

Подготовка кадров для рыночной экономики и потребительское восприятие соотношения «цена—качество—сроки» образовательной услуги

Цацулин Александр Николаевич

Северо-Западный институт управления — филиал РАНХиГС (Санкт-Петербург)
Профессор кафедры финансового менеджмента
Доктор экономических наук, профессор
vash_64@mail.ru

РЕФЕРАТ

Статья посвящена проблеме качества образования в России в связи с переходом общества к постиндустриальной экономике. Рассматривается и обосновывается необходимость системного подхода к улучшению качества образования. Представлены основные аспекты, которые необходимо учитывать при улучшении системного качества образовательной услуги: профиль подготовки кадров, отношения между специализированными областями образования, цены и тарифы на образовательные услуги.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

системное качество, образовательная услуга, цена образовательной услуги, инновация, исследования и разработки (R&D), подготовка кадров, дистанционное образование

Tsatsulin A. N.

The Staff Training for Market Economy and the Consumer's Perception of the Ratio "Price — Quality — Timeline" of Educational Service

Tsatsulin Alexander Nickolaevich

North-West Institute of Management — branch of the Russian President Academy of National Economy and Public Administration (Saint-Petersburg, Russian Federation)
Professor of the Chair of Financial Management
Doctor of Sciences (Economy), Professor
vash_64@mail.ru

ABSTRACT

The article is dedicated to the issue of quality of education in Russia due to transition to postindustrial economy. Necessity of system approach to improvement in quality of education is validated. Basic aspects that should be taken into account in order to improve system-based quality are indicated: staff training profile, relationships between specialized educational areas, price and tariffs of educational services.

KEYWORDS

system-based quality, educational service, price of educational service, innovation, research and development, staff training, online education

Мы всё учились понемногу
Чемунибудь и какьнибудь.
Так воспитаньем, слава Богу,
У насъ не мудрено блеснуть.

А. С. Пушкинъ. «Евг. Онѣг.»,
гл. 1, строфа 5 (1825)

Для российских потребителей рост доступности услуг высшего образования в эпоху пресловутых рыночных преобразований вовсе не означал, что полученное в разных формах и разными способами образование расценивалось настроенным кри-

тически социумом как профессиональное, на что автор статьи указывал еще 7 лет тому назад [3]. При этом работодатели, включая руководителей предприятий реального сектора экономики, финансового сектора и сферы социально-культурного сервиса и бытового обслуживания, все активнее и более явно выказывали свое недовольство именно качеством подготовки выпускников большинства отечественных вузов, в равной мере — и именитых столичных кампусов. Недостаток квалифицированных кадров уже стал одним из главных сдерживающих факторов для развития всех бизнес-форм российской экономики. Как показало недавнее исследование международной организации *Grant Thornton*, каждый второй отечественный предприниматель проблемой номер один называет персонал, а вовсе не коррупцию или доступ к кредитам¹.

И как представлялось уже тогда (до кризиса финансового ликвидности 2008 г.), изменение количественных и качественных характеристик системы высшего образования страны в лучшую сторону требовало существенно нового *форматирования* этой системы. Затянувшийся L-образный период выхода российской экономики из кризиса (без факта самого выхода) и посткризисные условия глобальной нестабильности внесли в схему форматирования чуть заметные корректировки. Но изменилась ли как-либо обозначенная ситуация с тех пор к лучшему? Многократно поднимаемый в изданиях разного уровня подобный вопрос и уклончивые ответы мотивировали автора данной статьи высказать на сей счет свое мнение.

1. Инвестиции в так называемый человеческий капитал (ЧК) обычно рассматриваются представителями институциональной экономики как целенаправленное действие, ориентированное на повышение квалификации и развитие способностей и качеств любого индивидуума или их группы, а следовательно, и на рост производительности живого труда в самом широком смысле этой сакральной экономической категории. Инвестиции из любых источников государственного финансирования в ЧК осуществляются, как представляется автору, в трех развернутых формах.

Первая форма — это собственно целевые расходы на образование; *вторая форма* — консолидированные бюджетные расходы на здравоохранение, обеспечивающее надлежащую операционную и долгосрочную работоспособность носителя рабочей силы; *третья форма* — предусмотренные федеральными программами расходы на, во-первых, внутреннюю отраслевую и межотраслевую мобильность, т. е. перемещение рабочей силы из мест с низкой производительностью живого труда в места с более высокой (и с соответствующей заработной платой), а во-вторых, на глобальную географическую мобильность молодежи (трудовых ресурсов и резервов до 30 лет) при поисках результативного трудоустройства и благоприятной, перспективной персональной социализации, включая технологию «социального лифта» и планового карьерного роста².

¹ России нужна реформа аграрного образования // Эксперт. № 1 (929). 22.12.2014 — 18.01.2015. [Электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/expert/2015/01/rossii-nuzhna-reforma-agrarnogo-obrazovaniya/>

² Тем не менее, например, потребность экономики Петербурга в трудовых ресурсах удовлетворяется в последние годы во многом за счет мигрантов. Число их постоянно растет: так, с 2005 г. доля иностранной рабочей силы возросла в 10 раз, а за 2014 г., согласно данным Петростата, в город прибыло 100 000 мигрантов — это на 30% больше, чем в Москву за аналогичный период. И нужно иметь в виду, что официальная статистика учитывает лишь легальную трудовую миграцию. Наиболее остро нехватка персонала ощущается в промышленности, на транспорте, в строительстве, торговле, жилищно-коммунальном хозяйстве, ряде отраслей социальной сферы.

Мнения экономистов о роли трудовой миграции порой кардинально противоположны. Однако все сходятся на том, что безопасность россиян тесно связана с ситуацией в сфере миграции. О необходимости стимулировать переезд граждан России из экономически депрессивных регионов с высокой безработицей в быстро развивающийся Петербург также

Третья форма как таковая, не исключено, с оперативным государственным финансированием затрат (!? — А. Ц.), может приобрести реальные очертания в современной России с ее обременениями кризисного происхождения. И в озабоченное сознание россиян такую любопытную мысль заронил премьер-министр РФ Д. А. Медведев, выступая 30 сентября 2013 г. на пленарном заседании, прошедшем в рамках XII Международного инвестиционного форума в Сочи. «Всех нас ждут не самые простые времена, и именно сейчас нам нужно воспользоваться нашим очень серьезным преимуществом. Оно заключается в том, что у нас очень низкий по сравнению с европейскими странами уровень безработицы, поэтому нужно уйти от политики сохранения занятости населения любой ценой... Кому-то — это может быть довольно значительная часть населения — придется менять не только место работы, но и профессию, и место жительства», — заявил глава правительства¹.

