

Социальная конкурентоспособность образовательного продукта: постановка проблемы.

Меркулова Елена Петровна

Старший преподаватель

Иркутский Государственный Университет, Институт Математики, Экономики и
Информатики, кафедра Экономики, Иркутск, Россия.

merkul@mail.ru

Человек – существо общественное. Для того чтобы выжить и преуспеть, люди во все времена стремились добиться максимальной адаптивности к существующей социальной реальности. Преуспевание личности в конкретном обществе можно связать с его социальной конкурентоспособностью. В то же время социальная конкурентоспособность зависит от многих факторов, прежде всего от качества полученного образования. Тот образовательный продукт, который позволяет повысить социальную конкурентоспособность отдельной личности, можно считать социально конкурентоспособным. В данной работе предпринимается попытка разработки понятия «социальная конкурентоспособность образовательного продукта».

Под образовательным продуктом мы понимаем все, что производит и предлагает образовательный рынок своим потребителям с целью удовлетворения образовательных потребностей в материальной (учебная и методическая литература, программные продукты и пр.) и нематериальной (оказанные услуги, приобретенные компетенции и личностно- психологические свойства) форме.

Главным условием успешной реализации любого товара или услуги является высокая степень конкурентоспособности. Не является исключением и образовательный продукт. Под конкурентоспособностью образовательного продукта мы понимаем совокупность качественных и стоимостных характеристик образовательного продукта, обеспечивающих его преимущество перед различными группами конкурентов в удовлетворении потребностей всех заинтересованных групп потребителей – личности, работодателя, государства и общества.

Определение понятия «социальная конкурентоспособность» встречается в статье А.Я. Флиера.¹ По его мнению, оно включает в себя профессиональную устойчивость, способность к повышению квалификации, социальную мобильность личности: ее обучаемость, восприимчивость к новациям, способность к перемене профессиональной сферы деятельности, переход в более престижную область труда, повышение социального статуса, уровня образования ит.д.

Идеальный образец конкурентоспособного человека – это творческая личность, выдающая новационные идеи, технологии, продукты, произведения. Эти люди далеко не всегда хорошо социально обустроены, но уровень их личностной самореализованности и признание со стороны значимой для них части коллег дают им самоощущение пребывания «вне конкуренции» (что нередко служит вполне объективной самооценкой, хотя обычно и не отмеченной адекватным «социальным вознаграждением»).

Сегодня в развитых обществах образовался слой интеллектуальных работников, важным признаком которых является востребованность его представителей в разных структурных элементах социальной иерархии, а также их исключительная мобильность. Учитывая сказанное выше, мы предполагаем, что важнейшим конкурентным преимуществом образовательного продукта в информационную эпоху является его качество – способность удовлетворять социальные потребности представителей класса интеллектуалов.

Если качественное образование в современном мире позволяет человеку повысить свою социальную конкурентоспособность, то мы вполне можем ввести в рассмотрение кроме понятия «социальная конкурентоспособность личности» понятие «социальная конкурентоспособность образовательного продукта».

¹ Флиер А.Я. Культура как фактор национальной безопасности./ А.Я. Флиер // Общественные науки и современность, 1998, №3. - с.181-187

Социальная конкурентоспособность образовательного продукта предполагает максимальную степень удовлетворения каким-либо образовательным продуктом социальных потребностей индивида. Социальные потребности индивида, в свою очередь, в большей степени зависят от его социальной самоидентификации, от его стремления занять определенную социальную нишу.