

Подопригора М.Г.

соискатель, старший преподаватель кафедры менеджмента,
факультет управления в экономических и социальных системах
Технологического института,
Южный федеральный университет в г. Таганроге
marina_p_life@mail.ru

ЧТО ПОСЕЕШЬ...

современные тенденции развития рынка образовательных услуг

Аннотация

Статья посвящена изучению вопросов функционирования рынка образовательных услуг. Предложен подход к трактовке понятия «образовательная услуга» и авторская модель ее жизненного цикла. Выявлены и обобщены основные тенденции развития рынка образовательных услуг с учетом происходящих в мире социально-экономических изменений.

Ключевые слова: образовательная услуга, рынок образовательных услуг, жизненный цикл образовательной услуги, высшее учебное заведение, тенденции развития рынка образовательных услуг

В эпоху значительных преобразований, затрагивающих все сферы жизнедеятельности человечества, назревает потребность внесения изменений в сложившиеся ранее модели экономического поведения. Особую актуальность сегодня приобретает проблема переосмысления важнейших механизмов функционирования научно-образовательной отрасли как базового ресурса развития национальной экономики, основного источника формирования кадрового, научно-технического и культурного потенциала общества. В центре внимания нашего исследования находятся высшие учебные заведения как основные стратегически важные компоненты подотрасли образования.

На сегодняшний день объективной реальностью становится трансформация высшего учебного заведения в одного из субъектов рыночной деятельности, часто именуемого поставщиком или провайдером образовательных услуг. При этом отличительной особенностью вузов является выход с одним и тем же продуктом на два взаимосвязанных рынка: рынок образовательных услуг и рынок труда.

Рынок образовательных услуг представляет собой взаимодействие спроса на образовательные услуги со стороны отдельных хозяйствующих субъектов – отдельных личностей, предприятий, государства и т.п., и предложений со стороны различных образовательных организаций.

Основные особенности образовательных услуг

Многообразию определений образовательных услуг (ОУ) можно свести к сумме знаний или объема информации, которые передаются индивиду, или к виду и результату труда/деятельности, направленных на получение образования, или к экономической категории, выражающей «сложные экономические отношения в области образования» (3, С. 3) и т.п. Большое количество дефиниций требует выделения основных особенностей ОУ. Анализ основных особенностей образовательных услуг показал, что ОУ:

- 1) на сегодняшний день обладают свойствами общественного и частного благ;
- 2) имеют общие для всех услуг характеристики: неотделимость от источника, несохраняемость, неосязаемость;
- 3) обладают специфическими характеристиками: активность потребителя в процессе их получения, государственный контроль качества, зависимость от двух взаимосвязанных рынков: рынка

ОУ и рынка труда, наличие сопутствующих услуг, придающих дополнительную ценность вузу, наличие отношения пересечения жизненных циклов ОУ, провайдера и образования индивида. Исходя из перечисленных характеристик, можно сделать вывод, что образовательная услуга – это процесс формирования компетенций (знаний, умений, навыков, способностей) потребителя как субъекта общественно-экономических отношений с целью удовлетворения его потребностей. В русле данного определения становится целесообразным рассмотрение вопроса, касающегося динамики процесса пребывания на рынке конкретной ОУ.

Жизненный цикл образовательной услуги

Процесс начинается с момента зарождения потребности потребителя в определенном роде компетенциях, трансформацией их в основные цели предстоящих образовательных услуг, продолжается временным пери-



Рис. 1. Жизненный цикл образовательной услуги

одом результативного конкурентоспособного пребывания ОУ на рынке и оканчивается уходом с него или существенной модернизацией (рис. 1).

Таким образом, процесс производства и предоставления образовательной услуги провайдером представляет собой систему, где на входе существуют конкретные потребности, которые анализируются на соответствие возможностей поставщика к их удовлетворению, стимулируя начало нового жизненного цикла (ЖЦ).

Проведение маркетинговых исследований по выявлению потребностей в определенном роде компетенциях, реализации фундаментальных и прикладных исследований, направленных на анализ путей их удовлетворения – начальный этап жизненного цикла. Здесь происходит также проектирование и освоение процесса производства образовательной услуги, в том числе лицензионные и аккредитационные мероприятия, учебно-методическое и материально-техническое оснащение деятельности, поиск основных и дополнительных источников финансирования, прогнозирование собственных выгод и т.п.

Этап пробного маркетинга ОУ связан с уточнением стратегии продвижения новой услуги на рынок. Чаще всего, здесь происходит коммерческая реализация результатов процесса предоставления инновационной образовательной услуги. Пробный маркетинг позволяет выявлять фактическую и потенциальную эффективность деятельности по предоставлению ОУ.

Этап активного предоставления образовательных услуг состоит из трех подэтапов:

- освоение связано, прежде всего, с пропагандистскими рекламны-

ми мероприятиями по стимулированию максимальной осведомленности о новой образовательной услуге. Постепенно объемы продаж начинают расти;

- диффузия образовательных услуг связана с их распространением, тиражированием и многократным повторением, благодаря большому количеству потребителей. Объемы продаж растут, достигая максимальных величин. Уровень конкуренции, как правило, также увеличивается;

- рутинизация связана с приобретением образовательной услугой таких свойств, как устойчивость, стабильность функционирующих элементов, постоянство, и, в конечном итоге, – моральное устаревание ОУ. Рынок перенасыщен, наблюдается острая конкуренция. Для поддержания падающего спроса требуются большие затраты на маркетинг и активные рекламные мероприятия или усиление конкурентных преимуществ, путем, например, совершенствования услуги.