Однако ни одна из трех названных форм финансирования не может быть реализована без надлежащих усилий системы образования-обучения. Обучение — это вид образования, а уже процесс собственно образования — это плановая процедура и совокупность образовательных технологий, по ходу реализации которых индивидууму (объекту образования) передают знания и одновременно формируют его навыки, умения, а также воспитывают необходимые компетенции. Достигнутый и зафиксированный в полученном аттестационном документе уровень образования — это один из способов распределения членов социума в общественной жизни страны в соответствии с зафиксированными индивидуальными природными способностями, подлинными талантами и обнаруженным творческим потенциалом.

Достигнутый уровень образования является одним из счетных компонентов, составляющих Индекс развития ЧК, или человеческого потенциала (ИРЧП), который в известной степени отражает уровень качества жизни той или иной территории. При этом под ключевой компетенцией как категорией и базовым качеством понимается набор конкретных поведенческих характеристик, сформированных конкретным опытом и необходимых индивидууму для успешного выполнения той или иной определенной регламентированной работы или каких-либо отдельных и разнонаправленных функций на капризном, конкурентном и высококонкурентном рынках труда. Причем компетенция в последнее время трактуется как видимая, доступная вербальной оценке и даже количественному измерению совокупность характеристик, проявляющихся на поведенческом уровне индивидуума [4].

Новая образовательная модель предполагает смену очередной педагогической парадигмы, фокус которой смещается с позиций квалификационного на позиции так называемого *компетентного подхода*. Реализация же программ модернизации образования, создание и использование новшеств стали частью профессиональной деятельности ряда вузов страны, которые готовят кадры практически для всех отраслей и секторов народного хозяйства. Естественно, профильное образование всегда было встроено в социально-экономический процесс, который и предопределял, какая модель отраслевой экономики создается, какие специалисты ей потребуются в обозримой перспективе, что они должны знать, уметь и чем

говорят многие специалисты. И, по мнению последних, это могло бы обеспечить город необходимыми качественными трудовыми ресурсами в нужном количестве для исполнения стратегии развития мегалополиса как ведущего гуманитарного, делового и промышленного центра. Но эти эксперты упускают из виду, что депрессивными эти регионы стали в последнее время, а прежде они были промышленными и сельскохозяйственными центрами страны. Обезлюдив сознательно эти территории сегодня, мы лишаем их надежд на какое-либо возрождение завтра.

¹ Медведев прибыл в Сочи на XII Международный инвестиционный форум «Сочи-2013» // ТАСС: экономика и бизнес: [Электронный ресурс]. URL: <http://itar-tass.com/ekonomika/682428> (дата обращения 04.11.2014).

владеть. Тем более следует подробнее рассмотреть основные вопросы развития инновационной деятельности в образовательных учреждениях различного уровня.

Современное понятие «образование» неразрывно связывается с толкованием таких краеугольных терминов, как «обучение», «воспитание», «образование», «развитие» и пр. Однако до того как слово «образование» стало связываться с просвещением, оно имело куда более широкое звучание. Словарное значение рассматриваемого понятия/ термина/ слова как существительного от глагола «образовывать» можно в первую очередь трактовать в коннотации «создавать», «формировать» или «развивать» нечто новое. Создавать новое — это, по существу, и есть инновация. Термин «инновация», как известно, был введен в научный оборот Й. Шумпетером, который понимал под этим термином непосредственно *фазу внедрения* новшества, трансформацию изобретения, идеи, модели в реальный производственно-хозяйственный процесс¹.

Поэтому постоянный анализ создания полноценного образовательного продукта и его последующая валидация (*validation*) для конечного потребителя — это плоть и кровь новаторства и изобретательства, что естественным образом связано с искусством пробуждать творческие способности и отдельной личности, и коллектива единомышленников в условиях, как правило, чрезвычайно обширной и сложной научно-исследовательской деятельности всех уровней системы образования и науки в направлении «Исследования и разработки» (*Research & Development — R&D*).

Для специалистов-организаторов, занимающихся профессионально этими вопросами, под термином *R&D* скрываются разные понятия, подчас диаметрально противоположные, так сказать, по «цеховой» принадлежности. Ученый в университете занимается проблемными исследованиями, поисками «знания ради знания», но в режиме реального прибавления, приращения научного знания. Работа ученых и инженеров в отраслях и секторах национальной экономики охватывает уже значительно более широкую область.

Не чуждаясь проблемных исследований, они направляют все же основные свои усилия на то, чтобы прикладным образом использовать научные открытия и найденные методы совершенствования техники и технологии, с тем чтобы поставить их на службу всему социуму. Эта сторона их деятельности, или, как принято говорить, *разработка (D)*, требует особо тщательного планирования и предъявляет повышенные требования к качеству топ-менеджмента соответствующей организации.

С другой стороны, предполагается, что за термином *R&D* маячит поток свежих идей, вращающихся в информационной среде, непрерывный обмен наиболее продвинутыми и ценными идеями. Умелое руководство подобным творческим обменом вполне можно рассматривать, как искусство распорядиться идеями, обладающими очевидной ценностью, для достижения официально сформулированных научно-практических и народно-хозяйственных целей. А это, в свою очередь, требует, чтобы органы государственного управления квалифицированно спроектировали бы желаемую картину будущего, что в системе «менеджмент — маркетинг» называется *озаботиться видением*. Но исходным двигателем всего этого являются идеи, поскольку нет идей — нет и стратегий.

Именно обмен такими идеями внутри одной страны, равно как и между странами в режиме глобализации и функционирования информационно-сетевой экономики, помогает каждому государству развивать свой научно-технический потенциал и совершенствовать собственные абсорбционные возможности реального сектора экономики для инноваций. При этом, конечно, идеи общечеловеческой значимости не

¹ Заметим, что сегодня Йозеф Шумпетер является подлинной иконой для всех адептов инновационного развития национальной экономики. Но, ссылаясь на классика, некоторые авторы достаточно вольно оперируют понятием «инновация» [9].

должны быть навсегда монополизированными одной личностью, одним предприятием-организацией или одним государством.

