

ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Самсонова Е. В., Самсонова М. В.

Камышинский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный технический университет», Камышин, Россия (403874, г. Камышин, ул. Ленина, 6А) ebuh@yandex.ru

Важным фактором, влияющим на рынок образовательных услуг и занятость, является существующий дисбаланс между изменением и возрастанием спроса на специалистов нужного профиля и подготовки и возможностью их удовлетворения со стороны образовательных учреждений. Рыночные отношения, складывающиеся в России, предъявляют свои особые требования и к выпускающимся специалистам. Одной из основных задач в современных условиях является исследование проблем образовательных услуг и в частности развитие системы переподготовки и повышения квалификации и ее влияние на уровень занятости. Подобная роль системы переподготовки и повышения квалификации ставит перед ней крайне важную задачу определения приоритетов этих функций в новых социально-экономических отношениях. Система переподготовки и повышения квалификации специалистов – это особый социальный институт, положение которого в обществе и исполняемые социальные функции двойственны. С одной стороны, система повышения квалификации и переподготовки специалистов предназначена для удовлетворения потребностей населения в образовательных услугах. С другой стороны, система повышения квалификации и переподготовки специалистов предназначена для удовлетворения потребностей разнообразных участников рынка в специалистах.

Ключевые слова: образовательная услуга, рынок образовательных услуг.

THE NOTION AND FEATURES OF THE RUSSIAN MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES

Samsonova E. V., Samsonova M. V.

Kamyshin Technological Institute (branch) of the State Educational Institution of Higher Professional Education "Volgograd State Technical University", Kamyshin, Russia (403874, Kamyshin, Lenina Street, 6A) ebuh@yandex.ru

An important factor influencing the market of educational services and employment, is the imbalance between the change and the increasing demand for specialists of specific field and training and the possibility of satisfying them by educational institutions. Market relations in Russia, have special requirements and available to professionals. One of the main tasks in modern conditions is to research the problems of educational services and in particular the development of the system of training and retraining and its employment effects. Such a role of the system of retraining and poses in front of her very important task prioritization of these functions in the new socio-economic relations. The system of retraining and advanced training of specialists is a special social institution, whose position in society and executable social functions dual. On the one hand, the system of training and retraining of specialists is designed to meet the needs of the population in the educational services. On the other hand, the system of training and retraining of specialists is designed to meet the needs of the diverse participants in the market for specialists.

Keywords: educational service, market of educational services.

Развитие национальной экономики обусловили ее переход на рыночные отношения, возбудили интерес экономистов к рынку образовательных услуг, которые «выражаются в обучении потенциальных (будущих) и нынешних работников» [6]. Об этом говорят различные публикации последних лет, относящиеся к рассматриваемой теме. Между тем, понятийный аппарат этой сферы услуг пока окончательно не сформировался. Это видно, в частности, из определения услуг вообще: «Услуги как товар нематериальны, неотделимы от производителя, не сохраняемы и не обладают постоянством качества. Услуга как товар потребляется в тот момент, когда она и производится» [3], а также образовательных услуг:

«Они представляют собой систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения разнообразных образовательных потребностей личности, общества, государства» [6].

Для того, чтобы разрешить неточности и противоречия в трактовке понятия «услуга», необходимо раскрыть сущность этого понятия с различных точек зрения.

Многие исследователи утверждают, что любой товар – это заключенная в упаковку услуга для решения какой-то проблемы. Представители классической школы экономической теории определяют услугу как полезное действие той или иной стоимости, товара ли, продукта ли.

Ф. Котлер также отождествляет понятия «услуга» и «товар». Товар – все то, что может удовлетворить нужду и потребность и предлагаемый рынку с целью привлечения внимания, приобретения, использования или потребления. Это могут быть физические объекты, услуги, места, организации и идеи.

Другие авторы придерживаются противоположной точки зрения.

1. Услуга – это есть отношение общественного труда в форме его нетоварного обмена и в качестве непосредственно полезного процесса трудовой деятельности физического или юридического лица [1].

