

Насибуллина Вера

студентка 5 курса

факультет экономики и управления МИЭП

ОСОБЕННОСТИ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ РАЗВИТИЯ РОССИИ

Сложные процессы в социальных и экономических сферах поставили Россию перед необходимостью учиться жить в новых условиях. В обеспечении высокого уровня развития общества важнейшую роль играет институт социально-культурного сервиса. Сфера социально-культурных услуг служит мощным фактором генерации и реализации человеческих потребностей всех уровней. В сочетании с социальной и гуманистической направленностью делает социально-культурные услуги эффективным средством социализации личности. Опыт развития большинства стран подтверждает, что неразвитость сферы социально-культурных услуг замедляет процесс развития современного человека как работника, личности, гражданина и семьянина. Высокая «экономия» на услугах оборачивается крупными потерями в самом материальном производстве, усложняет реализацию человеческого фактора с позиции модели «человеческого капитала». Всё это сказывается на снижении возможностей реализации творческого, интеллектуального потенциала человека как главной производительной силы современного общества. Именно поэтому внимание современного общества должно обратиться на личностно-персональную значимость социально-культурного сервиса: познание человеком культуры в процессе получения социально-культурных услуг несет в себе заряд гуманизма и способствует восприятию общечеловеческих ценностей, создавая и формируя, тем самым, условия и образ жизни человека. Учитывая вышеизложенное, исследование социальных характеристик сферы услуг, анализ сферы социально-культурных услуг в целом и ее региональных особенностей в частности, рассмотрение института социально-культурного сервиса с позиций постиндустриальных тенденций, специфики его функционирования в изменяющихся условиях российского общества приобретает характер насущной необходимости. Особенностью избранной темы является то, что она находится на стыке взаимодействия социологии, социальной коммуникации, культурологии, управления, маркетинга и других наук.

Различные аспекты выбранной темы рассматриваются многими научными дисциплинами. Этот факт и обусловил широкий перечень источников базы исследования. При анализе сферы услуг, в том числе и туристской, использовались труды классиков социологии. Так, У. Томас и Э. Дюркгейм довольно

полно разработали теорию социальных ориентации и установок, в том числе и на специфические, узко направленные виды деятельности. Весьма интересной в свете исследования социально-культурной деятельности представляются теории социального действия, рассматриваемые Т. Парсонсом и М. Вебером. В трудах К. Маркса услуга представлялась как особая потребительная стоимость, где труд оказывает услуги в качестве деятельности. Роль образования для развития общества и обеспечения долгосрочного процветания страны высока, так как именно от уровня образования общества и отношения к научному потенциалу нации зависит возможность государства оставаться конкурентоспособным на мировом рынке. Современный экономический процесс проходит на новой, технологической основе. Растут требования к образовательной подготовке и специальным знаниям работника.

Повышенные требования общественного производства в условиях НТП к качеству рабочей силы, к уровню профессиональной подготовки работников предопределяют необходимость значительного увеличения затрат на развитие высшей школы, среднего специального, внешкольного дополнительного образования. На передний план выдвигаются не только опыт, навыки и сноровка, а вооруженность знаниями, творческие способности, умение обрабатывать, анализировать информацию и профессионально использовать полученные знания. Кроме того. Стратегия развития образования России до 2020 года называется «Современная модель образования, ориентированная на решение задач инновационного развития экономики», где прослеживается мысль о необходимости модернизации в сфере образования, как одной из главных задач государства.

Мы остановимся на изучении рынка платных образовательных услуг на современном этапе развития государства.

Развитие рыночных отношений в России обусловило тот факт, что образование из бесплатной привилегии, оплачиваемой государством, превратилось в товар, а точнее услугу. За достаточно короткий промежуток времени в России сложился рынок образовательных услуг, предложение которых за последние 5–7 лет сделало колоссальный скачок. Во многих случаях предложение даже превышает спрос. Вместе с тем, если инструменты маркетинга уже достаточно продолжительное время применяются в бизнесе, экономике, рекламе, то образование и коммерция еще недавно воспринимались общественным мнением как антагонистические понятия. Поэтому в сфере образования маркетинговые и рыночные инструменты управления используются в недостаточной степени. Однако проблема актуальности применения маркетинга в области образования вызывает огромный интерес.

