

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ ПЛАТНОГО ОБРАЗОВАНИЯ В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ

В.А. Парамонова

Волгоградский государственный университет (ВолГУ)

А.А. Агейкина

*Российская академия народного хозяйства при Президенте РФ
(РАНХиГС)*

М.Г. Грицаева

*Волгоградский государственный технический университет
(ВолгГТУ)*

Уже стало привычным, по крайней мере, для системы высшего образования современной России понятия «платное обучение», «обучение на коммерческой основе», «коммерческие вузы». И при этом, данные понятия, маркирующие определенные социальные процессы и явления, происходящие в системе образования на современном этапе, вошли в обиход как системы образования, так и общества в целом, совершенно недавно на рубеже XX-XXI вв.

Рубеж XX-XXI вв. – время очередного коренного перелома в истории России, когда происходил переход от социалистической модели развития общества к капиталистической. Попытка быстрой реформы «500 дней» негативным образом сказалась на всех сферах жизнедеятельности российского общества, в том числе, и на системе образования. В результате перехода на капиталистические «рельсы» экономики высшие учебные заведения (вузы) в начале 90-х гг. XX в. столкнулись с ситуацией недостаточности их финансирования, что породило ряд проблем: трудности в модернизации научно-методической и технической базы; несвоевременные выплаты заработной платы сотрудникам и пр. В результате возникает потребность вырабатывать стратегию развития (на рубеже XX-XXI вв. стратегию «выживания») учебных заведений в капиталистических условиях развития общества.

Своеобразной реакцией на сложившуюся в стране социально-экономическую ситуацию, было собрание ректоров высших учебных заведений (май 1991 г. г. Тула) для обсуждения насущных вопросов, связанных с недостаточностью финансирования в связи с ухудшающейся экономической ситуацией в России. Коммерциализация всех сфер жизнедеятельности российского общества на этом историческом этапе позволила, как один из вариантов решения проблем, сформулировать предложение по оказанию населению образовательных услуг на коммерческой основе, т.е. «введение для 30 % студентов платы за обучение»¹.

В 1992 г. законом «Об образовании»², закрепляется право вузов на коммерческую деятельность по оказанию платных образовательных услуг. Следует отметить, что в законодательстве четко оговаривается, что данный вид услуг не должен оказываться «вместо образовательной деятельности, финансируемой за счет средств бюджета»³. Данное положение закона разрешило вузам оказывать дополнительные образовательные услуги, не финансируемые государством, но которые, за дополнительную плату, хотел бы приобрести потребитель. В 1996 г. Федеральный закон о высшем и послевузовском профессиональном образовании⁴ еще раз подтверждает право высших учебных заведений на оказание дополнительных образовательных услуг на коммерческой основе. Таким образом, законодательство РФ закрепило право вузов на осуществление коммерческой деятельности в сфере оказания платных услуг.

Однако следует учитывать, что предоставление государством права на оказание платных дополнительных образовательных услуг стало реакцией, с одной стороны, на социально-экономический кризис в стране 90-х гг. XX в., а с другой, на запрос со стороны общества на подготовку кадров на востребованные (модные) специальности. Ведь именно через образование, как подчеркивает Э.Д.Днепров, «общество воспринимает и реализует свои социальные идеалы и социальные устремления»⁵.

Новые социально-экономические реалии обозначили приоритеты в процессе подготовке кадров для нужд народного хозяйства. Внедрение рыночных отношений определило появление понятий «образовательные услуги», «платные образовательные услуги» и «рынок платных образовательных услуг», что вызвало потребность научного осмысления и новых веяний в жизни российского общества, и терминологии, которой эти реалии описываются. Исследователи⁶ отмечают, что под услугой принято понимать результат взаимодействия исполнителя и потребителя услуги. И при всей схожести образовательной услуги на другие виды услуг, исследователи подчеркивают о необходимости учитывать специфические особенности образовательной услуги, а именно:⁷ а) «неосвязаемость» такой услуги вплоть до момента ее получения, т.е. клиенту приходится, что называется, верить «на слово» производителю услуги; б) прямая зависимость услуги от субъектов (конкретных работников), оказывающих ее; в) отсутствие возможности предварительного заготовления образовательной услуги «в прок» или перепродаже ее третьим лицам; г) потребление образовательной услуги начинается одновременно с началом ее оказания.