2. Услуга – любое мероприятие или выгода, которое одна сторона предлагает другой и которая неосвязаема и не приводит к овладению чем-либо. Материальные услуги связаны с товаром в его материальном виде, тогда как нематериальные услуги не связаны с товаром [2]. Для обоснования экономического содержания понятия услуга, необходимо рассмотреть традиционные черты услуг. Услуги имеют четыре основных качества, которые отличают их от товара. К ним относятся неосвязаемость, невозможность хранения, неотделимость от источника и изменчивость.

Неосвязаемость услуг означает, что их невозможно транспортировать, хранить, упаковывать или изучать до покупки, можно лишь чувствовать эффект, который появится в результате получения услуги.

Невозможность хранения услуг означает, что их нельзя хранить с целью последующей реализации.

Неотделимость от источника свойственна многим видам услуг. Контакт с потребителями, как правило, в форме прямого обмена – неотъемлемая часть предоставления услуги.

Изменчивость означает непостоянство качества услуги. Отсутствие стандартизации производства услуг, неспособность клиента четко изложить свои потребности в услугах, настроение обслуживающего персонала оказывают сильное влияние на качество предоставляемых услуг, даже если обслуживание осуществляет один и тот же человек. Воздействие этих особенностей наиболее велико при личном обслуживании.

Услуге как экономической категории присущи следующие черты:

- услуга – вызванное потребностью любое полезное мероприятие, которое одна сторона предлагает другой;
- продажа услуг невозможна без контакта с потребителем;
- услуги обособлены от товаров из-за невозможности их хранения и транспортировки;
- эффективность потребления услуг определяется, главным образом, их качеством.

Услуги различаются по мотивам их приобретения. Мотивы могут быть личными или деловыми. Услуги существенно разнятся по осязаемости.

Услуги могут оказывать люди с разным уровнем квалификации. Относительно услуг, требующих высокой квалификации, потребители проявляют большую избирательность при выборе. Вот почему специалисты часто добиваются лояльности потребителей. Потребитель услуг, не требующих высокой квалификации, менее разборчив.

3. Услуги классифицируются по степени контакта с потребителем. В тех случаях, когда он достаточно тесен, необходимо обучать персонал культуре отношений [2].

В трактовке понятия «образовательная услуга» также нет единого мнения (таблица 1).

Таблица 1. Трактовки понятия «образовательная услуга» (составлено авторами)

Определение образовательной услуги	Автор определения
Комплекс таких услуг, которые непосредственно связаны с реализацией главных целей образования, осуществлением его миссии	Панкрухин А. П.
Работа отдельного педагога или педагогического коллектива, направленная на целесообразное (предварительно запрограммированное) изменение социально-психологической (в частных проявлениях – профессиональной, квалификационной и т.д.) структуры личности обучаемого	Кожухар В. М.
Полезный вид труда, непосредственно удовлетворяющий потребность человека в образовании и как материально-вещественный продукт, позволяющий удовлетворять образовательную потребность человека самостоятельно (учебники, обучающие программы, пособия и т.п.)	Бурденко Е. В.
Совокупность результатов образовательного процесса и сопутствующих ему вспомогательных процессов, представленная высшим образовательным учреждением на рынке образовательных услуг и непосредственно направленная на удовлетворение установленных и предполагаемых образовательных потребностей конкретного потребителя	Данилова Т.В.
Экономическая категория, в которой концентрированно выражены сложные экономические отношения в области образования	Маккинли Т.
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	Липкина Е.Д.

Трудовая деятельность экономической единицы, направленная на удовлетворение потребности некоторого субъекта в образовании (т.е. в приобретении систематизированных знаний, умений и навыков), осуществляемая с предварительного согласия данного субъекта	Романова И. Б.
Целый комплекс действий: воспитательного и обучающего характера, направленный на удовлетворение потребностей индивида, в результате осуществления которого происходит совершенствование имеющихся и приобретенных навыков	Терещенко Н. Н.
Система знаний, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей индивида, общества и государства и направлены на приращение человеческого капитала	Зайчикова С. А., Маяцкая И. Н.

Российский рынок образовательных услуг достаточно динамичен в своем развитии и стремится адаптироваться к мировым тенденциям и новым условиям жизни российского общества. Можно выделить ряд тенденций, характеризующих его состояние в настоящий период (рис. 1).

