

# СПЕЦИФИКА И ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ УСЛУГ

УДК 37.01

**Марианна Михайловна Романова**,  
к.э.н., доцент кафедры Общего менеджмента и предпринимательства Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ)

Тел. (495) 442-23-98

Эл. почта: MRomanova@mes.i.ru

**Анна Александровна Чернова**,  
доцент кафедры Управления проектами и инновационного менеджмента Московского государственного университета экономики, статистики и информатики (МЭСИ)

Тел. (495) 442-22-98

Эл. почта: aachernova@mes.i.ru

В статье анализируются специфика и особенности образовательных услуг в сфере услуг. Внимание сосредоточено на подходах объединения услуг в группы по различным признакам, выделении отличительных черт образовательных услуг, классификации образовательных услуг.

*Ключевые слова:* услуга, классификация услуг, особенности образовательных услуг, классификация образовательных услуг.

**Marianna M. Romanova**,  
PhD, Economics, Associate Professor of the Department General Management and Business, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI)

Тел. (495) 442-23-98

E-mail: MRomanova@mes.i.ru

**Anna A. Chernova**,  
Associate Professor of the Department Project Management and Innovation Management, Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI)

Тел. (495) 442-22-98

E-mail: aachernova@mes.i.ru

## SPECIFIC AND FEATURES OF EDUCATIONAL SERVICES IN THE SERVICE

This article analyzes specific features and peculiarities of educational services in the field of services. Focus is on approaches combining services into groups on various grounds, providing the distinctive features of educational services, the classification of educational services.

*Keywords:* service, classification of services, special aspects of education, classification of educational services.

## 1. Введение

Экономика многих стран характеризуются увеличением доли услуг в системе отраслей. Так, доля услуг в совокупном мировом валовом внутреннем продукте (ВВП) составляет более 70% от его общего объёма и значительно превышает сферу производства товаров. В сфере услуг занято более половины работоспособного населения мира. В России эти показатели отличаются от общемировых, например, доля услуг занимает около 55% в ВВП, а доля трудоспособного населения занятая в данной сфере составляет около 60%.

Основной причиной бурного роста сферы образовательных услуг является научно-технический прогресс, который привёл к необходимости и востребованности квалифицированных кадров различных ступеней образования. Развитие любой страны в 21 веке сложно представить без четкой и современной системы образования.

На развитие сферы образовательных услуг в России влияют следующие факторы:

- значительное увеличение числа организаций в образовании;
- увеличение спроса на качественные образовательные услуги;
- быстрое появление новых видов услуг в образовательном процессе;
- осуществление образовательных услуг с помощью интернет ресурсов;
- различные программы обучения за рубежом и др.

Возрастание влияния и роли сферы услуг на экономику страны вызвало необходимость проведения исследований с целью классификации услуг, определения особенностей образовательных услуг в общей системе услуг.

## 2. Понятие и характерные особенности услуг

К услугам часто относят все виды полезной деятельности, которые не создают материальных ценностей. Главным критерием отнесения той или иной деятельности к сфере услуг служит неосозаемый, невидимый характер производимого продукта. Услуга существует только в процессе ее осуществления. Производство и потребление услуг позволяет преобразовать продукт или характер человеческой жизнедеятельности.

Понятие «услуга» насчитывает множество трактовок, которые можно структурировать по двум группам:

- «услуга» как действие;
- «услуга» как продукт деятельности.

В соответствии с первой трактовкой «услуга» понимается как «действие, которое приносит пользу или помощь другому». Современный экономический словарь трактует услуги как «виды деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного продукта. Это блага, предоставляемые не в виде вещей, а в форме деятельности».

На наш взгляд необходимо рассматривать услуги как конкретный результат экономически полезной деятельности, который проявляется в виде товара или в виде деятельности. Так, производство услуг может быть связано с производством товара в его материальном виде (услуги, оказываемые при продаже товаров), а может и не быть связано с товарами.

