

УДК 378.1

О.В. Селиверстова,

ст. преподаватель кафедры

иностранных языков и межкультурной коммуникации

Хабаровской государственной академии экономики и права

## СУЩНОСТЬ ПОНЯТИЯ «ЭКСПОРТ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ»

*In the sphere of modern scientific literature there are numerous debates about the concept of «Educational Services», its forms and trends of development. However there is no clear definition. It includes a set of components of educational services. The author examines international and national approaches to this issue.*

**Keywords:** *educational services, export of educational services, foreign students, economic growth, national economy.*

В последнее время в современной научной литературе идут многочисленные дебаты по поводу понятия «образовательная услуга», её форм и тенденций развития. Однако чёткого определения никто не даёт, во многих источниках исследуемая дефиниция включает в себя комплекс составляющих образовательных услуг.

Рассмотрим международные и отечественные подходы к данной проблематике.

С 1919 г. первым исследователем рынка образовательных услуг, в частности в сфере мобильности иностранных студентов, является международный институт образования, который до сих пор анализирует и проводит систематическую оценку образовательным услугам, предоставляемых государственными агентствами, образовательными центрами, некоммерческими организациями и другими фондами на внутреннем и внешнем уровне [26]. Среди зарубежных исследователей проблем рынка высшего образования и образовательных услуг

можно выделить таких авторов, как Ф. Альтбах, А. Эббот, Л. Райзберг, Б. Милло, Д. Диардорф, Ц. Ли, А. Гопал, Я. Керхер, Н. Роде, В. Сяоян, Л. Яньян, П. МакГилл Питерсон, Р. Бассет, Д. Дилл, Ф. Котлер, Б. Спорн и др. Впервые классификация международных стандартов образования была разработана и развита организацией объединённых наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) в середине 70-х годов. Данная система является результатом интернационального соглашения, подписанного членами Генеральной ассамблеи ЮНЕСКО [20].

Согласно международной классификации образовательных стандартов, принятой ЮНЕСКО в 1997 г., концепт «образовательные услуги» в общем смысле представляет собой услуги начального, среднего, высшего и послевузовского образования. Понятие «образовательные услуги» было включено в этот перечень во время переговоров Уругвайского раунда в генеральном соглашении по торговле услугами (ГАТС). В сентябре 1998 г. в

ВТО было внесено предложение о введении понятия «образовательные услуги» в перечень уже существующих других услуг, так как концепт «образование» рассматривался с точки зрения коммерческих услуг, регулируемых в рамках ВТО. В 1999 г. это предложение было одобрено, и понятие «образовательные услуги» было включено в сектор торговли услугами наряду с другими услугами. В действительности об образовательных услугах на переговорах по ГАТС начинали говорить еще в 1986 г., когда 28 стран установили обязательства по либерализации образования в рамках торгового соглашения [20].

Услуги высшего и послевузовского образования относят к «продвинутому уровню теоретических профессиональных знаний» и «практических знаний». Изменения на внутренних и международных рынках мирового сообщества дали толчок появлению и развитию сектора образовательных услуг, которые выражаются в форме частного / государственного «потребления», обязательного / необязательного и международного / национального образования, а также в виде признанных государством экзаменов и степеней. Такие формы образовательных услуг отражают структурные различия в системе образования в той или иной стране [7]. В соответствии с международными стандартами образования и обучения ЮНЕСКО образовательные услуги представляют собой «обучающую деятельность общественного потребления», осуществляемую бесплатно или в стоимостном выражении, не отражающую издержки его обеспечения. Так как высшее образование представляет собой специфический товар,