Важным фактором, влияющим на рынок образовательных услуг и занятость, является существующий дисбаланс между изменением и возрастанием спроса на специалистов нужного профиля и подготовки и возможностью их удовлетворения со стороны образовательных учреждений. Рыночные отношения, складывающиеся в России, предъявляют свои особые требования и к выпускающимся специалистам.

Одной из основных задач в современных условиях является исследование проблем образовательных услуг и в частности развитие системы переподготовки и повышения квалификации и ее влияние на уровень занятости. Подобная роль системы переподготовки и повышения квалификации ставит перед ней крайне важную задачу определения приоритетов этих функций в новых социально-экономических отношениях.

Система переподготовки и повышения квалификации специалистов – это особый социальный институт, положение которого в обществе и исполняемые социальные функции двойственны. С одной стороны, система повышения квалификации и переподготовки специалистов предназначена для удовлетворения потребностей населения в образовательных услугах. При исполнении системой повышения квалификации и переподготовки специалистов этой роли, естественно, главным субъектом деятельности является потребитель услуг.

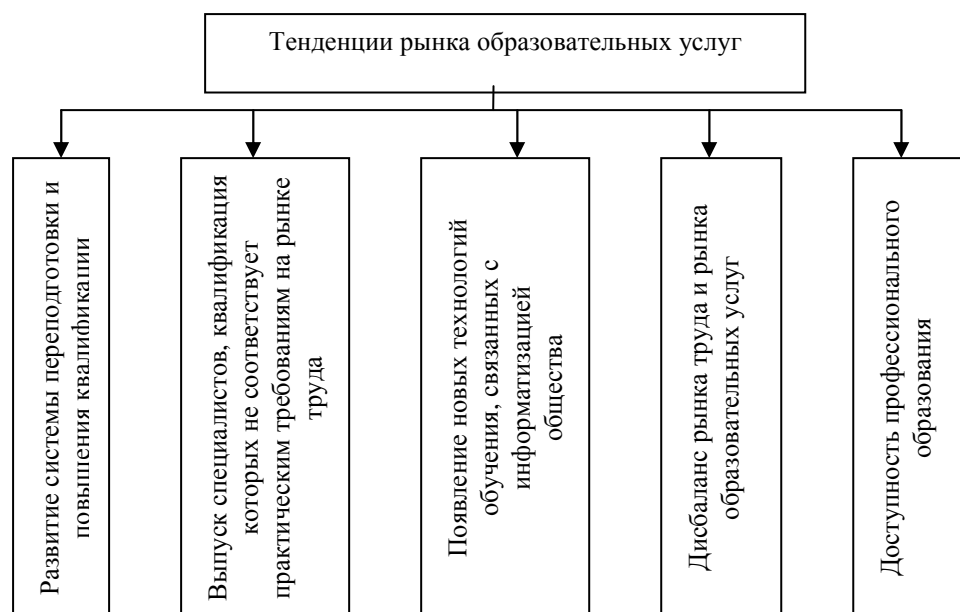


Рис. 1. Особенности развития российского рынка образовательных услуг (составлено авторами)

С другой стороны, система повышения квалификации и переподготовки специалистов предназначена для удовлетворения потребностей разнообразных участников рынка в специалистах. Данная система позволяет готовить профессионалов, способных выдержать конкуренцию на рынке труда, решению актуальных задач воспроизводства товаров, услуг, знаний, образцов поведения, ценностей духовной жизни.

Существовавшая в СССР система распределения молодых специалистов оказывала сильное влияние на систему занятости, которая фактически координировалась административными мерами, но имела свое положительное значение. Была построена четкая система распределения молодых специалистов по предприятиям, создана система переквалификации специалистов в связи с перестройкой производства и появлением новых отраслей производства, что делало менее актуальной, чем в современных условиях, проблему занятости. Последняя перетекала в то время из экономической сферы в сферу личностных притязаний, что сказывалось на профориентации, уровне занятости в обществе и социализации личности. Это определило сохранившийся до настоящего времени достаточно высокий процент населения с высшим образованием в регионах Российской Федерации.

