

КАПИТАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СЕРВИСА УНИВЕРСИТЕТОВ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ

Останин В.А. – д.э.н., профессор Российская таможенная академия,
Владивостокский филиал, ostaninva@yandex.ru

Цю Хунлу -- аспирант Дальневосточного федерального университета
qhl09180936@163.com

Аннотация

Рынок образовательных услуг занимает важное место в экономике страны. Можно обнаружить усиление конкурентной борьбы образовательных организаций за абитуриентов, независимо от того, получают они финансирование из бюджета, либо этот процесс финансируют домашние хозяйства. Университеты рекламируют свои достижения, формируют бренды, стремятся добиваться конкурентных преимуществ на рынке образовательных услуг.

Одним из последствий этого процесса становится стремление организаций и учреждений высшего, среднего и иного профессионального образования бороться за более интенсивную капитализацию своих образовательных программ, образовательного сервиса.

Ключевые слова: Образовательные программы университетов, конкуренция на рынке образовательных услуг, финансирование образование из бюджетов всех уровней, финансирования образования домашними хозяйствами.

Рынок образовательных услуг обнаруживает устойчивую тенденцию к росту. Образовательные услуги становятся развитием образовательного сервиса, как процесса предоставления образовательных услуг. Тем самым следует разводить понятия «образовательные услуги» и «образовательный сервис». Если образовательные услуги есть благо, которое реализуется в форме полученных знаний, умений, компетенций, то образовательный сервис есть процесс предоставления таких услуг.

В конкурентной борьбе за расширяющийся рынок образования университеты применяют современные технологии образовательного сервиса. При этом их усилия направлены не только на повышение качества образования, но и за цену образовательной услуги. Это возможно в процессе реа-

лизации агрессивной маркетинговой политики университетов за абитуриента, используя при этом новые технологии в образовании, внедрение элементов инновационного процесса в самом образовательном сервисе. Эта борьба, в конечном счёте, выливается в капитализации самого образовательного учреждения, организации: университетов, институтов, академий, колледжей, училищ и т.д.

Капитализация университета есть процесс возрастания его материально-вещественного капитала и капитала интеллектуального. Если проблема первого сводится к техническому переоснащению материально-технической базы, приобретением средств дистанционного обучения, средств связи, обучающих программ, то капитализация интеллектуального капитала университета осуществляется в форме повышения качества преподавания и организации учебно-воспитательного процесса непосредственно творческим и квалифицированным преподаванием. Это может реализоваться в подготовке уже профессорско-преподавательского состава.

Для этого становится необходимым наращивать усилия и инвестиции в науку, а не только исключительно в образовательные технологии. Преподавание никогда не может быть выше уровня научного понимания самого предмета обучения [2]. Наука и образование должны идти рядом в университетах, а не на параллельных курсах, либо вообще не уделяя внимания развитию научного потенциала университета.

Поэтому далеко не случайно наиболее высокий престиж у тех российских университетов, которым удалось привлечь в свой коллектив ученых с мировым именем, лауреатов Нобелевских премий. Этот активно формируемый бренд университета позволяет проводить успешную ценовую политику, выигрывая в борьбе за талантливого абитуриента даже при высокой цене за обучение.

Если же под капиталом понимать все те активы, благодаря и посредством которых университет получает свои доходы, т.е. капитал университета как способность университета генерировать денежный поток. В этом случае рост капитализации есть возрастание капитала с его способностью генерировать все возрастающий денежный поток.

Однако процессу капитализации объективно свойственен процесс инвестирования в образовательные сервисы. Инвестиции в своих объёмах могут только окольно свидетельствовать о том, что объём инвестиций станет численно равен приросту капитала. Это условие скорее необходимое, но недостаточное. Многое будет определяться самим процессом управле-

ния образовательным сервисом.

В современных условиях современный университетский образовательный сервис должен удовлетворять некоторым специфическим требованиям, например:

- особенность современного образовательного сервиса должны быть постоянная инновационная составляющая самого процесса обучения предмета. Проблема заключается в требовании постоянного соответствия предмета, дисциплины изучения современной науке. Ограничиваться в образовательном сервисе обучению общеизвестного, истинам вчерашнего дня есть верный путь к потере конкурентных преимуществ. Однако это может обеспечить профессура, которая сама активно занимается научными исследованиями, профессура, имеющая собственные научные школы, являющиеся признанными лидерами в научных областях знания. Если несколько переформатировать известное выражение, то его применительно к нашей проблеме можно сформулировать следующим образом: «Если вы сегодня будите обучать тому, чему вы обучали вчера, то вы сегодня получите такого специалиста, которого университет выпускал вчера»;