Услуги – как особый вид деятельности, имеют специфические характеристики. Услуги неосозаемы, их нельзя оценить визуально, ощутить запах. Для услуг характерна неотделимость их оказания от потребления. Так, в отличие от товаров, услуги вначале продаются, а затем одновременно производятся и потребляются. В большинстве случаев субъект обслуживания практически лишён «права на ошибку». Услуга уникальна вследствие различий в реакции, поведении или субъективном восприятии каждого клиента. Для

услуг характерна невозможность хранения или накопления. Так как процесс обслуживания ограничен во времени, то, соответственно, объёмы обслуживания не прочны во временном отношении.

### 3. Классификация услуг в России и за рубежом

Состав отраслей, относящихся к сфере услуг достаточно большой. Так, современный мировой рынок услуг включает торговлю самыми разнообразными услугами (160 видов). Они проклассифицированы статистической комиссией ООН в 12 разделов: деловые услуги; услуги связи; строительные и инженеринговые услуги; дистрибьюторские услуги; общеобразовательные услуги; услуги по защите окружающей среды; финансовые услуги, включая страховые; услуги по охране здоровья и социальные услуги; туризм и путешествия; услуги в области организации досуга, культуры и

спорта; транспортные услуги и прочие услуги.

В России сложилось другое определение отраслей услуг, некоторые услуги включаются в материальное производство, другие относятся к нематериальному производству. Некоторые виды услуг или отсутствуют на российском рынке, или официально не признаются (операции с недвижимостью, валютой). Согласно общероссийскому классификатору услуг населения (ОКУН) к сфере нематериального производства (услуги) в России относят: жилищное и коммунальное хозяйство; бытовое обслуживание населения; здравоохранение и социальное обеспечение; физкультура и спорт; образование; культуру и искусство; науку и научное обслуживание; кредитование; страхование; государственное управление и оборону; некоммерческие организации, обслуживающие домашние хозяйства; услуги торговли, общепита и рынков. Такое перечис-

ление отраслей услуг, по нашему мнению, показывает их разнообразие, позволяет проанализировать и спрогнозировать динамику услуг, но не раскрывает специфику и их экономическую сущность.

В мировой практике выделяют определённые области услуг, которые отличаются друг от друга, но внутри этих областей услуги имеют схожие проблемы и признаки, которые структурированы в табл. 1.

Кроме выделенных в таблице признаков объединения услуг можно, на наш взгляд, услуги классифицировать по уровню трудоёмкости, по уровню капиталоемкости, по степени регулирования законодательными и нормативными актами, уровню квалификации исполнителей. Кроме того, услуги можно разделить по степени алгоритмизации на:

1. стандартные, оказываемые с использованием строго установленных правил;
2. творческие, изменяющиеся и формирующиеся по требованиям потребителя.

Личные и интеллектуальные услуги часто подвергаются изменениям и корректировке в процессе их реализации.

### 4. Отличительные черты и классификация образовательных услуг

Особняком во всех вышеперечисленных классификациях стоят образовательные услуги. Во многих литературных источниках, а также в нормативно-правовых актах России не содержится определение образовательной услуги. В Федеральном законе об образовании РФ содержится следующее понятие: «Образование – единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального

Таблица 1.

Подходы объединения услуг в группы по различным признакам

| Ученые      | Критерии выделения типов услуг   |
|-------------|--|
| Томас Д. Р. | <i>наличие оборудования</i> : услуги, предоставляемые с оборудованием; без оборудования  |
| Чейз Р. Б.  | <i>продолжительность пребывания клиента в процессе производства услуги</i> : «чистые» (размещение); «смешанные» (продажа телефонов в офисах связи); «квази-производственные» (услуги телевидения)  |
| Ловелок К.  | <i>осязаемые / неосязаемые действия по предоставлению услуги; объект воздействия (на кого, на что направлены)</i> :<br>• осязаемые, направленные на человека (рестораны и кафе) или на товары/объекты (прачечные и химчистки);<br>• неосязаемые, направленные на сознание человека (образование, радио) или с неосязаемыми активами (юридические и консультационные услуги, страхование) |
|             | <i>продолжительное / дискретное предоставление услуги при оформленных/неоформленных взаимодействиях клиентов с организацией</i> :<br>• продолжительные «оформленные» (страхование);<br>• продолжительные «неоформленные» (радиовещание);<br>• дискретные «оформленные» (проездной билет);<br>• дискретные «неоформленные» (бизнес-ланч)  |
|             | <i>взаимодействие потребителя и организации; место получения услуг (единичные/многочисленные)</i> : потребитель «идет» к единичным / многочисленным организациям (театр, ресторан); (единичные / многочисленные) организация «идет» к потребителю (такси); расстояние «вытянутой руки» единичные/многочисленные (дистанционное обучение)   |
|             | <i>степень использования сотрудниками организации своего мнения при предоставлении услуги и степень кастомизации услуг (высокая / низкая)</i> : использование мнения персонала и высокая / низкая кастомизация услуг (тренинг на предприятии, поточная лекция); неиспользование мнения персонала и высокая/низкая кастомизация услуг (пиццерия)  |

развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов» [1]. Исходя из этого, можно дать определение, что «Образовательной услугой является деятельность, направленная на формирование определенного уровня знаний, навыков и воспитанности отдельных индивидуумов и общества в целом».

Основываясь на данных ОКУН, можно говорить об услугах в системе образования: услуги в системе (дошкольного, среднего и высшего) образования; услуги в системе технической подготовки кадров (профессиональная реабилитация кадров); обучение населения на курсах (иностранные языки; вождение автомобилей и другие); прочие услуги в системе образования (например, репетиторство).

Но данная классификация не дает полного представления об образовательных услугах и не учитывает их специфику. Для детального изучения выделим отличительные черты образовательных услуг, присущие только им:

1. Невозможность измерить стоимость образовательной услуги непосредственно в денежном эквиваленте, часто отразить все расходы на создание данного вида услуг невозможно.

2. Многозадачность целей, поставленных перед производителями образовательных услуг и вероятностность их значительного расширения. Перед большинством образовательных учреждений поставлено огромное количество задач, которые они должны выполнить для удовлетворения потенциальных потребителей, и не всегда они конкретно прописаны в законодательстве. В свете последних изменений в сфере образования количество задач и требования к ним постоянно растут.

3. Комплексность оказания образовательных услуг в сочетании с созданием духовных ценностей, что способствует преобразованию, воспитанию и развитию личности обучающегося.

4. Взаимодействие преподавателя и слушателя в процессе оказания образовательных услуг. При этом преобразуется личность клиента,

который, не являясь специалистом, претендует на самую активную роль в ходе производства и оказания образовательных услуг.

5. Контролируемость со стороны общественности и государства за процессом и результатом оказания образовательных услуг. Это наиболее отчетливо проявляется в рамках последних законодательных реформ в данной сфере.

6. Невозможность быстро измерить и выявить результат оказания образовательных услуг, так как полезный результат может проявиться спустя длительное время, и оценить его можно только с помощью косвенных показателей.

7. Сложность перепродажи образовательных услуг.

8. Длительность оказания образовательных услуг, так как получение образования представляет собой продолжительный временной процесс.

С учетом перечисленных выше отличительных признаков можно выделить основные виды образовательных услуг (табл.2):

Надо отметить, что в настоящее время сфера образования переживает интенсивное реформирование, и данный процесс в скором времени приведет к появлению новых и радикальному изменению существующих образовательных услуг на всех уровнях.

## 5. Заключение

В современном обществе образовательные услуги представляют собой сложный многоступенчатый процесс, и предлагаются взаимосвязанным межотраслевым комплексом. Пристальное внимание со стороны государства к данной сфере услуг на всех уровнях позволяет подчеркнуть актуальность и сложность исследований в данном направлении, а также их востребованность в современном обществе.

Таблица 2.