предоставляемый на рынке образовательных услуг, то, в отличие от материального продукта, услуга обладает отличительными особенностями, делающими её особым товаром в «коммерческом» смысле со своими законами спроса и предложения [3]. С 1997 г. разработчиками классификации международных стандартов образования и обучения ЮНЕСКО были включены два новых вида высшего образования: «профессиональные теоретические знания на продвинутом уровне» и «практические / профессиональные знания». В данный перечень стандартов также входят так называемые «обучающие деятельности», которые относят к образовательным услугам различные виды тестирования; обмен студентами; предоставление и стимулирование услуг обучения за рубежом; курсы по различным предметам, в том числе по языковой подготовке, дополнительному образованию, повышению квалификации и переподготовке специалистов; учебно-методическое обеспечение образовательного процесса (программы, методики, учебные CD-диски, программы дистанционного обучения и др.); программы профессионального обучения; тренинги для карьерного роста; руководство программами и курсами по подготовке к экзаменам и т.д. [20].

Анализ различных точек зрения по поводу образовательных услуг, предоставляемых университетами, в рамках международных исследований позволяет рассмотреть следующие выводы по определению понятия «образовательные услуги».

Таблица 1 – Международные подходы к определению понятия «образовательные услуги»

Источник / Автор	Определение концепта «образовательные услуги», предоставляемые вузами в системе высшего образования
Организация Объединённых Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО)	Образовательные услуги – это «обучающая деятельность общественного потребления», осуществляемая бесплатно или в стоимостном выражении, не отражающая издержки его обеспечения [20]
Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС)	«Экономические виды деятельности» или «общественные услуги», осуществляемые на коммерческой основе или при государственной поддержке [27]
Всемирная торговая организация (ВТО)	«Профессиональные теоретические знания на продвинутом уровне» и «практические / профессиональные знания», предоставляемые в образовательном процессе в виде тестов, программ по обмену студентами, «образование за рубежом» и т.д. [18]
Ф. Альтбах	«Интеллектуальные продукты» высшего образования, предназначенные для покупки и продажи на коммерческом рынке в эпоху всемирной глобализации, а также средство международной торговли, ряд навыков и ценностей, необходимых для эффективного участия в современном обществе и используемых ТНК, академическими институтами, бизнесом и другими провайдерами [15]
А.Т. Эббот	Комплекс услуг рынка образования (дистанционные образовательные услуги, виртуальные образовательные институты и т.д.), ставший все более коммерциализированным и основанным на получении прибыли и конкурентоспособных преимуществах знаниевой и инновационной экономики в виде источника экономического роста и «национальных экономических активов» [25, 15]
А. Ньюмен, Э. Тероски	Образовательные услуги определяются как вклад членов кафедры вуза в его функционирующую деятельность, направленную на предоставление профессиональной деятельности: исследование, обучение, консультирование и т.д. [24]
Р. Брингл, Дж. Хатчер	Образовательные услуги – это познание для достижения образовательных целей и академических достижений, которые могут быть оценены [17]

Основу международного подхода к понятию «образовательные услуги» составляет концепция знаниевой и инновационной экономики как вектора экономического развития любого государства. В российской экономической литературе понятие «образовательные услуги» рассматривается как вполне сложившийся

вид рынка. По своей экономической природе образовательная услуга является общественным благом, гибко реагирующим на запросы экономики, и как доверительное благо доступна на конкурсной основе, подвержена жёсткой государственной стандартизации и интернацио-

нализируется в условиях глобализации [8].

Авторами исследований в области экспорта образовательных услуг (Л.С. Драганчук, Н.Я. Синицкая, Д.А. Рубвальтер, С.В. Кузнецова, Ю.С. Богачев, В.П. Шестак, Г. Андрушак, Я. Лузьминов, М. Юдкевич, А.В. Торкунов, Н.Я. Синицкая, И. Майборова, А. Панкрухина, Н.Б. Пугачева, И. Татарина, Р. Толстякова, М. Федорова, В. Шевцова, Н. Яровая и др.) используются различные подходы.

Одним из них является методологический подход, в рамках которого образовательные услуги рассматриваются как механизм взаимодействия различных субъектов по поводу купли-продажи этих услуг на рынке, представляющий собой аналитическую модель. Выделяют следующие субъекты рынка образовательных услуг [4]:

1. Производители (образовательные организации и индивидуальные предприниматели), которые выходят на рынок с дифференцированным предложением.