В связи с этим российское образование на современном этапе развития рыночных отношений должно адекватно отражать и удовлетворять потребности общества. Однако способы организации, получения и обновления знаний в России практически сохранились в неизменном виде. Возможно, причиной этому явилось то, что бюджетное финансирование в среднем по стране в общих расходах вузов приблизилось к 10–20 %. За время экономических реформ работники науки и системы образования стали экономическими аутсайдерами: ныне уровень оплаты их труда самый низкий по сравнению с оплатой в других отраслях занятости.

Все это привело к крайне низкому уровню и престижу образования, к устойчивому невниманию к проблемам повышения квалификации и переподготовки специалистов, к представлению о том, что успех в жизни достигается далеко не всегда благодаря образованию.

Выход на рынок труда большей части молодых выпускников сопровождается завышенными и порой наивными ожиданиями от будущей трудовой деятельности и профессиональной карьеры. Столкновение с трудовой реальностью приводит к переориентации сложившейся в процессе стандартного учебного процесса базовой системы ценностей. Это, пожалуй, первое, но далеко не последнее, серьезное ограничение адаптации молодежи, вступающей на профессиональный путь. Существующая модель профессионального образования делает акцент на технической детерминистской картине мира, возникает позиция теоретической оторванности от рынка, не ставящего своей целью реализацию стандартов практического профессионального поведения на рынке. Все это свидетельствует о необходимости формирования новой модели профессионального образования.

В условиях развития информационных технологий в обществе появляются не только новые модели образования, но и новые технологии занятости и трудоустройства. Современные технологии, предоставляя новые средства доставки учебных курсов, актуализируют проблему адаптации субъектов образовательного процесса к современным информационным системам, но пока лишь части населения. При определении учебными заведениями направлений обучения возникает рассогласование потребности личности и реальных потребностей рынка труда. Сокращение потребности в категориях профессий, отсутствие социально-экономических прогнозов развития регионов, слабая связь с работодателями и предприятиями по подготовке специалистов под конкретные рабочие места приводят к утрате реальных ориентиров подготовки кадров с высшим и средним профессиональным образованием, что пагубно отражается на трудовой занятости молодого поколения [5].

Сегодня новые принципы и модели образования связаны с переходом к новым информационным технологиям, индивидуальной мобильности. Стремление общества к профессиональной мобильности и большей адаптивности молодого поколения к профессиональной деятельности реализуется в сфере образования и занятости как расширение гибкости и универсальности специальностей и профессий, свободного владения современными средствами коммуникации. В системе же отечественного образования пока отсутствует целенаправленная адаптационная работа, которая должна содействовать профессиональному самоопределению и переподготовке с учетом требований рынка труда.

Особенностью России является и проблема доступности профессионального образования. В регионах с появлением ЕГЭ каждый из потенциальных студентов может выбрать наиболее устраивающий его вуз, как в своем регионе, так и в других, в том числе центральных.

Рынок образовательных услуг России формируется в новых экономических условиях, поэтому учебные заведения должны предпринимать попытки регулирования спроса и предложения на рынке труда, используя адаптированные к нему практические приемы.

Список литературы

1. Арсаланов Т. Н. Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения» / Т. Н. Арсаланов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2.
2. Басовский Л. Е. Маркетинг: курс лекций / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 1999.
3. Новаторов Э. В. Особенности стратегии сбыта и дистрибьюции услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 4.
4. Самсонова М. В., Самсонова Е. В. Методические подходы исследования спроса и предложения на рынке труда малого города // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – Режим доступа:[http:// www.science-education.ru/106-7533](http://www.science-education.ru/106-7533).
5. Шевченко Д. А. Состояние и перспективы молодежного рынка труда / Д. А. Шевченко // Экономический журнал. – 2002. – № 4. – С. 94–99.
6. Щетинин В. П., Хроменков Н. А., Рябушкин Б. Г. Экономика образования: Учеб. пособ. – М.: Рос. пед. агент., 1998. – 306 с.

Рецензенты:

Сидунова Г.И., д.э.н., профессор, декан факультета экономики и управления федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», г.Волгоград.

Воробьева Л.Е., д.э.н., профессор кафедры «Экономика и менеджмент» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», г.Волгоград.