Реальная жизненная практика, опыт деятельности процветающих образовательных учреждений наглядно демонстрируют, что надежным залогом успешной деятельности образовательного учреждения в условиях рынка

является использование маркетингового подхода в управлении своей деятельностью, в частности сбытом и продвижением услуг. Учитывая актуальность данной проблемы, рассмотрим сущность понятия «образовательная услуга», ее специфические особенности, отличия от других видов услуг, классификацию, а также особенности продвижения образовательных услуг на рынке, уделив особое внимание рекламе.

По определению, принятому 20-ой сессией Генеральной конференции ЮНЕСКО⁵⁰, под образованием понимается процесс и результат совершенствования способностей и поведения личности, при котором она достигает социальной зрелости и индивидуального роста. В Законе Российской Федерации «Об образовании» дается следующее определение образования – «целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)»⁵¹.

В то же время образование как отрасль представляет собой совокупность учреждений, организаций и предприятий, осуществляющих преимущественно образовательную деятельность, направленную на удовлетворение многообразных потребностей населения в образовательных услугах, на воспроизводство и развитие кадрового потенциала общества. Главной целью образования как педагогического процесса, его миссией является приращение ценности человека как личности, работника, гражданина.

Основным видом деятельности учреждений образования является создание образовательных услуг. Что скрывается за термином «образовательная услуга»? В чем ее отличие от других видов услуг? Под образовательными услугами чаще всего понимают систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многоликих потребностей человека, общества и государства.

Образовательные услуги, как и любой товар, реализуются на рынке, который понимается как совокупность существующих и потенциальных покупателей и продавцов товара. Рынок образовательных услуг, в этом случае, представляет собой рынок, на котором взаимодействуют спрос на образовательные услуги со стороны основных хозяйствующих субъектов (отдельных личностей, домохозяйств, предприятий и организаций, государства) и их предложение различными образовательными учреждениями.

Помимо производителей и потребителей образовательных услуг в состав участников рыночных отношений в этой сфере входят широкие круги посредников, включая службы занятости, биржи труда, органы регистрации, лицен-

⁵⁰ Бюро информации общественности **memopri** стр.3, бюро ЮНЕСКО в Москве.

⁵¹ Федеральный закон «Об образовании», ст.37

зирования и аккредитации образовательных учреждений, образовательные фонды, ассоциации образовательных учреждений и предприятий, специализированные образовательные центры и др. Все эти субъекты содействуют эффективному продвижению образовательных услуг на рынке и могут выполнять такие функции, как информирование, консультирование, участие в организации сбыта образовательных услуг и ресурсной поддержки образования.

Кроме того, отличительная особенность рынка образовательных услуг заключается в значительной роли государства и его органов управления. В частности к их специфическим функциям в сфере образования относятся:

- создание, поддержка и укрепление благоприятного общественного мнения, позитивного имиджа образовательных институтов;
- гарантирование гуманистичности образования, единства федерального культурного и образовательного пространства, общедоступности и адаптивности образования, его светского характера, свободы и плюрализма, демократизма управления и автономности образовательных учреждений;
- финансирование образования и предоставление гарантий для долгосрочных инвестиций других субъектов в эту сферу;
- применение налоговых льгот и иных форм регулирования рынка в целях развития приоритетных специальностей, форм и методов подготовки специалистов, образования в целом;
- лицензирование и аттестация образовательных учреждений и программ по ассортименту и качеству услуг;
- информационное обеспечение образовательных учреждений и др.

По причине отсутствия в литературных источниках общепризнанной классификации образовательных услуг, попытаемся выделить их основные виды, воспользовавшись Законом Российской Федерации «Об образовании» и комментариями к нему.

Все образовательные программы подразделяются на общеобразовательные и профессиональные, каждая из которых, кроме основной, может иметь и дополнительную программу.

Выявлены особенности рынка образовательных услуг в условиях глобализации в инновационной экономике: определены границы платности образовательных услуг на рынке и социальной системы государственного образования; уточнены методические аспекты: понятия равенства и доступности высшего образования: знания общедоступны и не подчинены рынку, неотделимость образовательных услуг от производителя и от потребителя, что ведет к устранению институциональных и финансовых барьеров, изменяются возможности в оплате обучения разными слоями населения, состояние семейных бюджетов при разных условиях получения источников оплаты и регулирования рынка.

Сфера образования в России переживает момент реформирования. Трансформация всей экономической системы, переход на рыночные отношения во всех отраслях экономики, повлияли и на сферу образования, приведя в неё рыночные отношения.

В начале 90-х годов ряд исследователей пришли к выводу, что рыночные отношения необходимо рассматривать как «главный элемент, лежащий в основе европейской политики высшего образования».