2. Потребители (обучающиеся), которые выражают свои желания покупателям, выходящим на рынок.

3. Покупатели (домохозяйства, организации, государство), предъявляющие спрос на рынке.

Другим подходом в изучении концепта «образовательные услуги» является конвергентный подход, включающий такие показатели при экспорте образовательных услуг, как кадры и креативность, иннова-

ционное развитие вуза, взаимодействие науки и бизнеса / производства, использование интеллектуальных технологий, международная деятельность вуза и др. [9].

В российской научной литературе образовательные услуги представляют собой комплекс целенаправленно создаваемых и предлагаемых населению возможностей для приобретения определённых знаний и умений, для удовлетворения тех или иных образовательных потребностей.

Поскольку образовательная деятельность ориентирована на развитие человека, который ни при каких оговорках не может выступать в качестве её цели, способы достижения целей самой образовательной деятельности и её результаты недопустимо интерпретировать в терминах товарного производства и рыночной экономики. По своим целям и содержанию образовательные услуги подразделяются на три вида: а) ориентированные на потребности рынка труда – профессиональные; б) ориентированные на потребности развития организаций и социальных общностей – социальные; в) ориентированные на потребности развития человека – социально-культурные [13].

В положениях о системе менеджмента качества услугой является результат, по меньшей мере, одного действия, обязательно осуществлённого при взаимодействии поставщика и потребителя, и, как правило, она нематериальна [12]. Российские исследователи предлагают следующие

определения понятия «образовательные услуги» в системе высшего образования.

Таблица 2 – Определения российских учёных понятия «образовательные услуги», предоставляемые вузами

Источник / Автор	Определение концепта «образовательные услуги», предоставляемые вузами в системе высшего образования
Н.В. Данилов	Временное использование учащимися материальных, нематериальных и людских ресурсов внешнего оператора для получения потребительской ценности в виде прироста знаний и / или компетенций, а также воспроизводство человеческого капитала и создание возможностей для социальной, личностной и профессиональной самореализации населения путём обеспечения усвоения учащимися определённого набора знаний и компетенций [2]
А.Г. Мозалевский	Комплекс, состоящий из образовательной программы, характеризующей полезность, передаваемую потребителю; процесса обучения, основанного на непосредственном контакте преподавателя и слушателя; условий для самообразования, создаваемых образовательным учреждением и предоставляемых в пользование слушателю, (в форме продажи товарно-материальных носителей информации; диплома); «образа вуза», являющегося полноправным элементом образовательной услуги и приобретаемого слушателем как товар, имеющий самостоятельную ценность [6]
Е.В. Самсонова, М.В. Самсонова	Они представляют собой систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения разнообразных образовательных потребностей личности, общества, государства [10]
С.В. Кузнецова	Образовательная услуга, являясь смешанно-общественным благом, сочетает в себе черты как общественного, так и частного блага. Как общественное благо образовательная услуга характеризуется совместным характером потребления, неконкурентностью в потреблении. Образовательные услуги создаются в процессе научно-педагогического труда, являющегося, в свою очередь, разновидностью научного труда [5]
Н.Я. Сеницкая	Как частное благо образовательная услуга характеризуется исключаемостью, перегружаемостью, выступает объектом купли-продажи, имеет особую потребительскую стоимость и рыночную цену, определяемую спросом и предложением [11]

Предлагаются различные подходы и определения к концепту «образовательные услуги», но в их основе, как и в зарубежных исследованиях, ключевыми словами являются знания. Выделяются присущие образовательным услугам признаки:

- длительность процесса исполнения образовательной услуги;
- непосредственное участие потребителей образовательной услуги, создающее прямую зависимость между носителями услуг и нуждающимися в них;
- оценка полученных знаний по истечении определённого периода времени;
- периодичность предоставления некоторых видов образовательных услуг и др.