Помимо перечисленных выше отличий существует еще одно специфическое свойство: образовательная услуга оказывает долгосрочное влияние на получателя данной услуги, которыми одновременно являются и индивид, обратившийся в учебное заведение за данным видом услуг, и отдельный сектор народного хозяйства, и общество в целом. Данное

свойство образовательной услуги распространяется независимо от того на коммерческой или некоммерческой основе оказывается потребителю образовательная услуга, в любом случае данный вид услуг следует относить к категории общественных благ. Принадлежность к категории «общественное благо» обусловлено тем, что образовательная система является одним из элементов по поддержанию культурного, научно-технического потенциалов общества, обеспечивая формирование и развитие трудового потенциала социума. Исследователи⁸ также отмечают, что образовательные услуги относятся к разряду «смешанные общественные блага», т.к. удовлетворяют потребности не только непосредственного потребителя, а запросы общества в целом. В процессе потребления, образовательная услуга имеет тенденцию накапливаться в форме потенциального человеческого капитала, становясь «собственностью» индивида, а через него используются уже обществом. При том, что современная система института образования предоставляет образовательную услугу одновременно и в равном количестве всем членам ученической (студенческой) группы, однако, индивидуальные результаты ее потребления в каждом отдельном случае существенным образом разнятся, что обусловлено рядом факторов: психо-физиологическими особенностями индивида; мотивированностью на качественное усвоение полученных знаний, а также от социально-экономических возможностей реализации полученных знаний. К тому же следует учитывать, что результаты образования проявляются, подчас, спустя продолжительное время после получения образовательной услуги. К тому же образовательные услуги представляют собой своеобразный «пазл», т.к. являются совокупностью услуг, оказываемых в разное время и разными субъектами (преподавателями). Благодаря такой совокупной работе и формируется, в конечном итоге, образовательная услуга в целом. Понимание «совокупности» образовательной услуги и позволяет исследователям⁹, акцентировать внимание на том, что образовательная услуга формируется значительным числом «факторов» индивидуального производства, каждый из которых непосредственно зависит от личностных и профессиональных качеств преподавателей, как субъектов, предоставляющих конкретный вид услуги.

Появление и внедрение в практику российской жизни образовательных услуг, предоставляемых на коммерческой основе, вызывало первоначально далеко неоднозначное отношение населения страны к данному явлению, хотя отмечают исследователи, с появлением платных мест в государственных вузах появляется и спрос на подобный вид услуг. Социологические опросы в 90-е гг. XX в. свидетельствовали о первоначальной неготовности россиян к получению платных образовательных услуг:¹⁰ так, если в 1992 г. лишь 20% опрошенных студентов соглашались с тем, что образование может предоставляться на

коммерческой основе, то исследования 1994 г. выявили, что уже 62% респондентов положительно оценивают саму возможность получения платного образования. При этом в этот же период количество опрошенных студентов, выступающих против коммерциализации образования, сократилось с 42% до 34% соответственно. Данные социологических опросов свидетельствуют о готовности определенной части российского общества, даже в самом начале 90-х гг. XX в., получить желаемое образование на коммерческой основе.

В начале XXI в. россияне уже привыкли к самому явлению «платные образовательные услуги». Исследователи¹¹ отмечают, что на современном этапе представление россиян о получении образовательных услуг на коммерческой основе – это обучение на платной основе в государственном или коммерческом вузе. Несмотря на формирование широкой сети негосударственных учебных заведений, Е.Л.Могильчак¹² отмечает ориентированность абитуриентов на получение образовательной услуги на коммерческой основе именно в государственных вузах, а не в коммерческих.

На современном этапе, как отмечают исследователи¹³, в первую очередь, вузы, помимо предоставления образовательных услуг на коммерческой основе могут оказывать и иные виды дополнительных услуг в рамках образовательного учреждения. Исследователями¹⁴ были выделены распространенные виды дополнительных платных услуг, предоставляемых образовательными учреждениями: 1) повторная подготовка и сдача зачета/экзамена по предмету, при отрицательном результате, за рамками официальной сессии; 2) отработки пропущенных практических занятий (например, лабораторных работ и т.п.); 3) «выравнивающие» курсы, позволяющие ученикам/студентам, не обладающим необходимой подготовкой не отстать от своей группы; 4) репетиторство (данный вид услуги проводится в рамках учебного заведения и оплата производится в кассу организации, что отличает данный вид репетиторства от занятий с преподавателями на дому на договорной основе); 5) изучение дополнительных дисциплин не предусмотренных образовательной программой.