- современный университет получает финансирование из бюджетов, пожертвований или домашних хозяйств [1], если образовательный сервис пронизан процессом наполнения гуманизмом, субъектности и самостоятельности с одновременным наполнением и привитием таких компетенций как творческой активностью, компетентностью, толерантностью. Образовательный сервис университета повышает свою капитализацию за счет овладения и накопления комплементарных, синергетических эффектов. Однако последнее возможно тогда, когда накоплена достаточная критическая масса интеллектуального капитала. В этом случае капитализация университета может приобрести самоподдерживающий характер. Это происходит, в том числе вследствие того, что накопленные знания, компетенции профессорско-преподавательского состава не подвержены законы убывающей предельной полезности. Можно эту мысль выразить, следующим образом: надо предельно заострить проблему капитализации образовательного сервиса университета. Интеллектуальный капитал университета при его компетентном процессе инвестирования в человеческую форму капитала не подвержен закону убывающей энтропии. Этот процесс можно при определённых условиях рассматривать как момент положительной энтропии образовательной университетской среды [1].

Инвестиции в образовательный сервис университетов должен быть

направлен в первую очередь на подготовку профессорско-преподавательского состава, на стимулирование и понуждению к научным изысканиям и получению научных степеней, ученых званий. Последнее станет дополнительным аргументом в позиционировании образовательного сервиса университетов на рынке образовательных программ как научно-образовательного центра. Получить свою конкретизацию процесс инвестирования может реализовываться в области методологии и методологического обеспечения, в совершенствовании процедур конкурсного отбора, в большей информационной прозрачности, наконец, и повышении научного, методического, нравственного, педагогического совершенства.

Если показатели роста капитализации образовательного сервиса университета преломить через требования к выпускникам, как конечной цели деятельности университета, то следует отметить следующие индикаторы успеха реализации образовательных программ:

- профессиональная компетентность выпускников;
- способность к установлению коммуникаций, их поддержки и развитию;
- творчество и новизна подходов к решению как новых, так и традиционных проблем и задач;
- понимание общего тренда развития области, в которую входит специалист после выпуска;
- понимание своей области в концепции ценностного подхода;
- владение современными методами познания, моделирования, планирования и прогнозирования в процессе создания ценностей.

Безусловно, эти отмеченные индикаторы требований сложно ранжировать. Однако требования достаточной компетентности выпускника, станет решающим в оценке его работодателем, а, следовательно, может дать основания для количественной оценки капитализации университетских образовательных программ и всего образовательного сервиса.

При этом под компетентностью в настоящей статье понимается материальная и духовная способность выпускника университета трансформировать потенциал полученных и накопленных во время обучения знаний, умений, навыков в реальные факторы для получения желаемого результата. Компетентность предполагает наличие развитой способности нахождения, оценки и использования ресурсов в форме теоретических знаний и практических навыков для получения результата, выполнением социально-

профессиональных действий.

Содержание образовательного сервиса обучающих технологий можно свести к видовым отличиям, каждая из которых может вносить свою долю в капитализацию. Это технология проблемно-деятельностного обучения, модульное, контекстное, игровое обучение.

Проблемно-деятельностное обучение раскрывается в постановке перед студентами проблемы. Привлекая для решения поставленной проблемы, студенты не только понимают истоки проблемы, но и вырабатывают навыки для их разрешения.

Контекстное обучение предполагает моделирование предметного, социального, этического содержания будущей профессиональной деятельности с включением активных методов познания и обучения.

Обучение игровое позволяет в большей степени использовать самостоятельные познавательные элементы деятельности, что позволяет быстрее находить ответы на поставленные вопросы, усваивать информацию.

Модульное обучение предполагает ударение на самостоятельные формы работы по индивидуальным программам в виде законченного раздела программы, или модуля. Это форма особенно широко применяется в дистанционном обучении.

Капитализация образовательных сервисов университетов есть отражение в рыночных координатах результатов деятельности научно-педагогических коллективов университетов. Её суть сводится к раскрытию потенциала обучающихся через организацию их активного процессного воздействия. Однако сам результат капитализации образовательных программ оценит рынок. Сам университет может конструировать показатели, индикаторы, которые позволяют представлять его в том или ином ракурсе. Но как нельзя судить по эпохе по тому, что она о себе пишет, так и по университету по тому, какие он сам себе ставит оценки. Критерием в экономике рынка образовательного сервиса университетов становятся индикаторы рынка, одним из которых есть капитализация образовательного сервиса.

Литература

1. Глухов В.В. Инвестиционное поведение домашних хозяйств / В.В. Глухов, В.А. Останин. Владивосток : Изд-во Дальневост. ун-та, 2009. 156 с.
2. Останин В.А. Воля в структуре смысла. Монография. Изд-во ВФ РТА : Владивосток, 2005. 214 с.