Весьма относительные, локальные (по приоритетным отраслям и направлениям), но все-таки реальные успехи техники эпохи СССР в значительной степени объясняются тем, что по-настоящему серьезное внимание уделялось именно техническому новаторству. Достаточно сказать, что конкурентноспособные для того времени авиационные двигатели, произведенные в Рыбинске и Перми для самолетов ТУ-134, ТУ-154 и т. п., занимали 27% мирового рынка моторов этого типа (да и по итогам 2013 г. российские авиадвигатели производителей из Уфы, Самары — так называемых центров компетенции и превосходства — были самыми продаваемыми в мире, обогнав США). В учебных планах и рабочих программах (позднее — ООП¹) советских вузов техника стояла наравне с наукой, и немало лучших умов страны посвятило себя именно инженерно-технической деятельности.

В условиях затяжного кризиса, санкций и эмбарго, когда перед большинством отраслей поставлена задача тотального импортозамещения, ситуация с кадрами будет только усугубляться. Для ее решения потребуются новая техника, современные технологии, а главное — специалисты, способные их создавать и эксплуатировать. И наиболее тревожная обстановка складывается в российском агропроме, где вузовская подготовка специалистов для предприятий сельского хозяйства отстает от требований современных технологий сельхозпроизводства, правда, в большинстве своем разработанных за рубежом, по мнению автора, на целых полвека.

Сложность и возможности современной техники почти безграничны, способности же отдельного человека оказываются гораздо более скромными. Поэтому грани индивидуального творчества раскрываются лишь в современных условиях научно-технической специализации. Однако для повышения эффективности всей системы необходимо наладить тесное сотрудничество специалистов, объединить их усилия для достижения общей цели. Только при соблюдении этого требования агрегированный итог может оказаться большим, нежели простая сумма составляющих его частей. Хотя бы по синергетической схеме образования целого.

Желаемое и рациональное объединение усилий релевантных специалистов — это стержень проблемы общественной продуктивности (результативности и эффективности). Как добиться желаемого контакта этих специалистов в конкретных научно-производственных ситуациях, часто бывает не вполне ясным. Безусловно, трудно создать и поддерживать длительное время предельно высокий уровень творческой работы ученых и инженеров различных специальностей. Но наладить между ними связи, объединить их усилия для комплексного и оперативного решения общих вопросов — задача куда более сложная и тонкая. Вдобавок, рост предприятия-организации, меняющий целеполагание, размеры и уровень специализации экономического субъекта, вызывает в означенных связях сбои, подчас с трудом поддающиеся устранению. Тем не менее без прочных связей, основанных на принципах кооперации и комплементарности, между специализированными областями общий процесс совершенствования искомой системы в настоящее время просто немислим.

Сложность работы руководителя программ в области R&D усугубляется необходимостью понимать и оценивать в первую очередь роль *личностей*, а не более привычную и понятную для бытового восприятия роль *вещей*. Большинство возникающих в наше время задач может быть решено при коллективном подходе

¹ ООП — основные образовательные программы высшего профессионального образования (ВПО). В настоящее время в редакции ФЗ-500 — просто ВО (федеральный закон от 31 декабря 2014 г. № 500-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации»).

и комплексной координации. Задачи, ставящиеся перед изобретателями, отличаются такой сложностью, требуют таких затрат, что ни один индивидуум не сможет справиться с ними в одиночку. Именно так развитие науки и техники сужает поле деятельности изобретателя-одиночки и вызывает к жизни целые армии соответствующих узких специалистов (иллюстрацией к сказанному является рис. 1). Но где же эти армии отечественных специалистов, готовых к коллективным суждениям, состоящие из чутких и вдумчивых людей, обладающих к тому же критическими способностями конструктивного мышления и обширными познаниями в своей узкопрофессиональной области?

2. Современная жизнь не стоит на месте, она предъявляет российскому социуму быстро меняющиеся и возрастающие требования. С каждым днем разбухают в объеме накопленный новый познания и ветшают еще буквально недавно приобретенные, и эти бурные процессы ставят перед исследованиями и разработками в области педагогики и образования поистине грандиозные задачи. Недаром пересматриваются многие традиционные формы обучения, заново формулируются цели образования и создается внушительный арсенал технических средств обучения и дидактических материалов, рассчитанных на новые и новейшие методы преподавания в рамках формулируемой отечественной образовательной парадигмы.

Таким образом, образование по своей сути уже является своеобразной инновацией. Проблема инновационного развития страны является ключевой для занятия Россией более достойного места в мировом сообществе. Разве может считаться Россия великой державой, если она поставляет на рынок всего 0,2–0,3% от мирового уровня инновационных продуктов, тогда как США — 40%; и если в Западной Европе инновации используют 80% компаний, то в России — только 5% [2; 10].

Инновация как средство и одновременно процесс предполагает введение чего-либо обязательно нового, переломного, кардинального. Применительно к образовательному процессу инновация означает введение нового в контуры целеполагания, в содержание, методы и формы обучения и воспитания, в организацию совместной деятельности преподавателя и обучающегося, например в режиме работы в малых группах (до семи-восьми человек), и даже некий вклад в инновационность индивидуальных занятий (консультации, зачеты, экзамены, коллоквиумы и пр.). В этом случае в малой группе происходит овладение технологией формирования команды в соответствии с социокультурными нормами, овладение технологией демократического общения как технологией «горизонтальных» коммуникаций [5] и приобретение соответствующих компетенций.

Как представляется автору настоящей статьи, общими целями инновационного по замыслу образования в рамках заявленной парадигмы являются:

- 1) обеспечение высокого уровня интеллектуально-личностного и духовного развития обучающегося;
- 2) создание надлежащих условий для овладения им навыками научного стиля мышления;
- 3) освоение и адаптация научной методологии нововведений в соответствующих социально-экономической и профессиональной сферах.

Объявленная МОиН РФ концепция реформы и модернизация образования всю тяжесть ее реализации возлагают на регионы и непосредственно на образовательные учреждения, предоставляя им возможность не только самостоятельного ведения финансово-хозяйственной деятельности в сфере образования, но и ответственности за достигнутые результаты, включая *due diligence* с известными последствиями для неэффективных образовательных структур. Планы Минобрнауки по сокращению числа таких вузов и их филиалов совершенно недвусмысленно свидетельствуют о желании федеральной власти навести порядок в этой сфере.

