

Staff is the main creative force, as every idea or invention is born in the minds of individuals. Human activity, his creative approach to labor is an important factor in an innovative development of an organization. Increasing labor potential has a serious impact on innovation processes and serves to develop employee opportunities or initiative. It appears at the same time as a factor of production, as well as a direct creator of material and spiritual goods (Shamugia a.: 27-33).

The key to the success of each organization is harmonious combination of different systems of personnel values, mentality, types of behavior, unity of goals, professional and human solidarity, the belief that a common cause there is being done. Based on such an approach, it there is possible to further interpersonal relationships, create a benevolent moral climate, achieve an effectiveness of the creative activities of innovators, and realize that the success of an organization is the success of each employee.

Conclusion: Modern HR manager takes care of people on a daily basis, creates a favorable climate in the company, develops teaching directions and reward systems that include elements of material and intangible motivation. By such actions he develops business processes in the company and controls their functioning.

In order for business processes to be effective in Georgia, administrations of innovative organizations must understand that training these people is one of their main tasks. There are large companies in the business sector that have set up their own training centers. We think that this direction should become a trend. Managers need to understand that the use of modern management systems will completely change the labor market and make it, of course, more efficient.

List of references

1. Amarakoon, U., Weerawardena, J., Verreynne, M., «Competitive Advantage Through HR Innovation,» INNOVATION, STRATEGY & MANAGEMENT, Talent Management, (2013, September 8).
2. Grdzlishvili N., «Region – Economics, Politics, Management», published by «New Higher Education Institute,» Tbilisi-2020- 20-25 pp.,
3. Mode of Access: [http:// www.humanresourcesmba.net](http://www.humanresourcesmba.net).
4. Shamugia A., «Directions for Improving the Forms and Methods of Material Stimulation In The Personnel Policy of Georgian General Education System», monograph, published by «Temur Chokheli», Tbilisi- 2014- 27-33pp.
5. Mode of Access: <https://www.trainingindustry.com/top-training-companies/leadership/2021-top-leadership-training-companies/>.

*О.А. Бесько, магистр, директор Филиала учреждения образования
«Белорусский государственный экономический университет»
«Минский финансово-экономический колледж»
Минск (Беларусь)*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УСЛУГА КАК ОБЪЕКТ ФИНАНСИРОВАНИЯ СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ

В настоящее время образование стало одним из основных ресурсов социально-экономического развития Республики Беларусь. Целями образования являются формирование знаний, умений, навыков и интеллектуальное, нравственное, творческое и

физическое развитие личности обучающегося. Образование – это одна из отраслей национальной экономики и отрасль социальной сферы. В процессе общественного воспроизводства образование, как и любая отрасль экономики, выполняет свою, только ей присущую специфическую роль – осуществляет образовательную деятельность.

Образовательная деятельность – деятельность по обучению и воспитанию, осуществляемая учреждением образования. Продуктом образовательной деятельности является образовательная услуга. В настоящее время это словосочетание стало привычным для всех участников экономических отношений в системе образования — для лиц, предоставляющих эти услуги, и для лиц, их потребляющих. Однако понятие «образовательная услуга» является относительно новым для экономической науки в целом.

В Кодексе Республики Беларусь об образовании понятие «образовательная услуга» не определено. Предметом договоров для участников экономических отношений в системе образования является подготовка (переподготовка, повышение квалификации) рабочих и специалистов.

В Гражданском кодексе Республики Беларусь понятие «услуги» не рассматривается, но при характеристике договора возмездного оказания услуг указано, что по данному договору «одна сторона (исполнитель) обязуется по заданию другой стороны (заказчика) оказать услуги (совершить определенные действия или осуществить определенную деятельность), а заказчик обязуется оплатить эти услуги», то есть это определенные действия или определенная деятельность.

