

Мушкетова Наталья Сергеевна

к.э.н., доцент кафедры «Маркетинг и реклама»,
ФГАОУ ВПО «Волгоградский государственный университет»

СТРУКТУРА ПРОИЗВОДСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ В РОССИЙСКОМ ВУЗЕ

Процессу производства образовательных услуг присущи все атрибуты обычного производственного процесса. Оказание образовательной услуги осуществляется путем организации учебного (производственного) процесса, в котором в качестве важнейших факторов выступают профессорско-преподавательский состав и материально-техническая база. Когда оцениваются производственные ресурсы вуза, оцениваются возможности технологической системы по подготовке молодых специалистов в соответствии с требованиями потребителей. Образовательная услуга вуза есть предлагаемый на определенных условиях вид образовательной деятельности, который имеет отсроченную ценность (это товар доверия), в процессе и по завершении которой самостоятельно или опосредованно удовлетворяется потребность в получении студентом (потребителем) необходимых знаний и компетенций, предусмотренных системой высшего профессионального образования, релевантных окружающей среде. Конечным результатом, удостоверяющим факт получения образовательной услуги и качество ее потребления, является получение диплома об усвоении адекватной ему совокупности знаний и компетенций, предусмотренных учебными планами, программами и учебно-методическими разработками.

Объектом производственного процесса вуза является студент, а результатом – сформированные компетенции и переданные в процессе производства знания, навыки и умения, накапливаемые в виде человеческого капитала. Важнейшая особенность процесса производства в сфере образования связана с особой ролью его объекта (студентов) в создании

конечного продукта. От совместных усилий (эффект сообучения) студентов зависит величина индивидуального и совокупного человеческого капитала.

Анализ современных подходов к определению места и роли студентов в образовательном процессе позволил выделить сразу несколько ролей, выполняемых студентами: внутренние потребители педагогических технологий; участники образовательного процесса. Они активно вовлечены в процесс обучения. Кроме приложения усилий они должны иметь определенные навыки, склонности, а также мотивацию для того, чтобы преуспеть в обучении; внутренние потребители для вспомогательных служб вуза. Таким образом, студенты являются не только потребителями продукта вуза, но и его основными партнерами. Их роль в образовательной и внеучебной деятельности чрезвычайно высока. Влияние на результат этих видов деятельности со стороны студентов можно признать критическим. Для сопутствующих услуг вуза студенты являются также основной целевой группой потребителей, обеспечивают стабильный, хотя и недостаточно платежеспособный спрос [2, с.74]. Именно студенты ощущают наибольшую взаимосвязь с вузом и даже зависимость от него; они, как правило, наделены небольшими правами и полномочиями, требуют мотивации и управления в процессе своей учебной и внеучебной деятельности. Характер удовлетворяемых потребностей студентов весьма широк.

Формы взаимоотношений со студентами являются наиболее разнообразными, а перспективы их развития для вуза - благоприятными. Во-первых, студентов можно вовлекать практически во все виды деятельности, тем самым развивая их и повышая их результативность. Кроме того, они являются потенциальным потребителем дополнительных образовательных программ, а по окончании вуза могут быть привлечены к вступлению в Ассоциацию выпускников и перейти на новый уровень взаимоотношений с вузом. Слушатели программ дополнительного образования имеют определенные сходства и различия со студентами. Их роль в образовательном процессе также является высокой, а влияние на результат образования можно

признать критическим. Мотивом для них в том числе является приобретение новых знакомств в профессиональном сообществе. Как правило, их права реализуются, а инициатива во взаимоотношениях с вузом проявляются более последовательно. Кроме того, слушатели обычно не принимают участие во внеучебной и научной жизни вуза. Перспективы развития взаимоотношений со слушателями связаны с их привлечением на другие образовательные программы и взаимодействием с ними в качестве партнеров-работодателей, инвесторов, спонсоров и др.