В связи с вышесказанным автор предлагает собственное видение об образовательных услугах вуза. По мнению исследователя, лидерство в сфере высшего образования определяется развитием инновационной экономики и информационного общества, в которых всегда присутствуют знания. Основу образовательных услуг любого университета составляет его интеллектуальный капитал, то есть полученные знания, весь интеллектуальный и инновационный потенциал и научные достижения, а также их результаты, нашедшие практическое применение в жизни, передовые разработки и новейшие технологии преподавателей вуза. Интел-

лектуальный капитал университетов как неотъемлемая часть образовательных

услуг включает человеческий, структурный и потребительский капитал.

Таблица 3 – Структура образовательных услуг вуза [16]

Человеческий капитал	Структурный капитал	Потребительский капитал
<ul style="list-style-type: none"> <li>– уровень образования</li> <li>– «скрытые знания» [23], позволяющие воспринимать информационные и материальные данные об определённом процессе</li> <li>– навыки</li> <li>– опыт</li> <li>– творческие способности</li> <li>– индивидуальный интеллект, умственное наследие</li> <li>– принятие решений</li> <li>– отношение к жизни и профессиональной деятельности [19]</li> <li>– моральные ценности</li> <li>– организац. и соц.-проф. культура и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– структурные интеллектуальные активы (информационные системы, «ноу-хау») [23]</li> <li>– интеллектуальная собственность кафедр (патенты, товарные знаки, торговая марка, авторские права)</li> <li>– технологическое программное обеспечение [28]</li> <li>– производительность</li> <li>– минимизация затрат и т.д.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– «рынок координирования», нацеленный на текущие и будущие потребности студентов вуза [22]</li> <li>– маркетинг отношений ППС кафедр со студентами</li> <li>– связи кафедр с потенциальными студентами</li> <li>– информация об учащих</li> <li>– потенциал вуза, полученный благодаря приобретённому опыту</li> <li>– нематериальные активы кафедр (интеллектуальная собственность и знания, вложенные в студентов вуза)</li> <li>– история взаимоотношений с учащимися-клиентами вуза и т.д.</li> </ul>

Таким образом, образовательные услуги представляют собой интеллектуальный продукт, доминирующий на постоянно конкурирующем рынке образовательных услуг, область деятельности которых связана как с производственным, так и с финансовым секторами экономики.

Более того, исследуемый концепт специфичен по отношению к другим видам услуг и определяется последствиями их потребления, которые становятся благом не только для их потребителя, но и для общества в целом, так как их специфика проявляется в сочетании традиционных характеристик образовательных услуг (неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества и др.) [1].

Так как главным фактором перехода на инновационный путь развития выступает интеллектуальный капитал, то повышение его качества обуславливает

необходимость роста образовательного потенциала населения. Этим объективным императивом формирующейся экономики знаний обусловлен быстрый рост объёмов международных обменов в сфере образования, а также расширение экспорта и импорта образовательных услуг, которые определяют функционирование мировой образовательной системы.

Экспорт образовательных услуг высших учебных заведений представляет собой один из наиболее динамично развивающихся рынков в современном мире. Обучение иностранных студентов во всех развитых странах является существенным фактором стимулирования экономического роста, а сами студенты становятся объектами конкурентной борьбы между странами. С экономической точки зрения экспорт об-

разовательных услуг благоприятно сказывается на развитии национального рынка труда и национальной экономики.

Список использованных источников

1. Антонова О. В. Рынок образовательных услуг : современные условия и тенденции развития : автореф. дис. ... канд. экон. наук. М. 2012.

2. Данилов Н. В. Природа образовательной услуги // Экономика и право. 2012. № 7.

3. Добрынин А. И., Валиев Ш. З. Формирование российского рынка образовательных услуг. М., 2001. С. 122–133.

4. Драганчук Л. С. Государственное регулирование рынка образовательных услуг в современных условиях // Социально-экономическое развитие и образование. 2012. № 5 (85). С. 148–152.

