

**A.B. Ostyuchenko**

## **NON-PROFIT ORGANIZATIONS ON EDUCATIONAL SERVICES MARKET IN RUSSIA**

**Anna Ostyuchenko** – Dean of the Faculty of Tuition by Correspondence of International Banking Institute, St. Petersburg; e-mail: [dekanat205@yandex.ru](mailto:dekanat205@yandex.ru).

*We analyze the functioning of institutions of higher education as non-profit organizations on the market of educational services; characteristics of services provided by institutions of higher education are revealed and sources of profit increase are studied. We define the role of state and non-governmental regulators of educational services market.*

*According to experts, the problem of searching an efficient correlation between market and state regulators in developing the market of educational services is one of the most relevant under modern conditions. We substantiate the importance of the state and specify the functions of governmental bodies in the sphere of education.*

**Keywords:** educational service; non-profit organization; profit of institution of higher education; correlation between market and state regulators; accreditation.

**А.Б. Остюченко**

## **НЕКОММЕРЧЕСКИЕ ОРГАНИЗАЦИИ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИИ**

**Анна Борисовна Остюченко** – декан факультета заочного обучения АНО ВПО «Международный банковский институт», г. Санкт-Петербург; e-mail: [dekanat205@yandex.ru](mailto:dekanat205@yandex.ru).

*В статье проводится анализ функционирования на рынке образовательных учреждений (вузов) как некоммерческих организаций, выявляются особенности услуг, предоставляемых вузами, рассматриваются источники повышения прибыли. Определяется роль государственных и негосударственных регуляторов рынка образовательных услуг.*

*Проблема поиска эффективного соотношения рыночных и государственных регуляторов в развитии рынка образовательных услуг, по мнению многих специалистов в данной сфере, является одной из наиболее актуальных в современных условиях. Автор обосновывает значительную роль государства и уточняет специфические функции государственных органов управления в сфере образования.*

**Ключевые слова:** образовательная услуга; некоммерческая организация; прибыль организации высшего образования; соотношение рыночных и государственных регуляторов; аккредитация.

Согласно классической теории маркетинга услугой называют некое нематериальное благо, служащее объектом обмена между заинтересованными сторонами, характеризующееся такими качествами, как неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость. Образовательная услуга обладает теми же характеристиками. Под образовательными услугами понимают такой продукт, который производится и предоставляется некоммерческими организациями,

имеющими лицензию на осуществление образовательной деятельности.

Образование (в соответствии с Законом РФ «Об образовании») определяется следующим образом: «образование – единый целенаправленный процесс обучения и воспитания, который является общественно значимым благом и осуществляется в интересах семьи, человека, государства и общества, а также совокупность приобретаемых умений, знаний, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетен-

ции определенных сложности и объема для духовно-нравственного, интеллектуального, физического, творческого и (или) профессионального развития личности, удовлетворения ее образовательных интересов и потребностей» [1].

Образование как отрасль – это «совокупность предприятий, учреждений, организаций, которые преимущественно осуществляют образовательную деятельность, сконцентрированную на удовлетворении всевозможных потребностей народонаселения в образовательных услугах, на воспроизводство и формирование кадрового потенциала общества» [1].

Закон РФ «Об образовании», Гражданский Кодекс РФ, Закон РФ «О некоммерческих организациях» дифференцируют коммерческие и некоммерческие организации. К коммерческим организациям относят те, которые в качестве основной цели своей деятельности обозначают получение прибыли. Некоммерческие организации в качестве главной цели получение прибыли не называют, а также не предполагается распределение полученной прибыли между работниками.

Критерий получения максимальной прибыли и распределения ее между работниками – основной критерий, согласно которому можно понять, что большинство образовательных учреждений являются некоммерческими структурами. При этом образовательные учреждения предоставляют образовательные услуги на коммерческой основе сверх предусмотренных Госстандартами и ООП образовательных учреждений. Доход от такой деятельности используется для возмещения затрат на обеспечение образовательного процесса, в том числе для увеличения расходов на заработную плату.

