

УДК 378.1

UDC 378.1

**ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В  
СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

**MAJOR PROBLEMS OF EDUCATIONAL  
SERVICES MARKET IN MODERN RUSSIA**

Загайнова Анастасия Андреевна  
аспирант  
ФГБОУ ВПО «Поволжский государственный  
технологический университет», Йошкар-Ола,  
Республика Марий Эл, Россия  
424000, Россия, Республика Марий Эл, г.Йошкар-  
Ола, пл.Ленина, 3  
e-mail: [ZagainovaAA@volgatech.net](mailto:ZagainovaAA@volgatech.net)

Zagainova Anastasia Andreevna  
graduate student  
Volga State University of Technology, Yoshkar-Ola,  
Mari El Republic, Russian Federation  
424000, Russian Federation, Mari El Republic,  
Yoshkar-Ola, Lenin sq. 3  
e-mail: [ZagainovaAA@volgatech.net](mailto:ZagainovaAA@volgatech.net)

В статье определены основные проблемы рынка образовательных услуг современной России на примере деятельности высших учебных заведений. Уточнены понятия «образовательная услуга», «рынок образовательных услуг». Предложены пути решения выявленных проблем

The article identifies the main problems of the education services market of modern Russia with higher education institutions practice as an example. The definitions of "educational service" and "education market" are clarified. Solutions to the problems that were identified are suggested

Ключевые слова: ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ УСЛУГА, РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ХАРАКТЕРИСТИКИ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, СЕГМЕНТЫ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ОСНОВНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Keywords: EDUCATIONAL SERVICE, EDUCATIONAL SERVICES MARKET, CHARACTERISTICS OF EDUCATIONAL SERVICES MARKET, SEGMENTS OF EDUCATIONAL SERVICES MARKET, KEY ISSUES OF EDUCATIONAL SERVICES MARKET

В современной России неотъемлемым условием развития национальной экономики является непрерывное образование, формирующее человеческий, научно-технический, инновационно-креативный потенциал общества, позволяющий государству оставаться конкурентоспособным на мировом рынке товаров и услуг, в том числе и на рынке образовательных услуг. Исследуя институциональный аспект высокоразвитого эффективно функционирующего рынка образовательных услуг, необходимо учитывать право каждого российского гражданина на образование, являющееся одним из основополагающих конституционных прав россиян, которое находит свое отражение в статье 43 Конституции Российской Федерации, а также действующего в настоящее время Федерального закона «Об образовании в РФ», провозглашающего область образования приоритетной.

В современной экономике России проблемы рынка образовательных услуг считаются достаточно изученными, вместе с тем в условиях перевода национальной экономики на инновационный вектор развития, изменения влияния действующих и вновь созданных институтов, продолжающейся реформы образования, возникает потребность в выявлении основных проблем современного российского рынка образовательных услуг, проработке его некоторых теоретических основ и уточнении нового тренда его развития, определяющих актуальность темы исследования.

В настоящее время существует множество определений понятия «образовательная услуга». Согласно Федеральному закону от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в РФ» под образовательной услугой понимается объем учебной и научной информации, передаваемой гражданину в виде суммы знаний общеобразовательного и специального характера и практических навыков для последующего применения [1].

Некоторые экономисты приходят к выводу, что образовательная услуга есть не что иное, как целенаправленный, логически последовательный процесс передачи потребителям определенной совокупности знаний, умений и практических навыков общеобразовательного и специального характера по установленной программе [2].

Ученый В.П.Щетинин, например, считает, что образовательная услуга представляет собой систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения разнообразных образовательных потребностей личности, общества, государства [3].

Прежде чем дать авторское определение понятию «образовательная услуга», необходимо раскрыть его экономическую природу, уточнить характерные черты, присущие образовательным услугам.

Очевидно, что к образовательным услугам применимы общие для всех услуг характеристики, такие как неотделимость от источника, несохраняемость, неосвязаемость. Необходимо также отметить, что, как и все услуги, они являются невещественными, а потому не могут накапливаться, но можно с уверенностью сказать, что на практике происходит накопление образовательных услуг как действий, направленных на формирование человеческого капитала.