5. Кузнецова С. В. Теоретико-методологические аспекты развития рынка образовательных услуг // Современные наукоемкие технологии (Приложение). 2008. № 3.

6. Мозалевский А. Г. Управление сферой образовательных услуг региона в рамках интеграционного подхода : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Тольятти : Поволжский гос. ун-т сервиса, 2009.

7. Рисин И. Е., Шошина Е. Н. Экспорт образовательных услуг : региональный уровень. Воронеж : Воронеж. гос. ун-т, 2007. 108 с.

8. Рогова Т. М. Экспорт образовательных услуг российских вузов : барьеры и перспективы : автореф. дис. ... канд. экон. наук. Ростов н/Д, 2013.

9. Рубвальтер Д. А., Богачев Ю. С., Шестак В. П. Вузы в пространстве индикаторов международных рейтингов // Высшее образование в России. № 1. 2014. С. 11–19.

10. Самсонова Е. В., Самсонова М. В. Понятие и особенности российского рынка образовательных услуг // Современные проблемы науки и образования. 2013. № 5.

11. Сеницкая Н. Я. Финансирование высшего профессионального образования в современных социально-экономических условиях : монография. Архангельск : Поморский государственный университет, 2003. 183 с.

12. Системы менеджмента качества. Основные положения и словарь. ГОСТ Р ИСО 9000-2008. М. : Стандартинформ, 2009. 35 с.

13. Терминологический словарь-справочник для студентов социально-гуманитарных специальностей / сост. В. В. Маслова. Мариуполь, 2004. 19 с.

14. Abbott Anita T. The General Agreement on Trade in Services (GATS) and Education for All (EFA): Conflict of Interests? Educate~ Vol.9, No.2, 2009, pp.7-17.

15. Altbach Ph.G. International Higher Education: Reflections on Policy and Practice. Center for International Higher Educa-

tion Lynch School of Education, Boston College, Massachusetts. 2006. P. 201.

16. Bontis N. Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*. 1998. №36/2. P. 63-76.

17. Bringle R.G., Julie A. Hatcher. Implementing Service Learning in Higher Education. *Journal of Higher Education*, Vol. 67, No. 2. 1996. URL:<http://www.compact.org>.

18. Education services. Background Note by the Secretariat. World Trade Organization. Council for Trade in Services. URL: [www.wto.org/english](http://www.wto.org/english).

19. Hudson W. Intellectual Capital: How to Build it, Enhance it, Use it, John Wiley & Sons, New York, NY. 1993.

20. International standard classification of Education Fields of education and training 2013 (ISCED-F 2013) // UNESCO-UIS. 2014. URL: <http://www.uis.unesco.org>.

21. Jandhyala B.G. Tilak. Trade in higher education: The role of the General Agreement on Trade in Services (GATS). UNESCO: International Institute for Educational Planning. Paris 2011. P. 158.

22. Kohli A.K. and Jaworski B.J. "Market orientation: the construct, research propositions, and managerial implications", *Journal of Marketing*, 1990. Vol. 54, P. 1-18.

23. Nelson R.R. and Winter S.G. An Evolutionary Theory of Economic Change, Belknap Press, Cambridge, MA. 1982.

24. Neumann A., Aimee LaPointe Terosky. To Give and to Receive: Recently Tenured Professors' Experiences of Service in Major Research Universities. *The Journal of Higher Education*, Vol. 78, No. 3. 2007. P. 282-310.

25. Peters M. Globalization and the knowledge of economy: the implications for education policy. *Journal of Learning* 8. 2001.

26. Research and Publications. URL:<http://www.iie.org/Research-and-Publications>.

27. Sauvé P. Trade, Education and the GATS: What's In, What's Out, What's All the Fuss About? OECD/US Forum on Trade in Educational Services. Washington. USA. 2002. P. 30.

28. Stewart T.A. Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations, Doubleday/Currency. NY. 1997.