Помимо этого, отметим еще кое-какие специфические особенности образовательных услуг, которые отличают их от иных видов услуг:

- сезонный характер;
- значительная цена (образовательные услуги обладают высокой потребительской ценой, потому как наращивают потенциал человека, специалиста, а на раскрученных рынках это проявляется в признании большой стоимости, правомерности больших

цен на них);

- сравнительная продолжительность оказания (так, к примеру, у нас в стране получение первого высшего профессионального образования по разнообразным специальностям может занимать от четырех до шести лет);

- отсроченность обнаружения эффективности;

- зависимость результатов от условий будущей деятельности и жизни обучившегося;

- необходимость дальнейшего сопровождения услуг;

- зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места жительства вероятных обучающихся;

- неосуществимость перепродажи;

- необходимость лицензирования;

- конкурсный характер (данный признак в основном проявляется во многих государственных высших учебных заведениях);

- сравнительно молодой возраст потребителей образовательных услуг и др.

Процесс формирования прибыли организации высшего образования схематично представлен на рисунке.

Исходя из вышеизложенного, можно сделать вывод, что образовательный продукт является комплексным. Его наиболее специфической отличительной характеристикой является то, что его предоставление четко регламентировано в отношении субъекта.

О.В. Сагинова, ссылаясь на определение товара в теории маркетинга (все, то, что может удовлетворить потребность и предлагается рынку для потребления, приобретения, привлечения внимания или использования), продуктом всякого образовательного учреждения называет образовательную программу, разрабатываемую вузом для того, чтобы удовлетворить потребность в профессиональной подготовке, образовании, переподготовке или обучении, т.е. в достижении обусловленного социального эффекта (изменение профессионального или образовательного уровня) [5]. То есть выход на рынок предполагается с образовательной программой по определенной специальности, которая включает предначер-

## Прибыль организации высшего образования

### Снижение издержек

- снижение непроизводительных расходов;
- совершенствование методик управления;
- развитие межвузовских программ;
- повышение квалификации персонала

### 1. Увеличение объема проданных услуг

Услуги:

Услуга, реализуемая в рамках ООП (3 уровня).

Услуга ДПО: повышение квалификации, переподготовка, программы мобильности студентов, межвузовские или организованные на базе кластера образовательные мероприятия (олимпиады, конкурсы и пр.).

Конференции или публикации материалов.

### 2. НИОКР.

3. Подготовка к сдаче международных по направлению, дисциплине или междисциплинарных экзаменов.

4. Социальная и финансовая (программы кредитования) поддержка обучающихся.

5. Модернизация всего процесса обучения.

6. Клиентоориентированность.

## Источники прибыли образовательной организации

танное содержание, организацию учебного процесса, систему управления данным процессом и систему его кадрового, материального и методического обеспечения.

Как и любой товар, образовательные услуги реализуются на рынке, который понимается как совокупность потенциальных и существующих продавцов и покупателей товара. Необходимо принимать во внимание особенности функционирования образовательного учреждения на рынке образовательных услуг, соотношение спроса и предложения, особенности конкуренции.

Помимо этого, отличительной особенностью рынка образовательных услуг является значительная роль государства и его органов управления. Так, к их специфичным функциям в сфере образования относятся:

- формирование, укрепление и поддержка одобрительного общественного мнения, положительного имиджа образовательных институтов;

- гарантирование гуманистичности образования, единства федерального культурного и образовательного пространства, адаптивности и общедоступности образования, его светского характера, плюрализма и свободы, демократизма управления и автономности образовательных учреждений;

- финансирование образования и предоставление гарантий для долгосрочных инвестиций других субъектов в данную сферу;

- применение налоговых льгот и других форм регулирования рынка для того чтобы развивались приоритетные специальности, формы и методы подготовки специалистов, образования в целом;

- аттестация и лицензирование образовательных учреждений и программ по качеству и ассортименту услуг;

- информационное обеспечение образовательных учреждений и др.