Классификация образовательных услуг

| Классификационный признак   | Виды образовательных услуг   |
|-----------------------------|--|
| Решаемые задачи             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• общеобразовательные программы (ориентированы на решение задач формирования общей культуры личности, реализуются в дошкольных образовательных учреждениях, образовательных учреждениях начального общего, основного общего, среднего общего образования.);</li> <li>• профессиональные программы (ориентированы на решение задач последовательного увеличения профессионального и общеобразовательного уровней, подготовку специалистов соответствующей квалификации, реализуются в образовательных учреждениях профессионального образования, имеющих государственную аккредитацию).</li> </ul> |
| Длительность предоставления | <ul style="list-style-type: none"> <li>• долгосрочные (обучение в общеобразовательной школе, вузе);</li> <li>• среднесрочные (повышение квалификации, переподготовка кадров, стажировки);</li> <li>• краткосрочные (курсы, тренинги).</li> </ul>   |
| Методы обучения             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• традиционные;</li> <li>• инновационные.</li> </ul>  |
| Способ оплаты               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• бесплатные;</li> <li>• платные;</li> <li>• условно бесплатные.</li> </ul>   |
| Форма предоставления услуг  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• очная;</li> <li>• очно-заочная;</li> <li>• заочная;</li> <li>• дистанционная.</li> </ul>  |
| Специализация               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• детское творчество и развитие;</li> <li>• углубленная предметная подготовка;</li> <li>• профессиональная подготовка и переподготовка кадров и прочее.</li> </ul>  |

## Литература

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации»

2. Конотопов М.Н. Выбор оптимального многокритериального управленческого решения // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. 2012, № 3–2. – 217–218 с.

3. Романова М.М. Формирование индустрии гостеприимства как механизм стратегического развития региона: Дис. канд. экон. наук. М., 2006. – 172 с.

4. Романова М.М. Формирование индустрии гостеприимства как механизм стратегического развития региона: автореферат на соискание степени канд. экон. наук. М., 2006. – 172 с.

5. Романова М.М. Характеристики особенностей индустрии гостеприимства как объекта управления // Экономика, статистика и информатика. Вестник УМО. – 2012. – № 5. – с.98 – 100

6. Чернова А.А., Хачатрян А.А. Организация, технология и проектирование предприятий.: Учебно-методический комплекс, Под редакцией профессора, д.э.н. С.Ю. Ягудина. – М.: Изд. Центр ЕАОИ. 2011, 344с.

7. Чернова А.А. Инновационные подходы и технологии в образовательном процессе высших учебных заведений // История и современность глазами молодых: Проблемы национальной, этнической, политической, идеологической, социальной, профессиональной, религиозной, культурной и языковой идентичности в современном мире: Сб. науч. тр. – Железнодорожный, РГГУ, 2013. с. 250 – 254

8. Ягудин С.Ю., Орехов С.А., Бебрис А.О. Формирование механизмов оценки конкурентного потенциала венчурных фирм в рамках стратегии инновационного развития // Вопросы статистики. – 2011. – № 4. – с.10–14

## References

1. The Federal Law of 29.12.2012 № 273-FZ «On Education in the Russian Federation»

2. Konotopov M.N. Selection of the optimal management multicriterion managerial solution // Ekonomika, Statistika and Informatika. Vestnik UMO. 2012, № 3–2. – s. 217–218.

3. Romanova M.M. Formation of the hospitality industry as a mechanism for strategic development of the region: Dis. PhD in Economics, M., 2006. – 172 pp.

4. Romanova M.M. Formation of the hospitality industry as a mechanism for strategic development of the region: the abstract for the degree of PhD in Economics. M., 2006. – 172 pp.

5. Romanova M.M. Description of features of the hospitality industry as a subject to management // Ekonomika, Statistika and Informatika. Vestnik UMO. 2012. № 5. – s. 98–100.

6. Chernova A.A., Khachatryan A.A. Organization, technology and engineering of ventures. : Teaching Materials, Edited by Professor, Doctor of Economics S.Y. Yagudin. – M.: Izd. centr EAOI. 2011. 344pp

7. Chernova A.A. Innovative approaches and technologies in the educational process of higher education institutions // Past and present through the eyes of young people: The problems of national, ethnic, political, ideological, social, professional, religious, cultural and linguistic identity in the modern world: Digest of tractates. – Zheleznodorozhnyi, RGGU, 2013. s. 250–254

8. Yagudin S.Y., Orekhov S.A., Bebris A.O. Formation mechanisms for assessing the competitive potential of venture capital firms in the strategy of innovative development // Questions of Statistics. – 2011. – № 4. – s. 10–14