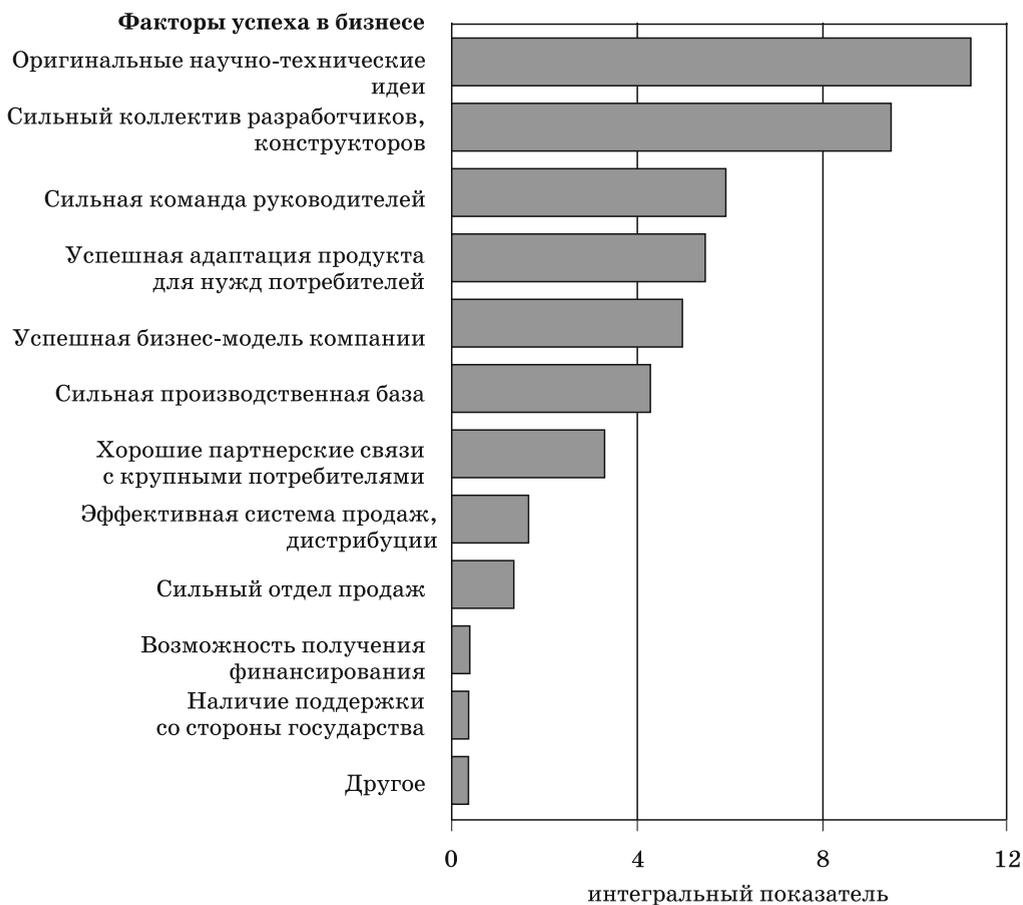


Рис. 1. Интегральный показатель основных факторов рыночного успеха

Источник: Эксперт. № 1 (929). 22.12.2014—18.01.2015.

Реализация национального образовательного проекта, естественно, включает в себя: повышение качества образования, освоение методики и техники профильного дистанционного обучения, внедрение новых информационно-коммуникационных технологий в учебный процесс и в процесс управления системой образования, обеспечение материально-технической базы последней, формулирование новых принципов финансирования вузов и самостоятельного управления ими, вхождение в сетевые структуры родственных вузов. Вот далеко не полный перечень приоритетных задач, решение которых ляжет на плечи руководителей и управленцев системы образовательных учреждений в ближайшее время.

Сейчас все народно-хозяйственные отрасли страны нуждаются в таких работниках, которые проявляют инициативу в поисках заказных работ на товарном рынке и в создании новых рабочих мест. Старая школьная и вузовская системы были вполне эффективны в деле подготовки работников в условиях, когда инициатива и творческие способности не проверялись, не подвергались испытаниям и не вознаграждались надлежащим образом. Но нынче такие навыки, как полезная, разумная инициатива, творческий подход к поиску и рациональному применению найденной научной информации, пользуются на рынке труда наибольшим спросом.

Вопрос заключается в том, сможет ли система профессионального образования в ходе своего реформирования сместить акценты в нужном направлении, чтобы удовлетворить не только эту, но и другие новые и новейшие потребности, которые еще только намечаются и формируются не всегда явно.

Например, знания, навыки, умения и компетенции, необходимые в коммерческой и предпринимательской деятельности сферы туризма, гостиничного хозяйства, ресторанного бизнеса и др., такие как работа с банками и базами данных, подготовка и работа с компьютерными текстами на иностранных языках (в современных ТНК обычное требование к линейным менеджерам — знание трех иностранных языков помимо родного), свободные и продуктивные контакты с клиентами и партнерами, в том числе зарубежными, составление креативных рекламных текстов, посланий, умелое планирование бюджета организации, профессиональное открытие нового бизнеса, создание нового бизнес-процесса и многое другое — все перечисленное составляет облик стандартного менеджера, который вписывается в современную инфраструктуру экономики.

Ключевые и базовые компетенции расширяют этот набор за счет таких важных комплексных характеристик, как интеллектуальное и культурное развитие, ценностные ориентации, профессиональные мотивация и самоопределение, профессионально-этические компоненты, уже упомянутая профессиональная мобильность, способность использовать знания для принятия самостоятельных профессиональных решений, приобретение практического опыта и т. п. Все сказанное в совокупности определяет способность и готовность личности осуществлять профессиональную деятельность в широком и многообразном контексте.

Ведущей фигурой организации современного производства и сбыта продукции в условиях второго десятилетия XXI в. становится информационно-ориентированный работник — этакий «синтетический специалист». По существу — менеджер-исследователь, аналитик потребительских и финансовых рынков, специалист по корпоративным сетям, созданию и поддержанию эффективных коммуникаций, специалист по организации рекламных и PR-кампаний, маркетолог, выстраивающий сети отношений с потребителями целевого рынка. Согласно экономической теории готовый рыночный продукт (собственно товар) в постиндустриальную эпоху становится все более насыщенным информацией и знаниями, что и обеспечивает ему высокую экономическую добавленную стоимость (от англ. *Economic Value Added* — ЭДС) и необходимую подлинную инновационность.

Соответственно, приоритетными становятся профессии, связанные с оперированием информацией по глобальным сетям, обеспечивающие увеличение ЕДС продукта на всех стадиях производственного цикла и технологических цепочек от ресурсов на входе до трансформации в самой организации и сбыта готового продукта потребителю на выходе к рынку. При этом основополагающими качествами такого профессионала, напигованного инновационными технологиями, становятся подлинная образованность (не путать с графой анкеты кадровой службы — «Образование»), креативность, экономическая проницательность и чутье финансового аналитика.