Аспирантов и докторантов, как правило, не идентифицируют в качестве потребителей образовательной услуги вуза, а взаимоотношения с ними не рассматриваются в качестве объекта управления. Вместе с тем их научная деятельность оказывает прямое влияние на рейтинг вуза. Необходимо отметить, что характер взаимодействия с аспирантами и докторантами также оказывает влияние на результаты их работы: чем выше степень их вовлеченности в научно-исследовательский процесс вуза, тем, как правило, лучше их результаты. При этом характер взаимодействия может иметь существенные различия в разрезе факультетов. Следует учитывать разнородность данной потребительской группы: аспирантов и докторантов можно разделить на две группы - сотрудников вуза и сторонних. Основные потребности аспирантов и докторантов связаны с руководством в организации и проведении научного исследования, а также с социальной, финансовой и организационной поддержкой в процессе обучения (стипендия, оплата публикаций и командировок, общежитие и т. д.). Поэтому их можно отнести к потребителям сопутствующих услуг вуза. В перспективе они могут рассматриваться в качестве потенциальных сотрудников вуза либо в качестве партнеров в случае трудоустройства на стороне. Если они являются работниками вуза, перспективы развития взаимоотношений с ними связаны в первую очередь с продвижением по службе. Участие в создании конечного продукта образования самих студентов заставляет отслеживать влияние экономической природы платы за образовательные услуги и используемой

системы материального поощрения студентов на уровень их образования. Дифференциация качества образовательного продукта определяется не только различием в исходном уровне «сырья» - студентов, но и в их затратах на производство конечного продукта.

Специфика процесса производства образовательных услуг не исчерпывается активным взаимодействием его участников и объектов, Качество конечного образовательного продукта определяется его соответствием требованиям не одного, а трех потребителей: абитуриента (студента - непосредственного заказчика), предприятия-работодателя и государства. Это связано с тем, что человеческий капитал будет использован студентом в производстве конкретных благ и услуг, как на частных, так и на государственных предприятиях, и в совокупности, в случае эффективного использования, приведет к экономическому и социальному росту общественного благосостояния.

Эффективной организации процесса производства образовательных услуг препятствуют следующие факторы: большая продолжительность образовательного процесса, возможность оппортунистического поведения вузов и государственных структур, разрабатывающих заказ на подготовку специалистов, ограниченность информации, которой располагают работодатели и студенты. Наличие множества разнородных потребителей с разными целями неизбежно ставит задачу определения оптимальных форм и степени участия этих структур в производстве образовательных услуг.

Под организационно-управленческими процессами понимаются способы ведения дел в организации и шаблоны реализации текущих практик и обучения. Под позицией по активам понимаются уникальные технологии, интеллектуальная собственность, комплементарность активов, клиентская база и внешние связи вуза. Под траекторией развития подразумеваются стратегические альтернативы, доступные вузу, и наличие траекторных зависимостей. К организационным процессам относят следующие: координация/интеграция, обучение и реконфигурация.

Координация/интеграция: организационная структура управления вузом должна обеспечивать формирование рыночного поведения вуза как делового предприятия и может способствовать продвижению в образовательную и научную деятельность новых бизнес-процессов. Деятельность внутри вуза должна координироваться (или интегрироваться), и способ, которым организации ведут процесс оказания образовательных услуг, является источником различий в компетенциях вуза. Это касается и внешней деятельности вуза, который может выступать в виде эксперта, консультанта, активно участвовать в конкурсах грантов, реализации хозяйственных договоров и пр.

Обучение - это процесс, посредством которого повторение и экспериментирование позволяют решать задачи, стоящие перед профессорско-преподавательским составом, лучше и быстрее и идентифицировать новые возможности. Предполагает участие в нем организационных и индивидуальных навыков преподавателей и сотрудников, а новое знание, полученное в процессе обучения, может открыть «новую» логику образовательной услуги. В случае экономически эффективной реализации вышеперечисленных функций (или их комбинаций в зависимости от макро- и микроокружения) такие организационные процессы являются конкурентным преимуществом вуза, которое невозможно приобрести на рынке факторов производства, которые должны быть созданы внутри организации. В ситуации ограниченности материальных ресурсов (в том числе из-за недостаточного финансирования развития) актуальными представляется формирование потенциала образовательного учреждения в интегрировании, создании и реконфигурации внутренних и внешних компетенций для соответствия быстро изменяющейся среде.