Повсеместное распространение предоставления образовательных услуг на коммерческой основе в России на рубеже XX-XXI вв. выявило как положительные, так и отрицательные моменты данного вида услуг. Исследования¹⁵ рынка платных услуг в Южном Федеральном округе, проведенные при кафедре социологии Волгоградского государственного университета под руководством профессора И.В.Василенко и при непосредственном участии авторов работы, а также анализ научных работ, посвященных изучению данной проблематики, позволяют выделить следующие положительные моменты платной системы обучения: а) существенное расширение объема образовательных услуг; б) вариативное

обучение и углубленное изучение предметов вне классно-урочной системы; в) возможности обновления материально-технической базы учебного заведения; г) повышение комфортности условий пребывания в аудиториях; д) материальное стимулирование труда сотрудников; е) привлечение специалистов более высокого уровня для работы с учащимися; ж) риск не поступления абитуриента на желаемую специальность сведен к минимуму; з) подготовка к поступлению в среднее образовательное учреждение (школу, лицей, гимназию) и сдаче экзаменов в выпускных классах; и) расширение кругозора учащихся.

К негативным моментам следует отнести: а) фактор «навязывания» услуги; б) часть материала перекладывается на систему дополнительного (платного) образования; в) высокую стоимость образовательной услуги, что влечет социальное расслоение в обществе; г) отсутствие возможности оплаты дополнительных образовательных услуг; д) неравный доступ к получению образования внутри одной группы; е) не соответствие качества предоставляемой услуги ее стоимости; ж) неуверенность в качестве предоставляемых платных услуг; з) прием учащихся с недостаточными знаниями для восприятия изучаемых предметов.

В целом следует отметить, что появление и распространение в России 90-х гг. XX в. образовательных услуг на коммерческой основе было спровоцировано сложной социально-экономической ситуацией в стране, которая затронула все сферы жизни общества, в том числе, и систему образования. Социологические исследования начала 90-х гг. XX в. выявили готовность студентов получать желаемое образование на коммерческой основе. Как любое социальное явление платное образование имеет свои положительные и отрицательные стороны, причем для минимизации негативных последствий внедрения данного вида услуг требуется научно-практическое осмысление различных аспектов деятельности учебных заведений.

¹ Татур Ю.Г. Проблемы высшего образования / Ю.Г.Татур // Высшее образование в России. 1992. №1. С.22.

² Закон РФ «Об образовании» от 10.07.1992 N 3266-1. URL: <http://www.consultant.ru/popular/edu/> (дата обращения: 10.03.2014).

³ Там же.

⁴ Федеральный Закон «О высшем и послевузовском профессиональном образовании» от 22.08.1996 N 125-ФЗ. URL: <http://www.consultant.ru/popular/education/#info> (дата обращения: 10.03.2014)

⁵ Днепров Э.Д. Современная школьная реформа / Э.Д.Днепров. М. : Наука, 1998. С. 135

⁶ Захарова И.В. Маркетинг образовательных услуг / И.В.Захарова. Ульяновск : УлГТУ, 2008. С. 110

⁷ Захарова И.В. Указ. соч. С. 153

⁸ Там же. С. 201

⁹ См.: Захарова И.В. Указ. соч. С. 201

¹⁰ См.: *Петрова Т.Э.* Российское студенчество и высшее образование / Т.Э.Петрова. – М. : Социум, 1995. С. 34.

¹¹ *Крухмалева О.В.* Современные тенденции в получении образовательных услуг / О.В.Крухмалева // Социс. 2001. №9. С.83.

¹² *Могильчак Е.Л.* Высшее образование и рыночные отношения: социологический аспект взаимодействия / Е.Л.Могильчак // Известия Уральского федерального университета. 2009. № 1/2(64). С. 211.

¹³ Высшее образование в России: правила и реальность / отв. ред. С.В.Шишкин. М. : Независимый институт социальной политики, 2004. С. 35

¹⁴ Там же. С. 226

¹⁵ Исследование «Система платного образования в высшей школе в ряде регионов ЮФО» проводились в июле-июне 2013 г. в г. Волгограде, Волгоградской, Астраханской областях и Республики Калмыкия, N = 433, маршрутно-квотная выборка; Исследование «Дополнительное платное образование в общеобразовательных учреждениях г. Волгограда», проводилось в июне-августе 2013 г., в г. Волгограде, N= 150, целенаправленная выборка и 7 глубинных интервью.