Одной из важнейших особенностей образовательной услуги в трансформируемой экономике является признание трактовки образовательной услуги как инвестиций в человеческий капитал, объекта купли – продажи с последующим превращением знания в общественный капитал, возрастание выгод, связанных с получением образовательных услуг. Проблемы модернизации, реформирования образования решаются во всех странах. И, несмотря на различие систем, их региональные особенности, мировые тенденции развития образования имеют много общего:

- изменение целей и функций, усиление его инновационной составляющей, связанной с особенностями передачи культурных ценностей;

- повышение качества образования в соответствии с изменяющимися реальными потребностями общества, что предполагает реализацию новых образовательных технологий, изменение системы подготовки и переподготовки кадров;

- ориентация на принципы непрерывного образования предполагает внедрение как новых образовательных технологий, поиск новых способов представления образовательных услуг, учитывающих потребности студентов (дистанционное образование, компьютерные обучающие программы, использование сети Интернет – технологий);

- формирование новых целей высшей школы, которая в XXI веке становится социальным институтом, удовлетворяющим потребности общества в профессиональном образовании.

Переход к рыночным отношениям в России повлек за собой появление платных услуг в сфере образования, доля которых с каждым годом увеличивается. За появлением платных услуг последовало возникновение частных учебных заведений, которых в 2005 г. в России по всем уровням образования насчитывалось 409, что составило всего 2,2% от их общего числа. Доля числа платных услуг в системе высшего образования также неуклонно растет.

Появление платного сектора является закономерной тенденцией развития современного рынка образовательных услуг в России.

Государственное регулирование проявляется в доминирующей роли государства на образовательном рынке как со стороны предложения, когда государство выступает основным производителем образовательных услуг,

так и со стороны спроса, когда государство выступает основным плательщиком за образовательный услуги («бесплатное обучение»). Кроме того, государство призвано выполнять традиционные для рыночных стран функции – это правовая защита рыночных субъектов (прежде всего, его потребителей) от монополизма, от недобросовестности в бизнесе, рекламе, обеспечение качества товаров, ведение статистики, содействие проведению масштабных рыночных исследований и др. Стратегия развития Российской Федерации до 2020 года в сфере образования нацелена на обеспечение эффективной модернизации образования.

Это наглядно демонстрирует Приложение 1, на примере Республики Карелия.

Актуальность создания комплексного механизма согласования потребностей экономики в кадрах с масштабами и направлениями профессиональной подготовки становится все более очевидной, поскольку система образования должна адекватно реагировать на запросы рынка труда.

В целом можно констатировать, что национальная система профессионального обучения оказалась достаточно гибкой, сумев во многих случаях отреагировать на меняющийся спрос на рабочую силу. Тем не менее имеющиеся диспропорции вызывают тревогу. Речь идет прежде всего об усиливающемся дисбалансе в масштабах выпуска специалистов, получивших начальное, среднее и высшее профессиональное образование. Если на этапе запуска реформ на долю учреждений начального профобразования приходилось около 50% подготовленных кадров, то к 2000 г. – 40%. Практически неизменным этот показатель остался у техникумов. Что касается вузов, то здесь динамика роста достаточно существенная – с 23 до 40%⁵².

В какой степени выпускники вузов востребованы народным хозяйством? Проанализируем цифры. За три года (1997–2001) потребность в специалистах высшей квалификации сократилась на 700 тыс. человек, а количество подготовленных специалистов с высшим образованием за этот период увеличилось на 2,6 млн. человек. Такая ситуация, по оценкам ГУ ИМЭИ Минэкономразвития, сохранится до 2005 г.: к этому времени будет подготовлено почти 4 млн. молодых специалистов, тогда как потребность в них едва достигнет 2 млн.

Получение высшего образования все большим числом российских граждан – явление само по себе позитивное. Но можно ли их эффективно использовать? Опыт развитых рыночных экономик с информационным типом занятости говорит о том, что сегодня востребована масса профессий, для освоения которых вполне достаточно одно-, двухлетнего обучения.

⁵² Стрижов А.М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных отношений//Стандарты и мониторинг в образовании,1999,№3,4.

Это – управленческие кадры низшего звена (супервайзеры); ассистенты врачей, учителей, адвокатов, нотариусов; медицинские сестры; техники и технологи; организаторы туристического, рекламного, рекреационного и других видов обслуживания. В случае необходимости или желания эти специалисты могут в дальнейшем продолжить получение образования в вузах. Подготовка специалистов такого рода обходится значительно дешевле, чем специалистов высшей квалификации, а степень отдачи в соответствии со служебными обязанностями достаточно велика.