Общее понятие услуга закреплено только в Налоговом кодексе Республики Беларусь, в соответствии с которым «услуга – деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности либо по ее завершении». [2]

На сегодняшний день нет единого подхода к определению услуги в литературе. Его отсутствие и причины многообразия определений услуги заключаются в том, что действия, которые можно назвать услугами, многочисленны и разнообразны, как и объекты, на которые они направлены.

В современных учебниках по маркетингу приводится следующий обзор понятия «услуга»:

- все виды полезной деятельности, не создающей материальных ценностей или самостоятельного материального продукта;
- любое полезное действие или исполнение, которое одна сторона может предложить другой и которое в основном неосвязаемо и не приводит к завладению чем-либо;
- процесс, включающий серию неосвязаемых действий, которые по необходимости происходят при взаимодействии между покупателями и обслуживающим персоналом, физическими ресурсами, системами фирмы – поставщика услуг;
- экономическое благо в форме деятельности;
- действие, цель которого повышение потребительской полезности объекта, на который направлено данное действие;
- вид деятельности, работ, в процессе выполнения которых не создается новый, ранее не существовавший материально-вещественный продукт, но изменяется качество уже имеющегося, созданного ранее продукта.

В маркетинге услуга определяется как согласованный процесс взаимодействия двух или более субъектов рынка, когда одни субъекты воздействуют на другие в

целях создания, расширения или воспроизводства возможностей последних в получении пользы (благ). Классик маркетинга Ф. Котлер предлагает следующее определение: «услуга – любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо» [3, с.129].

Доктор экономических наук, профессор, Акулич И.Л. в своих работах определяет услуги, как любые мероприятия, выгоды или действия, которые обеспечивают удовлетворение конкретных потребностей, в основном неосвязаемых и не связанных с собственностью (например, стрижка в парикмахерской, консультации врача, учеба в учреждении образования и т.д.) [1, с. 314].

Однако, есть авторы которые определяют услугу, как результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя (заказчика), а также собственной деятельности исполнителя по удовлетворению потребности заказчика или итог непосредственного взаимодействия поставщика и потребителя и внутренней деятельности поставщика по удовлетворению нужд потребителя.

Таким образом, базовое понятие «услуга» в литературе раскрывается либо как процесс (действие, работа, деятельность), либо как результат процесса, причем и в том, и в другом случае услуга своим результатом или непосредственно сама полезна потребителю услуги.

Производное от базового понятия «образовательная услуга» рассматривается в публикациях разных авторов. В.П. Щетинин, Н.А. Хроменков, Б.С. Рябушкин определяют образовательную услугу как систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многочисленных потребностей человека, общества и государства [7]. Е.Д. Липкина под образовательной услугой понимает совокупность знаний, умений, навыков и определенного объема информации, которые используются для удовлетворения специфической потребности человека и общества в интеллектуальном развитии и приобретении профессиональных умений и навыков.

Стрижов А.М. определяет образовательную услугу, как целенаправленную деятельность, характеризуемую взаимодействием участников образовательного процесса и направленную на удовлетворение образовательных потребностей личности [6, с.47].

Однако специфика экономических отношений в образовании связана не только с особенностями процесса производства образовательных услуг. Экономические отношения в образовании в последнее десятилетие формируются в условиях сокращения государственного финансирования образования и развития рыночных отношений в сфере образования.

Экономические отношения в образовании в последнее десятилетие формируются в условиях сокращения государственного финансирования образования и развития рыночных отношений в сфере образования.

В соответствии с Законом Республики Беларусь «О государственных минимальных социальных стандартах» государственным минимальным социальным стандартом в области образования является бесплатное образование, в том числе дошкольное, общее среднее, профессионально-техническое, специальное образование, дополнительное образование детей и молодежи, на конкурсной основе среднее специальное и высшее образование [4].

По своей сути государственный социальный стандарт в образовании – это минимально допустимый уровень видов и объемов образовательных услуг, гарантируе-

мый государством, и эта часть образовательных услуг финансируется из средств республиканского или местных бюджетов. В последнее время все больше образовательных услуг оказываются за счет собственных средств получателей этих услуг.