В дальнейшем все более жесткие требования будут предъявляться к качеству ЧК, и «информационный работник» должен наряду и благодаря накопленному ЧК обладать так называемым *проектным* типом мышления. В основе проектного типа лежит не интерес к стабильной, гарантированной и постепенной карьере в рамках одной структуры, а подлинный интерес к конкретному проекту и общественное (цеховое) признание фигуранта среди коллег-профессионалов с эквивалентными личностными характеристиками и параметрами.

Очевидно, что в ближайшие 15 лет неизбежно предстоит смена национальной экономической модели — от ресурсной модели к ее индустриальной (постин-

дустриальной, реиндустриальной и т. п.) разновидности. Появляется острая потребность в отраслевых менеджерах, которые могут работать в реальном секторе экономики. Бизнес идет к развитию информационно-сетевой экономики, к тем или иным формам аутсорсинга. Одновременно должны происходить изменения характера и уровня требований к качеству рабочей силы не только в профессионально-квалификационной сфере труда, но и в социально-психологической, и социально-культурной сферах.

Если основными востребованными морально-психологическими качествами рабочей силы в индустриальную эпоху были прежде всего дисциплина, знание своего места, жестко обозначенного в организационной иерархии и технологической цепочке, регламентная исполнительность, то новые императивы настаивают на большей инициативе и самостоятельности работника, его способностях работать во временных трудовых коллективах, рабочих группах, оперативных творческих командах, его высокой мотивации к переобучению, приобретению нового научного знания, инновационных умениях, территориальной мобильности и иных, востребованных временем навыках.

Плохо, когда самоцелью модернизации становится некая «инновационная» активность, по сути, выливающаяся в пустословие. Еще хуже, если результатом «модернизаторской» деятельности на самом деле становится контрмодернизация, т. е. разрушение, например, некогда сравнительно высококачественной системы ступеней российского образования. Поэтому любая образовательная реформа, или «модернизация», при отсутствии ее правильно осознанной и верно сформулированной цели в лучшем случае — это излишняя суета и затратный официоз, в худшем —вольная или невольная деструкция культурно-образовательных ценностей общества, слом его вех и размывание духовных скрепов.

Поэтому обществу необходимо выработать четкое осознанное представление, каким сегодня должен быть идеальный выпускник российского вуза для национальной экономики на всех уровнях подготовки — бакалавриата, специалитета, магистратуры, аспирантуры, адъюнктуры, ординатуры и т. д. Этот же образ одновременно послужит и целевым ориентиром для подготовки педагогических кадров высшей квалификации для профильных факультетов вузов, готовящих кадры для отраслей народного хозяйства и видов экономической деятельности. А особое внимание следует уделить организации подготовки менеджеров перспективного планирования и использования инноваций в создаваемом новом технологическом укладе национальной экономики.

3. Как же следует относиться к формированию в настоящее время глобальной системы упомянутого выше дистанционного способа получения высшего образования через Интернет? Насколько успешной может оказаться реализация подобной модели на постсоветском пространстве? Окажутся ли заслуживающими доверия дипломы разных степеней и уровней, полученных дистанционно? Ведь не символическая, а подчас и виртуальная учеба в университете предполагает, что студенты часто и тесно общаются с преподавателями, а полноценный учебный процесс, осуществляемый в стенах кампуса и состоящий не только из лекций и презентаций. Здесь следует вспомнить о существовании *идеальной модели* университета всестороннего образования, разработанной еще В. Гумбольдтом (1831–1833) и построенной на синтезе принципов: *академические свободы* (при одновременной ответственности перед потребностями государства и общества) и *единство преподавания и исследования* [11]. Воплощение гумбольдтовой модели, разумеется, недостижимо в любой из известных интернет-моделей.

Но интернет-модель высшего образования в условиях глобализации и в среде новейших, совершенных ИТ обеспечивает определенную конкурентоспособность малоизвестных, дешевых и агрессивных вузов на фоне куда более серьезных и име-

нитых конкурентов, но не разработавших надлежащим образом собственную политику и стратегию существования в сфере интернет-образования или не заявивших о себе вовсе на этом сегменте рынка дистанционных образовательных услуг. Последние из перечисленных субъектов рынка образовательных услуг могут оказаться аутсайдерами в этой двусмысленной и сомнительной, по мнению автора статьи, гонке за всеобщим высшим образованием.

Естественно, безотносительно гонки, победить должно качество фундаментальной образовательной услуги, но цена на конкретную такую услугу также играет свою заметную роль при осуществлении потребительского выбора. Как отмечает проф. Э. Хаберле из Университета Сан-Франциско (США), если Гарвард предлагает некий учебный интернет-курс за 5000 долл., а параллельно получено предложение от *Community College* из Миссисипи за аналогичный курс в половину указанной стоимости, то выбор потребителя можно будет в большинстве случаев предсказать с высокой степенью вероятия [8].

Другой известный факт из американского опыта дистанционного обучения еще более поучителен. Так, Технический университет Джорджии в Атланте предлагал в 2013 г. полноценный учебный курс с дипломом магистра в области *Computer Science* и в условиях нахождения в университетском кампусе стоимость обучения составила 45 000 долл.; тот же самый курс, но в Интернете был оценен в 7000 долл.

При полной идентичности дипломов этого вуза по разным формам обучения большинство потребителей образовательных услуг, безусловно, выберет онлайн-способ обучения, а университет при этом заработает гораздо больше, чем при стационарном варианте обучения¹. Но такое возможно лишь при одном условии — когда у вуза зафиксирована хорошая репутация в обычных образовательных моделях. А если эта репутация при неудачной реализации онлайн-программ окажется разрушенной и умрет, как убедить потенциальных потребителей образовательной услуги учиться дистантно?

Богатая информация имеется и по российским организациям, работающим на рынке дистанционных образовательных услуг уже много лет. Но среди них выделяются худосочные образовательные структуры (насчитываются десятками), которые кроме наименования, невнятной рыночной истории и номера телефона на сайтах не имеют ничего более. Это роднит их с интернет-магазинами, но вряд ли вызывает доверие потенциального потребителя образовательных услуг.

