВІТНЯ ПОСЛУГА»

Анотація

У статті розглянуто сутність освітньої послуги. Представлені і проаналізовані основні підходи українських та російських вчених до її визначення. Досліджено, що освітня послуга розглядається як: специфічний освітній товар або економічне нематеріальне благо; як діяльність освітнього закладу спрямовану на розвиток інтелектуальних здібностей людини, формування професійних якостей реалізованих надалі в процесі трудової діяльності; взаємодія між виробником і споживачем в процесі надання та придбання цього специфічного блага; результат науково-педагогічної діяльності з метою задоволення потреб споживача; процес передачі певної інформації для засвоєння з метою отримання певного результату. Наведено перелік складових елементів освітньої послуги. Визначено, що освітні послуги є складним комплексним продуктом, в який включено і елемент товару, і елемент послуги.

Ключові слова: освітня послуга, освітній товар, освітній продукт, освітня програма, вищий навчальний заклад.

Shevchuk V.O.

Kyiv State Maritime Academy named after Hetman Petro Konashevich-Sahaydachniy

CONCEPTUAL APPROACHES TO THE DEFINITION OF «EDUCATIONAL SERVICES»

Summary

The article considers the essence of educational services. Presented and analyzed the main approaches of the Ukrainian and Russian scientists to its definition. Investigated that educational service is considered as a specific educational or economic goods immaterial good; as the activities of educational institutions aimed at the development of intellectual abilities, the formation of professional qualities implemented later on in the course of employment; interaction between producers and consumers in the process of providing and acquiring this particular good; the result of scientific and pedagogical work to meet the needs of the consumer; the transfer of certain information to digest in order to obtain a certain result. A list of the constituent elements of educational services. Determined that the educational services are difficult complex product, which includes an element of the goods and services element.

Keywords: educational services, educational goods, educational product, an educational program, a higher education institution.

УДК 657:338.48

ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЁТА В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ИРАКСКОГО КУРДИСТАНА

Шейкха Нисрат Сабир

Салахаддинский Университет-Эрбиль

Исследованы теоретический и практический аспект организации учёта туристических предприятий Иракского Курдистана. Раскрыты подходы и современные тенденции развития туризма в стране в условиях рынка. Показаны пути совершенствованию учёта и усиления контроля затрат у туроператоров и турагентов. Предложено внедрить процесс моделирования прогнозного баланса туристического предприятия на основе экономико-статистического анализа и методов прогнозирования. Результаты исследования получены в туристической деятельности предприятий Иракского Курдистана.

Ключевые слова: предприятие, туристическая деятельность, финансовый учёт, прогнозный баланс предприятия.

Постановка проблемы. Глобализация туристической деятельности на предприятиях в Иракском Курдистане стремительно усиливает туристический поток, а также способствует привлечению инвестиций в экономику страны. Тенденция сопровождается модернизацией транспортной инфраструктуры и сферы услуг в туристической деятельности таких предприятий, как гостиницы, экскурсионные организации, рестораны, а также полной интернационализацией деловых структур по управлению и регулированию международного туризма в Иракском Курдистане. Туристическая

деятельность перспективна для Иракского Курдистана, который получил от туризма 650 млн. долларов США в 2012 г., до 1 млрд. долларов США в 2013 г. и 1,5 млрд. долларов США в 2015 г. Чтобы активизировать туристическую деятельность в Иракском Курдистане, правительство начало выдавать беспроцентные кредиты на развитие туризма во всех населённых пунктах страны. Значительное влияние на развитие туризма окажет новый инвестиционный проект для строительства курорта в «Slemanî», который является совместным предприятием между компанией FGH (Дубай)