Вместе с тем исследование позволяет обобщить специфические особенности образовательных услуг:

- значительная протяженность во времени;
- активность потребителя в процессе их получения;
- государственный контроль за качеством предоставляемых образовательных услуг;
- место предоставления образовательной услуги;
- ориентация на потребности экономики в кадрах с профессиональным образованием разного уровня.

Обобщая вышесказанное, можно предложить следующую формулировку понятия «образовательная услуга» - это социально-экономическая категория, представляющая собой деятельность, в процессе которой продавец услуги передает потребителю услуги определенный объем знаний и информации, направленный на всестороннее, в том числе и интеллектуальное, развитие личности, на приобретение профессиональных умений и навыков для их последующего применения в практической деятельности, а также возможность получения непрерывного обучения на протяжении активного жизненного цикла индивида.

Переходя к исследованию российского рынка образовательных услуг, обращаясь к данному вопросу с точки зрения экономической теории, уточним, что любой рынок имеет три основных параметра: спрос, предложение, цена при условии наличия конкуренции. Поэтому можно

согласиться с мнением ученого Т. Мильгуя, который считает, что рынок образовательных услуг представляет собой взаимодействие спроса на образовательные услуги со стороны отдельных хозяйствующих субъектов – граждан, организаций, государства, и предложений со стороны различных образовательных учреждений [4]. Добавим к сказанному, что на рынке образовательных услуг должны быть условия для развития конкуренции между государственными и частными высшими учебными заведениями, с возможностью выбора образовательных услуг по приемлемой для каждого потребителя цене. Учитывая все выше сказанное, уточним понятие современного рынка образовательных услуг с учетом специфики экономических отношений в России.

Рынок образовательных услуг – это взаимодействие спроса на образовательные услуги со стороны отдельных хозяйствующих субъектов – граждан, организаций, государства, и предложений со стороны различных образовательных учреждений, в условиях конкуренции между государственными и частными высшими учебными заведениями, с предоставлением возможности выбора образовательной услуги по приемлемой для каждого потребителя цене.

Современный российский рынок образовательных услуг образует сложную систему, формирование и становление которой началось в конце 80-х – начале 90-х годов прошлого столетия. Выделим три периода развития рынка образовательных услуг в России. Уточним некоторые особенности характеристики рынка образовательных услуг за тот или иной период.

В первый период (1985-1997 г.г.) происходило зарождение и становление российского рынка образовательных услуг. Данный период характеризуется появлением и последующим распространением платных образовательных услуг, резким сокращением государственных инвестиционных вложений в образование и науку, изменением структуры

спроса на некоторые специальности, в частности наблюдался повышенный спрос на специалистов в области экономики и юриспруденции.

Во втором периоде (1998-2008 г.г.) началось расширение рынка, которое происходило в основном за счет роста частных образовательных учреждений, повышения доли платных образовательных услуг, активного развития законодательной базы, направленной на модернизацию образования, в том числе за счет присоединения к Болонскому процессу и перехода на двухуровневую систему образования. На рынке труда в этот период наблюдался спрос на специалистов естественных и технических наук.

В третьем периоде (2009 г. – по настоящее время) наметились предпосылки для стабилизации рынка. Для этого этапа характерно усиление конкуренции между российскими вузами, внедрение новых статусов образовательных учреждений (федеральные и исследовательские университеты), продолжает сохраняться спрос на выпускников технических вузов, в особенности IT-специалистов.

В ходе представленного исторического развития на российском рынке образовательных услуг сформировалось два четко выраженных сегмента: государственный и негосударственный (частный). Однако в последнее время многие исследователи пришли к выводу, что такая сегментация не в полной мере отражает реальное положение дел на данном рынке, в связи с чем были дополнительно выделены так называемые «современные» сегменты: «белый», «серый» и «черный».

«Белый» сегмент включает в себя различные платные отделения государственных вузов, негосударственные платные школы и вузы, платные курсы (например, бухгалтерского учета, иностранных языков, повышения квалификации и переподготовки кадров и др.).