Так, Региональный финансово-экономический институт (РФЭИ) демпингует на рынке дистанционных образовательных услуг начиная с 11 000 руб. за семестр, располагает офисом в виде одной комнаты на Лиговском пр. в Санкт-Петербурге, без адреса в Москве, но с компьютерным видом некоего импозантного здания где-то под голубым небом. При этом рекламирует полную идентичность диплома о высшем образовании (ВО), полученного дистантно, с дипломом, приобретенным «на обычной заочной форме». Также «можно ускориться в 2 раза», т. е. сократить срок обучения с 5 лет до 2,5 года.

Другой центр дистанционного обучения — Московский технологический институт (МТИ), сообщающий на сайте скромно о своей лидирующей роли на этом рынке, также не имеющий фактического адреса нахождения/размещения где бы то ни было, сбрасывает в кризисную пору стоимость обучения в магистратуре с 45 000 руб. до 29 900 руб. и предоставляет образовательные услуги ВО в диапазоне от менеджмента до продуктов

¹ Вот она — лучезарная перспектива замены дорогостоящих профессоров дешевыми ассистентами. Заметим, правда, что, во-первых, это касается главным образом западных систем оплаты труда ППС образовательных организаций (вошедшее в традиции университетов содержание «дорогущих» профессоров). А во-вторых, здесь неминуем разрыв единства исследовательской и преподавательской функций университета.

питания животного происхождения. Но существуют на отечественном рынке дистанционных образовательных услуг структуры с еще более удивительными ООП и наименованиями вузов, например «Институт позитивных технологий и консалтинга».

Увы, репутация большинства российских, даже флагманских по-своему вузов невысока. И коренные проблемы высшего (профессионального) образования на постсоветском пространстве, в условиях инновационного развития экономики, власти в посткризисный период попытались преодолеть путем создания в 2009 г. сети федеральных научно-исследовательских университетов. Эта в целом здоровая инициатива потребовала даже перераспределения финансовых потоков в безусловно сложной экономической ситуации преодоления последствий кризиса финансовой ликвидности.

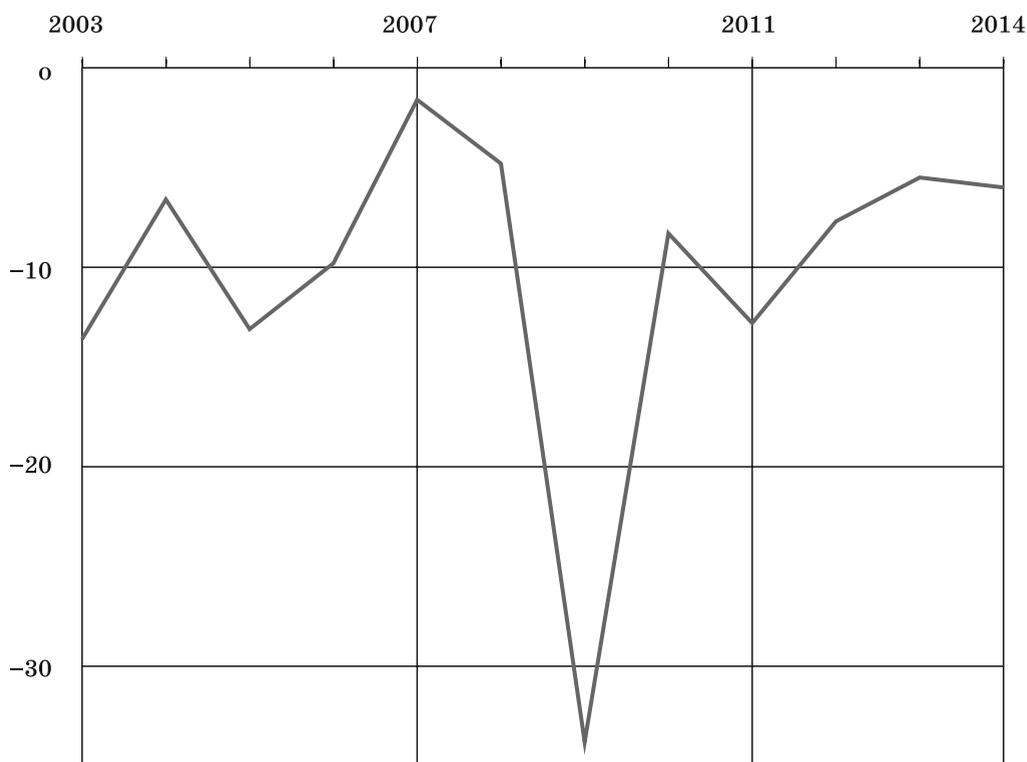
По замыслу инициаторов такое реформатирование вузов позволило бы интенсифицировать фундаментальные и прикладные научные исследования, нацеленные на инновационные результаты. Та же система, которая существует сегодня, т. е. наука при кафедрах, чрезвычайно важна, поскольку она повышает уровень подготовки специалистов, опираясь на комплексные кафедральные научные исследования, особенно при соответствующей подпитке отечественными и зарубежными грантами. Но, к сожалению, означенная система является недостаточной с точки зрения реального присутствия на рынке новых технологий и нового оборудования с заданным уровнем инновационности, не всегда, правда, измеряемой.

Поэтому одним из приоритетных вопросов в современном университетском мире становится научный менеджмент, который определяет пути движения (траекторию) научных разработок на рынке технологий и оборудования. Сегодня на импортозамещающий рынок нужно выходить не с изобретениями или идеями (хотя они сами по себе дорогого стоят), а с готовыми изделиями, пилотными образцами и новыми технологиями, которые уже получили финансовую и организационную (желательно государственную) поддержку, но требуют немедленной коммерциализации.

4. С учетом сокращения расходов на образование вузы любых организационно-правовых форм будут испытывать в обозримой перспективе трудности финансирования своей профильной деятельности. Поэтому вопросы образования цен и тарифов на образовательные услуги в нишах традиционного планового коммерческого и дополнительного образования приобретают особое значение и требуют обстоятельного анализа. Какими должны быть цены? Достаточно ли будет поиграть с ценами в разных ситуациях, чтобы окончательно установить какой-либо ценовой уровень? Без специального исследования здесь не обойтись, и такие выборочные исследования должны быть проведены на материалах столичных и периферийных вузов.