Тревожная тенденция: увеличивается доля выпускников вузов, которые трудоустраиваются не по полученной специальности (50% инженеров, 70% выпускников сельхозинститутов, 30–40% врачей, экономистов, юристов). Это свидетельствует о просчетах в определении перспективной потребности в квалифицированных кадрах по профессиям и специальностям. А если рассматривать проблему более широко, то придется признать, что эффективность системы профессионального образования низка и пока она не стала инструментом государственного регулирования профессиональной структуры рынка труда.

Серьезные деформации, наблюдаемые на рынке труда, во многом связаны с несоответствием объективно необходимого для выполнения той или иной работы уровня квалификации и уровня профессионального образования, полученного работником. Одним из проявлений такого несоответствия является необоснованно завышенный спрос на работников с высшим и средним профессиональным образованием со стороны части работодателей (особенно в частном секторе).

Во многих странах макроэкономическое прогнозирование предполагает составление прогноза спроса на рабочую силу в разрезе профессий и уровня квалификации. Например, в США это делается на протяжении уже 50 лет.

Представляется целесообразным составление прогнозов профессионально-квалификационного состава рабочей силы и у нас. Выработкой методологических основ такого прогнозирования занимается небольшое число организаций, в том числе и ГУ ИМЭИ.

Результаты исследования, проведенного специалистами ГУ ИМЭИ, позволили обосновать необходимость создания единой системы мониторинга и прогнозирования спроса на рабочую силу в профессионально-квалификационном разрезе.

Отношения между рынками труда и образовательных услуг зарождаются, когда образовательное учреждение выходит на рынок труда с результатами своей образовательной деятельности, опосредованными в знаниях, умениях и навыках выпускников. Выпускники предлагают свою рабочую силу предприятиям, которые оценивают квалификацию этой рабочей силы в виде стартовых зарплат и других условий найма.

Производитель образовательных услуг заинтересован в том, чтобы его образовательные программы соответствовали требованиям рынка труда, а выпускники как можно полнее программу усваивали. Во-первых, рынок труда определяет основные стандарты качества образования в виде изменения спроса на тех или иных специалистов, уточнения знаний и умений, которыми должны обладать претенденты на определенные вакансии. Во-вторых, перспектива трудоустройства является важным мотивом, обуславливающим выбор образовательных продуктов потребителем. Взаимосвязь и взаимозависимость рынка образовательных услуг и рынка труда дают право утверждать, что спрос и предложение на рынке образовательных услуг находятся под влиянием спроса на специалистов на рынке труда. Динамика спроса на рынке труда – четвертая специфическая неценовая детерминанта рынка образовательных услуг (Приложение 2).

Целью государственной политики на рынке образовательных услуг в современной, трансформируемой экономике является стимулирование процесса создания формальных и неформальных институтов, обеспечивающих общенациональные интересы и интересы субъектов рынка, как производителей, так и потребителей образовательных услуг.

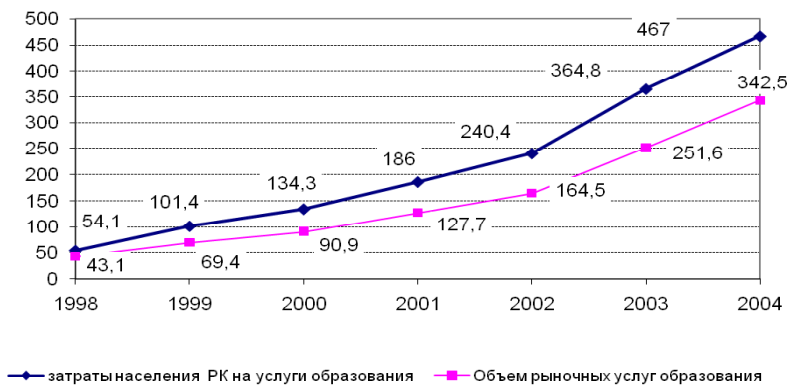
Роль образования для развития общества и обеспечения долгосрочного процветания страны высока, так как именно от уровня образования общества и отношения к научному потенциалу нации зависит возможность государства оставаться конкурентоспособным на мировом рынке.

Спрос на образовательные услуги имеет существенные перспективы. В частности, расширение сферы малого и среднего бизнеса формирует спрос на специалистов в сфере управления, финансов, маркетинга. Это влечет за собой увеличение количества потребителей образовательных услуг.