«Серый» сегмент составляют услуги государственных и негосударственных учебных заведений, а также частных лиц, которые не

оформляют документы должным образом. В частности, ими могут быть искажены статистические данные и данные, представленные в налоговой отчетности, или же введены дополнительные сборы в денежной или натуральной форме, без должного оформления.

«Черный» сегмент представляют образовательные учреждения, действующие без необходимых лицензий, или распространяющие свою деятельность далеко за пределами, обусловленными лицензией, а также системой взяток и поборов при поступлении в вузы, при сдаче сессионных экзаменов, широко распространенной в секторе государственного высшего образования [5].

Основные проблемы рынка образовательных услуг России в рамках данной работы целесообразно исследовать на примере высших учебных заведений, поскольку именно они являются основными стратегически важными элементами данного рынка.

В общем числе образовательных учреждений высшего профессионального образования преобладают государственные и муниципальные учреждения, что наглядно демонстрирует рисунок 1.

Такая особенность, выражающаяся в преобладании государственного сегмента характерна не только для высших учебных заведений, но и для рынка образовательных услуг в целом.

В рассматриваемом периоде прослеживается тенденция к сокращению числа учреждений ВПО. Только за 2010- 2012 учебные годы прекратили свое существование 35 вузов, в том числе 19 государственных и 16 частных.

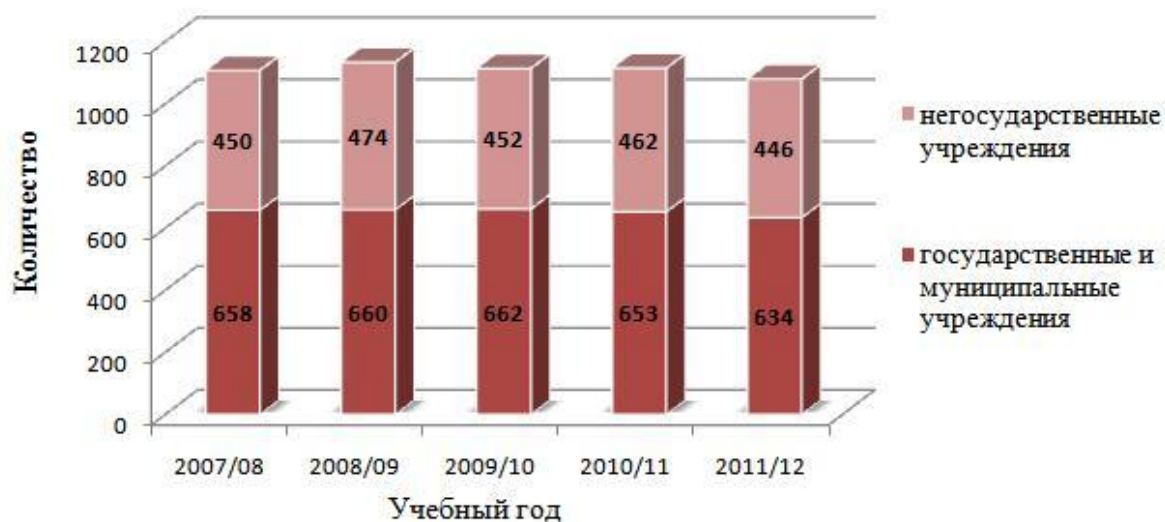


Рисунок 1 - Динамика числа образовательных учреждений высшего профессионального образования за 2007 -2012 г.г. [6]

Число студентов, обучающихся в государственных учреждениях ВПО, примерно в пять раз превосходит число студентов, получающих образование в негосударственных вузах.

Из рисунка 2 следует, что за рассматриваемый период наблюдается сокращение численности студентов, как в государственном, так и в негосударственном секторах. Данная тенденция вызвана проблемной демографической ситуацией в стране, а также последствиями мирового экономического кризиса, что привело к сужению рынка образовательных услуг за счет ликвидации неконкурентоспособных учебных организаций. Вопросам, связанным с состоянием российского рынка образовательных услуг, всегда уделялось много внимания, как со стороны государства, так и со стороны специалистов и общественности. Такой интерес, прежде всего, связан с присоединением России к Болонскому процессу, а также с трудностями, вызванными глобализацией мировой экономики.