На рынке потребительских товаров и услуг часто присутствует покупатель, который много хуже продуцента осведомлен об имеющихся на рынках альтернативах и, соответственно, действует далеко не самым рациональным образом, а зачастую склонен и к «показному потреблению». Но главное в условиях затяжного кризиса, что такой потребитель временно лишается так называемого потребительского оптимизма, как это показано на рис. 2. Индекс потребительской уверенности (ИПУ) россиян по итогам 2014 г. продемонстрировал резкое ухудшение ожиданий: ИПУ снизился до — 18 пунктов в IV квартале против — 7 пунктов в предыдущем квартале. Снижение ИПУ обусловлено отрицательной динамикой всех его компонентов. При этом наибольшее влияние оказало ухудшение субъективного мнения потребителей относительно произошедших в российской экономике изменений.

Чувствительность покупателя-потребителя к цене — это мера его реакции на уровень предлагаемой ему цены и, соответственно, дай ей интересную книгу, которую я у тебя видел, его готовности совершить покупку. В исследовании формирования и окончательного установления цен и тарифов целесообразно выделить 16 наиболее



Разность позитивных и негативных оценок, %

Рис. 2. Индекс потребительской уверенности¹ россиян за период 2003–2014 гг.

Источник: Росстат.

существенных факторов в соответствии с рекомендациями из работы Флориана Симса “Preiswahrnehmung von Dienstleistungen” [12].

Перечислим эти факторы, закладываемые в программу статистического наблюдения и влияющие на восприятие цен покупателями в процессе принятия решения о покупке образовательных услуг:

- важность цены;
- внешняя референтная цена;
- ценовые знания потребителей;
- ценовая надежность услуги;
- бюджетные ограничения;
- внутренняя референтная цена;
- ценовые ожидания;

¹ Индекс потребительской уверенности (Consumer Confidence Index, CCI) — индикатор, разработанный для измерения потребительской уверенности и определяемый как степень оптимизма относительно состояния экономики, который население выражает через своё потребление и сбережение. Согласно методике Евро-пейской Комиссии, рассчитываются значения частных индексов и обобщающего индекса потребительской уверенности населения. Частные индексы рассчитываются на основе сведения баланса оценок респондентов (в процентах) по соответствующему вопросу анкеты.

- ценовая прозрачность;
- ценовая справедливость;
- условия оплаты;
- ценовая благоприятность;
- ценовое достоинство;
- цена как показатель качества;
- ценовые эмоции;
- ценовая безопасность;
- ценовые пороги.

Вопросы анкетирования респондентов можно распределить по названным факторам.

Особый интерес представляет для выборочного исследования 13-й по счету фактор из приведенного перечня — «цена как показатель качества». Покупатель обычно воспринимает цену как известное количество денежных средств, которое ему предстоит заплатить на рынке за право получения экономического блага в свою собственность. Но на товарном рынке встречаются отклонения от этого простейшего случая, когда цена на благо сама становится сигналом желаемого качества. При этом традиционно выделяются три группы таких благ (товаров и услуг): имиджевые; эксклюзивные; блага со стандартными характеристиками качества. Все эти разнородные экономические блага объединяет одна специфическая черта — по отношению потребителя к этой группе прослеживается проявление эффекта оценки качества через цену.

Если имидж говорит громко сам за себя, то высокая цена может быть положительно оценена потребителем и в случае, когда речь идет об эксклюзивных товарах. Повышение цены подчас увеличивает полезность такого блага за счет не всегда верно измеряемой характеристики — ограничения числа конкурирующих рыночным способом за благо потребителей из числа малообеспеченных претендентов.

Что же касается блага без иных характеристик качества, то речь идет о ситуациях, когда потребитель не может оценить свойства и качество блага до его приобретения и начала использования или не в состоянии найти информацию о потребительских свойствах блага. В этом случае потребитель зачастую руководствуется представлениями о том, что высокая цена (косвенное свидетельство), как правило, связана с высоким качеством блага. Чем в большей мере потребитель вынужден полагаться на цену как на индикатор конкретного качества, тем менее он будет чувствителен к уровню цены. Склонность же потребителя к сравнительному анализу свойств и цен конкурирующих благ существенно зависит от соотношения уровня цен и тех усилий, которые надо приложить для сокращения затрат на покупку, например путем поиска более дешевой альтернативы анализируемому благу.

Как известно, философская категория *качество* отражает важную сторону объективной действительности — ее определенность. Проблемы этого понятия и все, что связано с качеством, детально исследованы в работах представителей петербургской научной школы качества, например [6]. Качество объекта (в нашем случае блага, образовательной услуги) как правило, не сводится к отдельным его свойствам, а связано с объектом, воспринимаемым целиком, охватывая его полностью, в его связях с окружающей средой и неотделимо от него. Вместе с тем качество, являясь инструментом идентификации объектов, позволяет объединять их на основании имеющейся у них общности или выделять множества (систему) из окружающего сообщества. Сказанное в полной мере отвечает идеологии концепции *системного качества*, разработанной в свое время заслуженным деятелем науки, профессором А. И. Ротштейном [7].

Один из создателей немецкой классической философии Г. Гегель отмечал, что «из сравнения качества с количеством легко видеть, что по своей природе качество

есть первое». Качество выступает как единичное количество. Философское определение качества, по Г. Гегелю, является базовым для любых попыток иного определения качества [1]. Словосочетание «некачественное благо» нелогично, ибо любой объект, в том числе и благо, не может не иметь качества, поскольку если нет качества у объекта, то не существует и собственно объект.

Многие связывают термин «качество» с понятием «хороший» («качественная образовательная услуга и т. п.»), но понятие качества должно распространяться на любой объект, даже если он кому-то не нравится или кого-то не устраивает (яды, отходы, удобрения и т. п.). Выражение «повышение качества» имеет ограниченное применение и заменено в международных стандартах на термин «улучшение качества».

В 2005 г. Международной организацией по стандартизации (ISO) были сформулированы термины по качеству для всех отраслей бизнеса и промышленности. При уточнении термина «качество» из его предыдущих дефиниций был исключен термин «свойства». Если расположить термины по общности понятий о качестве, то получим ряд: *характеристика* → *свойства* → *качество*. Последнее определение по ISO 9000:2005 звучит следующим образом: *качество — это степень соответствия присущих (собственных) характеристик требованиям*. Под требованиями понимаются потребность или ожидание, которое установлено, обычно предполагается или является обязательным.

Свойство, как и качество, — категория философская и выражает такую сторону объекта (блага, образовательной услуги), которая обуславливает его различие или общность с другими объектами и обнаруживается в его отношении к ним. Свойство обычно обобщает ряд характеристик объекта. Рынок же ориентирован не просто на удовлетворение потребностей потребителей, а на удовлетворение именно платежеспособного спроса покупателей, формируемого их потребностями. В определении *качества* понятие *потребности* является исходным, и их характеристики должны соответствовать характеристикам качества объекта.