Среднее специальное образование – уровень основного образования, направленный на развитие личности учащегося, получение ими специальной теоретической и практической подготовки, завершающийся присвоением квалификации специалиста или рабочего со средним специальным образованием. Но это не обязательное образование. Конституцией Республики Беларусь гарантируется доступность и бесплатность только общего среднего и профессионально-технического образования. Среднее специальное и высшее образование доступно для всех в соответствии со способностями каждого. Каждый может на конкурсной основе бесплатно получить соответствующее образование в государственных учебных заведениях, но может и на платной основе [2].

Таким образом, средние специальные учреждения образования оказывают образовательные услуги для получателей услуг на платной и бесплатной основе. Следовательно, финансирование оказываемых учреждением образования образовательных услуг может осуществляться получателями услуг и государством. Причем со стороны государства финансирование может быть как самих учреждений образования, так и обучающихся.

Рассмотрим применяемые в мировой практике формы финансирования государством образовательных услуг, и применяемые в Республике Беларусь.

Сметное финансирование. Государство выделяет образовательным организациям бюджетные средства, разграничивая их по видам затрат. Органы управления образованием утверждают подведомственным им образовательным учреждениям смету доходов и расходов. Финансовые средства планируются и выделяются их получателю по статьям экономической классификации бюджетных расходов. Учреждения не вправе использовать бюджетные средства для расходов, не предусмотренных сметой, или превышать расходы по тем или иным статьям без санкции вышестоящего органа управления. Бюджетные средства перечисляются учреждениям с учетом фактического использования ранее поступивших средств по каждой статье. Так что экономия любого вида затрат невыгодна учреждению, оно в этом случае недополучит бюджетных средств в будущем. Целью учреждений образования является получение как можно большего объема ресурсов [5, с. 22].

Блочные субсидии. Данная форма государственного финансирования образовательной деятельности предусматривает выделение бюджетных средства с указанием рамок, или «блока» их использования. Они предназначены для возмещения определенных видов расходов: например, субсидии на исследовательскую деятельность, на приобретение учебного оборудования и его эксплуатацию и т.д. В этом случае также обычно утверждается смета, но по соответствующему ограниченному перечню расходов статей.

Размещение заказов (контракция). Данная форма применяется для государственного финансирования тех ступеней образования, получение которых не гарантируется всем гражданам. Это прежде всего высшее и среднее специальное образование. Государство определяет то число студентов, обучение которых по различным специальностям оно готово профинансировать, и устанавливает примерную оплату за каждого подготовленного специалиста соответствующего профиля. Образовательным организациям предлагается принять участие в конкурсе на выполнение этого заказа по установленным или меньшим ценам. Каждый участник конкурса дает предложения

о количестве специалистов по тем или иным специальностям, которое он готов подготовить, и о характеристиках предлагаемых учебных программ и других условий обучения. С учебными заведениями, выигравшими конкурс, заключаются контракты на подготовку соответствующего числа специалистов по согласованным ценам.

Подушное финансирование. Выделение образовательным организациям бюджетных средств производится по нормативу, рассчитанному на одного обучающегося. Сумма выделяемых средств определяется как произведение норматива на численность обучающихся в данной организации. Такая система предполагает право обучающихся (их родителей) на выбор места обучения и должна стимулировать конкуренцию между образовательными организациями за привлечение большего числа учащихся.

Налоговые льготы учреждениям образования. Как правило, государство предоставляет значительные налоговые льготы государственным и негосударственным некоммерческим образовательным организациям, освобождая их полностью или частично от уплаты определенных видов налогов. Это является формой косвенного финансирования государством их деятельности.