Построение действенного механизма государственного регулирования образовательной отрасли предполагает не только соответствующие мероприятия законодательного, контрольно-ревизионного и консультативного характера, но и разработку мер по использованию рыночных инструментов. По мере расширения открытости образовательных институтов, разработки стандартов и критериев эффективности образовательных услуг возникает необходимость в создании прозрачной и последовательной системы поддержки образовательных проектов при участии экспертного сообщества, общественных организаций и некоммерческих объединений. Именно такая схема позволит осуществлять финансирование отрасли на принципах рыночной эффективности и клиентоориентированности, дать поддержку наиболее конкурентоспособным и востребованным обществом и экономикой проектам, развивать рынок образовательных услуг.

В этой связи исследовательский инте-

рес представляют два направления деятельности общественных и некоммерческих объединений – участие в распределении президентских грантов для образовательных проектов и непосредственно профессиональная консультационная поддержка в сфере образования.

В 2014 году из федерального бюджета были выделены субсидии в размере 2698000 тыс. рублей [2]. Данные средства обеспечили возможность для проведения конкурсов и выделения по их результатам грантов другим некоммерческим неправительственным организациям, осуществляющим социально значимые проекты, а также проекты в сфере защиты прав и свобод человека и гражданина.

Для участия в конкурсе на получение субсидий некоммерческие неправительственные организации должны заключить соответствующие договоры с Управлением делами Президента РФ. Полученные субсидии имеют целевое назначение, поэтому необходим отчет по их расходованию, который должен быть представлен в Управление делами Президента.

Некоммерческие организации (НКО) в сфере образовательных услуг не только вовлечены в систему отбора и финансирования наиболее экономически и социально востребованных образовательных проектов, но и оказывают широкую консультационную поддержку государству и обществу в данной отрасли. При участии НКО формируется открытая вертикальная структура образовательных услуг, начиная со стадии включения образовательного блока в программы социально-экономического развития страны и регионов и заканчивая общественно значимой услугой в соответствии с запросами рынка и обучающихся (клиентов).

На наш взгляд, в вопросах регулирования образовательной отрасли и при оценке качества образовательных услуг большое место должно отводиться использованию инструментов статистики и мониторинга рынка. Обратная связь со стороны потребителей услуг, а также тех, кто эту услугу предоставляет, позволит экспертному сообществу и госадминистрациям составлять наиболее полную картину эффективности

мер государственного и общественного регулирования.

Нельзя не учитывать и возрастающую роль профессионально-общественной аккредитации. Но именно на государство возлагается функция по обеспечению эффективного соотношения рыночных и государственных регуляторов в развитии рынка образовательных услуг.

### ЛИТЕРАТУРА

1. Федеральный закон РФ от 29 декабря 2012 г. № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» // Электронная версия «Российской газеты». URL: <http://www.rg.ru/2012/12/30/obrazovanie-dok.html> (дата обращения: 21.01.2015).

2. Распоряжение Президента Российской Федерации № 11-рп от 17 января 2014 года «Об обеспечении в 2014 году государственной поддержки некоммерческих неправительственных организаций, участвующих в развитии институтов гражданского общества, реализующих социально значимые проекты и проекты в сфере защиты прав и свобод человека и гражданина» // Официальный сайт Президента России. Документы, подписанные Президентом России. URL: <http://graph.document.kremlin.ru/page.aspx?3614924> (дата обращения: 21.01.2015).

3. Приказ Министерства юстиции Российской Федерации от 21 июня 2013 года № 99 «Об утверждении Правил предоставления в 2013–2015 годах из федерального бюджета субсидий федеральным государственным бюджетным образовательным учреждениям, подведомственным Министерству юстиции Российской Федерации» // Учет в бюджетных учреждениях: [электронное издание]. URL: <http://e.budgetnik.ru/npd-doc.aspx?npmid=99&npid=499027496> (дата обращения: 21.01.2015).

4. Банников С.А., Сигова М.В. Актуальные проблемы формирования критериев качества образовательных программ высшего образования с учетом национальных и отраслевых трендов // Университетский научный журнал. 2014. № 7. С. 143–149.

5. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. 1999. № 1. С. 48–59.