Количество экономических благ в сочетании с их качеством лишь в совокупности определяет возможности удовлетворения потребностей. Для каждого конкретного вида блага существенно, насколько взаимосвязаны эти показатели и улучшение каких свойств экономического блага, скажем образовательной услуги, обеспечивает меньшими затратами удовлетворение одних и тех же потребностей индивида. Объем потребностей является величиной и динамичной, и неустойчивой. Рост качества блага как потребительной стоимости, удовлетворяющей данную потребность, будет оказывать влияние в сторону уменьшения его требуемого количества.

(Продолжение в следующем номере.)

Литература

1. Гегель Г. Наука логики. В 3 т. М.: Мысль, 2012.
2. Дегтярев Г. М., Носов В. Н. О некоторых трудностях на путях инновационного развития России // Общество. Среда. Развитие. 2010. № 2. С. 114–118.
3. Егорова Е. Б., Цацулин А. Н. Каким уровнем образования должен обладать профессионал рынка туристского продукта? // Туризм — путь достижения Целей Тысячелетия: Сб. материалов. Ч. I. СПб.: Невский фонд, 2008. С. 33–35.
4. Ефимов О. И. Коммуникативная компетентность // Личность — Культура — Общество. 2010. Т. XII, вып. 3. № 65–66. С. 118–132.
5. Миронов Д. Ф. Техническая реализация теоретических разделов УМК учебной дисциплины // Информационно-методическое и организационное обеспечение профессионального образования в условиях многоуровневой подготовки специалистов. СПб.: Изд-во СЗАГС, 2008. 216 с.
6. Окрепилов В. В. Экономика качества. СПб.: Наука, 2011.
7. Ротштейн А. И. Очерки промышленной статистики. М.: Статистика, 1964. 412 с.

8. Сумленный С. Останется десять университетов // Эксперт. № 48. 2–8 декабря 2013. С. 33–36.
9. Цацулин А. Н., Яковлев М. А. Основа регионального медико-фармацевтического кластера — базовые инновации // Научные труды Академии управления при Президенте Республики Беларусь. № 16: В 2 ч. Ч. 1. Минск: Изд-во АУ, 2014. С. 460–474.
10. Цацулин А. Н., Яковлев М. А. Показатели инновационной активности хозяйствующих субъектов: мифы и реалии // Вестник национальной академии туризма. 2013. № 2. С. 58–63.
11. Шнедельбах Г. Философия в Германии 1831–1933 гг. / Пер. с нем. М.: Логос, 2002: [Электронный ресурс]. URL: <http://www.ruthenia.ru/logos/number/35/04.pdf> (дата обращения: 07.11.2014).
12. Siems F. *Preiswahrnehmung von Dienstleistungen*. 2003. 365 p.

References

1. Hegel G. *Science of Logic* [Nauka logiki]: In 3 vol. M.: Thought [Mysl'], 2012.
2. Degtyaryov G. M., Nosov V. N. *About some difficulties on the ways of innovative development of Russia* [O nekotorykh trudnostyakh na putyakh innovatsionnogo razvitiya Rossii] // Society. Environment. Development [«Obshchestvo. Sreda. Razvitiye»] N 2. 2010. P. 114–118.
3. Egorova E. B., Tsatsulin A. N. *What education level the professional of the market of a tourist product has to possess* [Kakim urovnem obrazovaniya dolzhen obladat' professional rynka turistskogo produkta?]/ // Tourism — a way of achievement of the objectives of the Millennium [Turizm — put' dostizheniya Tselei Tysyacheletiya]: Collection of materials. Scientific publication. Part I. SPb.: Publishing house “Nevsky Fund” [Nevskii Fond], 2008. P. 33–35.
4. Efimov O. I. *Communicative competence* [Kommunikativnaya kompetentnost'] // Personality — Culture — Society [Lichnost' — Kul'tura — Obshchestvo]. 2010. Vol. XII, 3. N 65–66. P. 118–132.
5. Mironov D. F. *Technical implementation of theoretical parts of Methodical materials of a subject matter* [Tekhnicheskaya realizatsiya teoreticheskikh razdelov UMK uchebnoi distsipliny] // Information, methodical and organizational support of professional education in the conditions of multilevel training of specialists [Informatsionno-metodicheskoe i organizatsionnoe obespechenie professional'nogo obrazovaniya v usloviyakh mnogourovnevoi podgotovki spetsialistov]. SPb.: Publishing house of SZAGS [Izd-vo SZAGS], 2008. 216 p.
6. Okrepilov V. V. *Economy of quality* [Ekonomika kachestva]. SPb.: Science [Nauka], 2011.
7. Rotstein A. I. *Sketches of industrial statistics* [Ocherki promyshlennoi statistiki]. M.: Statistics [Statistika], 1964. 412 p.
8. Sumlyonny S. *Ten universities will stay* [Ostanetsya desyat' universitetov] // Expert [Ekspert]. 2013. N 48, 2–8 of December. P. 33–36.
9. Tsatsulin A. N., Yakovlev M. A. *Base of a regional medical and pharmaceutical cluster — basic innovations. Scientific works of Academy of management at the President of Republic of Belarus* [Osnova regional'nogo mediko-farmatsevticheskogo klastera — bazovye innovatsii. Nauchnye trudy Akademii upravleniya pri Prezidente Respubliki Belarus']. N 16 in two parts. Part 1. Minsk: Publishing house of the Academy of management [Izd-vo AU], 2014. P. 460–474.
10. Tsatsulin A. N., Yakovlev M. A. *Indicators of innovative activity of economic entities: myths and realities* [Pokazateli innovatsionnoi aktivnosti khozyaistvuyushchikh sub'ektov: mify i realii] // Bulletin of national academy of tourism [Vestnik natsional'noi akademii turizma]. 2013. N 2. P. 58–63.
11. Shnedelbakh G. *Philosophy in Germany 1831–1933* [Filosofiya v Germanii 1831–1933 gg.] / Transl. from German. M.: Logos, 2002: [Electronic resource]. URL: <http://www.ruthenia.ru/logos/number/35/04.pdf> (date of the address 07.11.2014).
12. Siems F. *Preiswahrnehmung von Dienstleistungen*. 2003. 365 p.