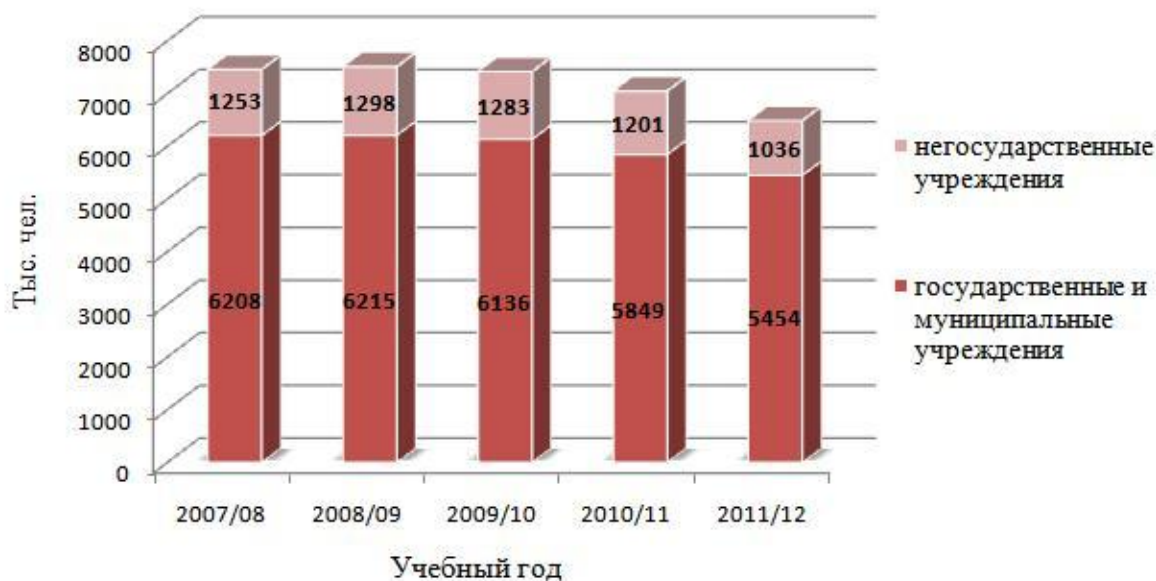


Рисунок 2 - Динамика численности студентов в образовательных учреждениях высшего профессионального образования за 2007-2012 г.г. [6]

На современном этапе российской экономики, на рынке образовательных услуг постепенно выявляется основной круг нерешенных проблем:

- остающиеся до сих пор диспропорции между структурой подготовки кадров в вузах и структурой спроса на рынке труда;
- рост объема предоставления платных образовательных услуг;
- недостаточная нацеленность вузов на развитие у потребителей образовательных услуг креативной системы мышления, а также подготовку специалистов к работе в условиях инновационно-креативной экономики;
- слишком медленный переход на интерактивную модель инновационной экономики, в которой наука, образование и бизнес функционируют триедино.

Для решения обозначенных проблем, рынок образовательных услуг в России должен двигаться в сторону инновационно-креативного вектора развития, соответствуя жестким требованиям мирового рынка, функционируя в рамках современной рыночной экономики, с учетом



протекающих в ней социально-экономических процессов. Кроме того, необходимо ввести дифференцированный подход по оплате образовательных услуг, «привязав» его к уровню успеваемости потребителя. Существующие диспропорции между структурой подготовки кадров в вузах и структурой спроса на рынке труда можно решить с помощью институционального подхода, откорректировав соответствующие компетенции в рамках ФГОС третьего поколения и введя интерактивную модель обучения - триединства науки, образования и бизнеса.

Таким образом, в ходе исследования были обобщены специфические национальные особенности образовательных услуг в современной экономике: их значительная протяженность во времени; активность потребителя в процессе их получения; государственный контроль за качеством предоставляемых образовательных услуг; место предоставления образовательной услуги; ориентация на потребности экономики в кадрах с профессиональным образованием разного уровня.