Этап контроля качества ОУ, можно сказать, осуществляется параллельно с этапом активного предоставления образовательных услуг, где анализируется качество и актуальность предоставляемых услуг с позиций: самого провайдера, потребителей и других заинтересованных субъектов рынка образовательных услуг. Результаты ОУ, полученные на выходе, могут потребовать модификации и совершенствования услуги или способа ее предоставления, прекращения ее производства, или, наоборот, увеличения сбыта.

Делая вывод о жизненном цикле образовательной услуги, можно сказать, что:

1. жизненный цикл услуги в отличие от ЖЦ товара более продолжителен, гибок, менее рискован, вследствие

наличия на каждом этапе тесной обратной связи между провайдером и потребителями, а также больших возможностей для усовершенствования;

2. продолжительность жизнеспособности образовательных программ, реализуемых посредством услуг, сокращается, в то время как жизненный цикл образования индивида увеличивается, спрос на различные образовательные услуги имеет тенденцию к росту;

3. в последние десятилетия усиливается взаимовлияние и увеличивается состав субъектов, которые участвуют в предоставлении образовательных услуг, что диктует необходимость построения новой системы организации и управления в сфере образовательных услуг, которая была бы способна адаптивно реагировать на изменения ситуации на рынке труда. Кроме того, появляется возможность различным экономическим субъектам, концентрируясь на определенной стадии ЖЦ ОУ, быть активными участниками и «полноценно пользоваться экспортным потенциалом глобального рынка образовательных услуг» (5, С. 15-16).

Выделенные особенности жизненного цикла образовательной услуги актуализируются в связи с возобновившимся процессом глобализации.

Тенденции развития рынка образовательных услуг

Проблемы глобализации мировой экономики, вступления России в ВТО и присоединения к Болонскому процессу затрагивались на страницах ряда авторов, что позволило обозначить ряд тенденций развития рынка ОУ:

1. усиление международной академической мобильности как процесса, направленного на формирование

мирового интеллектуального капитала (4; 6);

2. увеличение экспорта образовательных услуг (4; 5);

3. реформирование высшей школы и повышение качества образовательных услуг в соответствии с требованиями мирового рынка (4; 6);

4. стремление к постоянному поиску путей обеспечения конкурентоспособности высших учебных заведений на отечественном и мировом рынках;

5. усиление процессов вертикальной интеграции по принципу: «школа-вуз», «школа-ссуз-вуз» и т.п.; стремление к укрупнению вузов, усиление горизонтальной интеграции;

6. реформирование рынка труда в части усиления структуризации и дифференциации, и, как следствие, увеличение дифференциации образовательных услуг (4);

7. сочетание конкуренции между субъектами рынка образовательных услуг, формирующими предложение, и их сотрудничества с целью усиления привлекательности сферы функционирования (2);

8. усиление инвестиционной привлекательности образования, открытости и интернационализации потенциала знаний за счет вступления в эпоху экономики знаний (4);

9. усиление взаимозависимости между вузами и организациями как конечными потребителями ОУ в плане формирования содержательной части образовательных программ и их ресурсного обеспечения;

10. увеличение доли платных образовательных услуг;

11. ограничение регуливающей роли государственной власти, усиление рыночных механизмов управления вузами, повышение их институциональной автономности и т.д. (1)

Вывод

Таким образом, обобщая вышесказанное, следует отметить, что на сегодняшний день появляются новые подходы к рассмотрению механизмов функционирования высшего образования в России, которые ориентируются на деятельность в рамках рыночных отношений с учетом основных интеграционных социально-экономических процессов.

Литература

1. Вербицкая Л., Касевич В. Институциональная автономия и проблема управления в высшем образовании // Высшее образование в России. – 2006. – № 7. – С. 16-20.
2. Гребнев Л. ВТО и Российские вузы: от жесткой конкуренции к взаимовыгодному сотрудничеству? // Высшее образование в России. Режим досту-

па: <http://www.vovr.ru/stat2.html>. – Загл. с экрана.

3. Колесов В. Рынок образовательных услуг и ценности образования (Между ВТО и Болонским процессом) // Высшее образование в России. – 2006. – № 2. – С. 3-8.
4. Медведев С. Болонский процесс, Россия и глобализация // Высшее образование в России. – 2006. – № 3. – С. 31-36.
5. Новиков В. Государственно-частное партнерство как механизм трансформации сферы образовательных услуг в РФ: Автореф. дисс. ... канд. экон. наук. – Ростов-на-Дону, 2009. – 32 с.
6. Садовничий В. Высшее образование. Россия. Доступность. Качество. Конкурентоспособность // Высшее образование в России. – 2006. – № 7. – С. 7-15.

КЭ

Podoprigora M.G.

*applicant, senior lecture, Department of Management,
Faculty of Economic and Social Systems Management of Technological Institute,
Taganrog Southern Federal University*

Modern tendencies in the development of educational services market

Abstract

The article is devoted to the study of educational services market functioning. It offers the approach to interpretation of the concept of 'educational services' and the author's model of it's life cycle. Taking into consideration socio-economic changes in the world the article reveals and generalize basic tendencies of the development of educational services market.

Keywords: educational service, educational services market, life cycle of educational service, institution of higher education.