Образовательные ваучеры. Эта форма финансирования образовательной деятельности предусматривает использование специального документа (образовательного ваучера), который выдается обучающемуся и является финансовым обязательством государства оплатить обучение этого человека в размере определенной суммы. Данная форма была предложена для государственного финансирования школ. Каждому ребенку школьного возраста выдается образовательный ваучер. Учащийся (или его родители) выбирает школу и приносит в нее выданный ему документ. Школа получает бюджетные средства на основании ваучеров, предъявленных ею финансовому органу.

Гранты обучающимся. Эта форма государственного финансирования образовательной деятельности заключается в предоставлении обучающимся субсидий (грантов) на возмещение расходов, связанных с получением образования. Она применяется в ряде стран для финансирования получения профессионального образования. Гранты предоставляются на безвозмездной и безвозвратной основе. Они могут выдаваться на оплату собственно обучения, на покрытие расходов по проживанию во время обучения (для тех, кто вынужден жить вне своего дома), на питание и т.п. Гранты студентам могут предоставляться не только государством, но и частными компаниями или благотворительными организациями. Гранты позволяют обучающимся получить образование и создают условия для конкуренции между учреждениями образования.

Образовательные кредиты. Личные образовательные кредиты активно и успешно используются во многих странах как прогрессивная форма оплаты образования. Кредиты для оплаты обучения могут предоставляться государством, самими учебными заведениями, частными организациями. В двух последних случаях государство выступает гарантом возврата кредитов. Суть личного образовательного кредита в том, что человек, решивший получить платные образовательные услуги, но не располагающий достаточными средствами для их оплаты, берет в банке долгосрочный кредит, который с процентами впоследствии возмещает из своих доходов. Государство при этом может предоставлять гарантии по таким кредитам или использовать бюджетные средства для кредитования. Образовательные кредиты могут предоставляться на разный срок. В некоторых случаях государство субсидирует выплату процентов по взятым кредитам или предусматривает возможность отсрочки возврата кредита и даже его полного списания, если заемщик имеет низкие доходы [5, с. 23].

В Республике Беларусь применяются такие формы финансирования, как сметное финансирование, собственные средства потребителей услуг, налоговые льготы, образовательные кредиты, государственная поддержка с использованием средств программы «Семейный капитал».

При применении сметного финансирования размер финансовых средств рассчитывается в зависимости от категории и пропускной способности образовательного учреждения. Однако планирование выделяемых средств не по всем статьям производится в соответствии с нормативами, так как их нет законодательно установленных (расходы на текущий ремонт зданий и помещений, ремонт оборудования, приобретение мягкого инвентаря и т.д.). В основном финансирование по этим статьям занижено.

Налоговые льготы – это косвенная форма финансирования, применяемая в Республике Беларусь, которые предоставляются как самим учреждениям образования (НДС, налог на прибыль, земельный налог, налог на недвижимость и т.д.), так и получателям услуг (подходный налог с физических лиц).

В Республике Беларусь с 2015 года действует Программа семейного (материнского) капитала. Суть программы заключается в поддержке многодетных семей Беларуси. При рождении или усыновлении третьего или последующих малышей родители получают от государства материальную помощь. Так, с начала старта программы с 1 января 2015 г. многодетные граждане смогли получать на специальные депозитные счета по 10 тыс. долларов США. Воспользоваться деньгами допускалось только после достижения ребенком 18-летнего возраста. Ими можно оплатить услуги образования, здравоохранения, улучшить жилищные условия или направить на формирование дополнительной пенсии матери. Раньше установленного срока семейный капитал разрешается использовать в определенных случаях, одним из которых является получение образования. В настоящее время семейный капитал устанавливается в размере 22,5 тыс. белорусских рублей и будет ежегодно индексироваться. Из общего числа обращений за его досрочным использованием более 90 % заявлений – на улучшение жилищных условий, на втором месте – получение образования, затем – получение медицинских услуг.