В современных социально-экономических условиях одна из важнейших проблем сферы образования в целом и российской системы в частности – предоставление широким слоям населения качественного и доступного образования. Развитие образовательного рынка идет параллельно с процессами социального и экономического развития, и для удовлетворения возрастающего спроса на образовательные услуги в свете глобализации и информатизации мирового сообщества необходима новая форма получения образования.

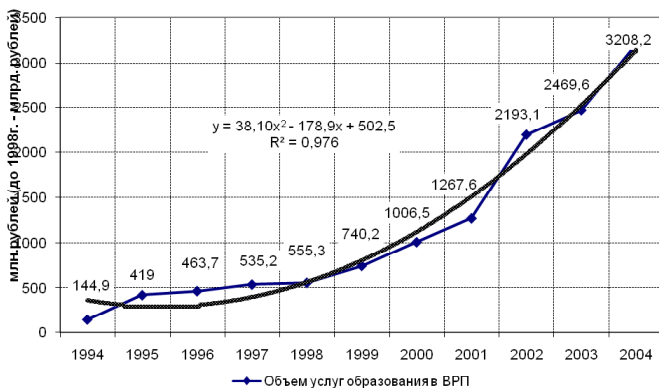
Формирующийся современный рынок образовательных услуг обладает рядом особенностей, среди которых научный интерес представляет поведение потребителей и производителей образовательных услуг в условиях глобальной экономики. Особая роль на рынке образовательных услуг принадлежит государству, которое выступает и как потребитель накопленных знаний и результата образования и поэтому государство заинтересовано в контроле и регулировании рынка.

	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Оплата услуг, всего	157,8	585	964,3	1172,8	1229,6	1665,7	2176,2	2834,1	3967,6	5630,4	7180,8	9029,4	10907
затраты населения РК на услуги образования	8,67	33,34	41	45,1	54,1	101,4	134,3	186	240,4	364,8	467	723,9	807,2
ВРП	3386,3	8065,3	8960,9	9875,3	11381,8	20232	28285,3	33773,7	41789,3	46588,9	53964,1	76313,2	
Объем рыночных услуг образования	11,6	19	32,3	27,3	43,1	69,4	90,9	127,7	164,5	251,6	342,5		
рыночные услуги науки	7,1	11,4	3,5	30,7	23,5	24,7	56,5	20,9	37,3	47,7	63,6		
Объем нерыночных услуг образования	133,3	400	431,4	507,9	512,2	670,8	915,6	1139,9	2028,6	2188	2747,3		
нерыночные услуги науки	1,2	2	13					56,1	70,9	74,6	89,9		
Объем услуг науки и научного обслуживания в ВРП	8,3	13,4	16,5	30,7	23,5	24,7	56,5	77	108,2	122,3	153,5		
Объем услуг образования в ВРП	144,9	419	463,7	535,2	555,3	740,2	1006,5	1267,6	2193,1	2469,6	3208,2	3865,6	4828,9
услуги образования, науки и научного обслуживания в ВРП	153,2	432,4	480,2	565,9	578,8	764,9	1063	1344,6	2301,3	2591,9	3361,7		



Приложение 2





В условиях перехода к рынку образовательные услуги стали рассматриваться как специфический товар, предлагаемый на рынке образовательных услуг. В отличие от материального продукта, сама по себе образовательная услуга имеет отличительные особенности, делающие её особым товаром со своими законами спроса и предложения.

Следовательно, можно предположить, что тенденция роста предоставления образовательных услуг останется. И если вернуться к «Стратегии образования до 2020 года», то, видимо, можно ожидать и увеличение спектра услуг. Например, в организации среднего специального, дошкольного, профессионального, пост профессионального образования, системы повышения квалификации.

Литература

1. Стрижов А.М. Понятие качества образовательной услуги в условиях рыночных. отношений//Стандарты и мониторинг в образовании,1999,№ 3,4. 2.
2. Федеральный закон «Об образовании», ст.37.
3. Стратегия развития образования России до 2020 года «Современная модель образования, ориентированная на решение задач инновационного развития экономики».

Пестряков Виктор

Аспирант Института экономики КарНЦ РАН

СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УСЛОВИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ДЕЛОВОЙ СРЕДЫ РЕГИОНА

Деловая среда регионального бизнес-сообщества является определяющим элементом развития бизнеса на локальном уровне, что влияет на состояние всего региона в целом. Ее формирование обусловлено совокупно-