Уточнено понятие «образовательная услуга»: это социально-экономическая категория, представляющая собой деятельность, в процессе которой продавец услуги передает потребителю услуги определенный объем знаний и информации, направленный на всестороннее, в том числе и интеллектуальное, развитие личности, на приобретение профессиональных умений и навыков для их последующего применения в практической деятельности, а также возможность получения непрерывного обучения на протяжении активного жизненного цикла индивида.

Дано авторское определение понятию «рынок образовательных услуг». Рынок образовательных услуг – это взаимодействие спроса на образовательные услуги со стороны отдельных хозяйствующих субъектов – граждан, организаций, государства, и предложений со стороны различных образовательных учреждений, в условиях конкуренции между

государственными и частными высшими учебными заведениями, с предоставлением возможности выбора образовательной услуги по приемлемой для каждого потребителя цене.

Выявлены основные характеристики российского рынка образовательных услуг согласно этапам развития, начиная с 1985 года по настоящее время, а также его основных сегментов.

Определены основные проблемы рынка образовательных услуг современной России на примере деятельности высших учебных заведений, поскольку именно они являются основными стратегически важными элементами данного рынка: диспропорция между структурой подготовки кадров в вузах и структурой спроса на рынке труда; рост объема предоставления платных образовательных услуг; недостаточная нацеленность вузов на развитие у потребителей образовательных услуг креативной системы мышления, подготовку специалистов к работе в условиях инновационно-креативной экономики; медленный переход на интерактивную модель инновационной экономики: триединства науки, образования и бизнеса.

Предложены пути решения обозначенных проблем: корректировка компетенции в рамках ФГОС третьего поколения с введением интерактивной модели обучения - триединства образования, производства и науки; дифференцированный подход по оплате образовательных услуг, в зависимости от успеваемости потребителя; формирование у потребителей рынка образовательных услуг креативной системы мышления.

#### **Литература:**

1. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об образовании в РФ». - Режим доступа: СПС «Консультант Плюс».
2. Кузнецова С. П. Исследование и разработка методов стоимостной оценки образовательных услуг высших учебных заведений: автореф. дис. ... канд. эк. наук. СПб., 1998.
3. Щетинин В.П. Экономика образования: учебное пособие / В.П.Щетинин, Н.А. Хроменков, Б.С. Рябушкин. М.: Российское педагогическое агентство, 1998. С. 35.

4. Мильгуй Т. Кризис и конкурентоспособность вузов / Т. Мильгуй // Человек и труд. 2009. № 8. С. 69-70/
5. Система межрегиональных маркетинговых центров [Электронный ресурс] / Обзор российского рынка образовательных услуг. - Режим доступа: <http://www.marketcenter.ru>.свободный. - Загл. с экрана.
6. Российский статистический ежегодник. 2012: Стат. сб. / Росстат. - М.: [Б. и.], 2012. 786 с.

### References

1. Federal'nyj zakon ot 29.12.2012 № 273-FZ «Ob obrazovanii v RF». - Rezhim dostupa: SPS «Konsul'tant Pljus».
2. Kuznecova S. P. Issledovanie i razrabotka metodov stoimostnoj ocenki obrazovatel'nyh uslug vysshih uchebnyh zavedenij: avtoref. dis. ... kand. jek. nauk. SPb., 1998.
3. Shhetinin V.P. Jekonomika obrazovanija: uchebnoe posobie / V.P.Shhetinin, N.A. Hromenkov, B.S. Rjabushkin. M.: Rossijskoe pedagogicheskoe agentstvo, 1998. S. 35.
4. Mil'guy T. Krizis i konkurentosposobnost' vuzov / T. Mil'guy // Chelovek i trud. 2009. № 8. S. 69-70/
5. Sistema mezhregional'nyh marketingovyh centrov [Jelektronnyj resurs] / Obzor rossijskogo rynka obrazovatel'nyh uslug. - Rezhim dostupa: <http://www.marketcenter.ru>.svobodnyj. - Zagl. s jekrana.
6. Rossijskij statisticheskij ezhegodnik. 2012: Stat. sb. / Rosstat. - M.: [B. i.], 2012. 786 s.