Таким образом, образовательная услуга – это конечный продукт образовательной деятельности (знания, информация, умения и навыки). Именно такое понимание образовательных услуг позволяет подчеркнуть их товарную природу и интерпретировать экономические отношения в образовательной сфере как отношения продавца (учреждения образования), продающего покупателю (физическому лицу или государству) товар (знания, информация, умения и навыки). Выбор форм финансирования образовательных услуг определяется государственной политикой в области образования, национальными особенностями, организацией функционирования отрасли. Как правило, на каждом уровне финансирования и для каждого типа учреждений используются более эффективные для них формы финансирования. В Республике Беларусь наибольшее распространение получили такие формы финансирования, как сметное финансирование, собственные средства получателей услуг, налоговые льготы. Менее развиты образовательные кредиты. С 2015 года все чаще используется государственная поддержка программы «Семейный капитал».

Список использованных источников

1. Акулич, И.Л. Маркетинг: учебник для студентов экономических специальностей вузов. – 6-е изд., испр. – Минск: Вышэйшая школа, 2009.
2. Кодекс Республики Беларусь об образовании: Кодекс Респ. Беларусь, 13 янв.

2011 г., № 243-3: с изм. Закона Респ. Беларусь от 23.07.2019 г., № 231-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020. – Режим доступа: 30.12.2020.

3. Котлер, Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. – М.: Ростинтэр, 2014. – 704 с.

4. О государственных минимальных социальных стандартах: Закон Респ. Беларусь от 11 нояб. 1999 г., № 322-3: в ред. от 10.12.2020 г., № 65-3 // Консультант Плюс: Беларусь [Электронный ресурс] / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2020. – Дата доступа: 23.12.2020.

5. Сорокина, Т.В. Финансирование образования в Республике Беларусь: монография / Т.В. Сорокина, М.Е. Карпицкая, Н.А. Кузнецова. – Гродно : ГрГУ, 2010. – 203 с.

6. Стрижов, А.М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений. // Стандарты и мониторинг в образовании. – 2015. – № 3. – с. 47-50.

7. Щетинин, В.П. Экономика образования: учебное пособие для вузов / В.П. Щетинин, Н.А. Хроменков, Б.С. Рябушкин. – М.: Рос. пед. агентство, 1998.

О.В. Гамзюк, ассистент

УО «Белорусский государственный экономический университет»

Минск (Беларусь)

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГА

Пандемия коронавируса однозначно изменила мироустройство и внесла свои коррективы в современные условия ведения хозяйственной деятельности во всем мире. Мощным драйвером экономической деятельности в период пандемии является эффективное сочетание комплекса современных и традиционных инструментов маркетинга.

Развитие и активное использование современных интернет-технологий в маркетинговой деятельности позволяет оперативно изучать поведение потребителя и осуществлять текущий мониторинг конъюнктуры рынка.

Пандемия бросила вызов многим отраслям и компаниям, однако она помогла стимулировать расходы на рекламу в электронной коммерции. Поскольку все больше людей стали совершать покупки в Интернете в результате закрытия физических магазинов, бренды все чаще стали использовать рекламу на платформах электронной коммерции. Тем не менее, рост расходов на электронную коммерцию не является кратковременным. Теперь, когда люди переключились на онлайн-покупки, ожидается, что в ближайшие несколько лет продажи в электронной коммерции продолжат расти.

Кроме того, по данным исследовательской компании Gemius вся интернет-аудитория нашей страны на январь 2021 года составила 5,3 миллиона пользователей. Это аудитория охватывает пользователей, которые входят в интернет с мобильных телефонов и персональных компьютеров, в возрасте от 15 до 74 лет. Также с марта 2020 года рост аудитории составил +34%, что достаточно точно позволяет говорить об интернете-торговле как важнейшем направлении развития любой компании [1].

Интернет-сайт компании все также выполняет роль визитной карточки бренда, являясь внешним интерфейсом по отношению к внутренним бизнес-процессам организации. Необходимо принимать во внимание тот факт, что информированные лучше, чем когда-либо ранее (чему немало способствовало появление и развитие Интернета),