

УДК: 37.014.542

DOI 10.31483/r-21468

*А.Е. Архипов, Е.А. Григорьев, В.Д. Еськов*

## **РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ: КОНЪЮНКТУРНО-ИНФОРМАЦИОННЫЙ АСПЕКТ ТРАНСФОРМАЦИИ**

*Аннотация:* современное общество характеризуется динамизмом социокультурных взаимодействий в условиях глобализации общественных и экономических процессов. По мнению авторов, это повышает значимость улучшения качества подготовки специалистов, всей сферы образования, в том числе сферы высшего профессионального образования. Повышение конкурентоспособности высшего учебного заведения возможно на базе придания соответствия качества образовательного продукта требованиям реального и потенциального спроса потребителей. Глобализационные и информационные факторы взаимодействия рыночных субъектов в значительной степени предопределяют необходимость трансформации подходов к формированию и функционированию высших учебных заведений сегодня.

*Ключевые слова:* рынок образовательных услуг, конкурентоспособность услуг, образовательные потребности, конкурентное преимущество.

*A.E. Arkhipov, E.A. Grigoriev, V.D. Eskov*

## **THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES: MARKET-INFORMATION ASPECT OF TRANSFORMATION**

*Abstract:* modern society is characterized by dynamism of social and cultural interactions in the context of globalization of social and economic processes. According to the authors' opinion this increases the importance of improving the quality of training, all education, including higher professional education. Improving the competitiveness of higher educational institution may make on the basis of conformity of quality of the educational product to the requirements of actual and potential consumer demand. Globalization and information factors of the interaction of market actors largely

*determine the necessity of transformation of approaches to formation and functioning of higher education institutions today*

**Keywords:** *the market of educational services, competitiveness of services, educational needs, competitive advantage.*

Отношение к образованию в современных условиях меняется во всем мире. Высшее образование рассматривается как один из наиболее важных факторов в социо-экономическом развитии общества.

Возрастает роль и значение внедрения инновационно-контентных координат образования в проблемно-смысловом поле формирования специалиста на базе многофакторного самопознания и самомотивации, креативного индивидуального и коллективного проектирования личности [6].

Человек, его знания и компетенции, его способности и навыки принимать оперативные нестандартные решения в условиях транзитивности экономических процессов становится одной из главных ценностей общества. Конкуренция на рынке образовательных услуг призвана стать тем рычагом, который способен подтолкнуть высшее образование к принципиально новому витку развития [4].

Современный мир – мир информационного общества, где пересекаются и заметно взаимовлияние различных сфер жизнедеятельности. Образовательная сфера в современных условиях является частью не только социальной, духовной, но и экономической и политической жизни. Услуги, предоставляемые образовательными учреждениями, представляют собой важный элемент сферы услуг. Хотя требования рынка привели к тому, что образовательные услуги могут предоставляться частными организациями, а роль органов государственной власти и местного самоуправления состоит в создании правовых и институциональных условий для эффективной организации предоставления подобных услуг [5].

Основное направление деятельности вузов – предоставление образовательных услуг. Однако сегодня еще актуальна дискуссия по поводу того, что следует понимать под самим товаром или продуктом вуза, каковы формы предоставляемых услуг.

По мнению Ш.З. Валиева, «образовательные услуги создаются в процессе научно-педагогического труда, являющегося, в свою очередь, разновидностью научного труда. Результат научно-педагогического труда может быть назван образовательным продуктом. Образовательный продукт – это часть интеллектуального продукта, адаптированная к соответствующему сегменту образовательных услуг» [4]. Как «целенаправленную деятельность, характеризующуюся взаимодействием участников образовательного процесса и направленную на удовлетворение образовательных потребностей личности», понимает образовательную услугу Е.А. Григорьев [3]. Конечный образовательный продукт, по мнению В.Д. Еськова, это «образованность индивида, а промежуточный образовательный продукт рассматривается как результат промежуточных этапов образовательного производства, выраженный в образовательных товарах и услугах» [5].

Комплексность, как отличительная особенность образовательной услуги отмечается в работах И.Ю. Севрюкова: «комплекс учебной и научной информации, передаваемой гражданину в виде суммы знаний общеобразовательного и специального характера, а также практических навыков для последующего применения [2].

Таким, образом, образовательная услуга – это и процесс или система взаимодействия с обучаемым, и результат научно-педагогической деятельности, направленной на удовлетворение потребностей потребителя.

Изучение особенностей образовательных услуг связано с рассмотрением характеристик услуг (традиционных) как таковых. Им присущи известные «4 не»: неосвязаемость, неотделимость от источника, непостоянство качества, несохраняемость) [1]. Но с учетом специфики образовательной сферы могут быть предложены следующие дополнительные элементы:

- низкая степень освязаемости продукта связана с невозможностью заранее знать результат обучения;
- предоставление образовательной услуги неразрывно связано с ее источниками;

– качество образовательной услуги имеет комплексный характер и включает квалификацию профессорско-преподавательского состава, состояние материально-технической базы (общежитие, медицинские услуги, спортивные центры, комбинат питания) и другие неотделимые от учебного процесса составляющие;

– в процессе получения услуги мы имеем возможность оценивать ее качество;

– образовательная услуга имеет накопительный характер, так как в происходит накопление знаний, умений и навыков обучающимися [3].

Современные образовательные услуги являются открытыми для информационного, кадрового обмена, способствуя сотрудничеству различных институтов и сфер. При этом, образовательным услугам отводится особая роль – особого центра общественной жизни и внимания, что позволяет рассматривать их как важнейший элемент обеспечения национальной безопасности, стратегического развития страны.

Рыночная ситуация вносит свои коррективы в целевую направленность процесса оказания образовательных услуг, эволюционируя от ориентации на подготовку развитых личностей к сфере услуг, учитывающей всесторонние интересы потребителей образовательных услуг. Происходящая трансформация сферы высшего образования в рынок образовательных услуг сопровождается рядом характеристик.

Во-первых, образовательный продукт, образовательные ресурсы превращаются в предметы законных интересов сторон, стремящихся к обеспечению собственной конкурентоспособности;

Во-вторых, между участниками (сторонами образовательного процесса) в процессе оказания и получения образовательных услуг возникают взаимные потребительские и профессиональные интересы, удовлетворяемые с помощью рыночных форм взаимодействия этих сторон.

В-третьих, претерпевает изменение управление рыночной деятельностью учебных заведений: управление вузом становится частью профессиональной

деятельности на основе бизнес-моделей, опирающихся на самостоятельное ведение собственных дел.

В-четвертых, происходит формирование рыночной мотивации и ментальности участников рынка образовательных услуг, взаимодействующих с носителями образовательных потребностей и заинтересованными в предоставляемых услугах сторонами.

В-пятых, выделение сферы образования как самостоятельного сектора рынка услуг сопровождается эволюцией внутренних предпосылок, рыночных факторов и заинтересованных сторон, которые обладают возможностью взаимодействовать на рынке.

В-шестых, все плотнее ощущается взаимопроникновение рынка образовательных услуг с рынком труда, рынком финансовых инвестиций, другими секторами рынка товаров и услуг с одной стороны, и применение (восприятие) участниками образовательного рынка конкуренции как рационального способа взаимодействия с себе подобными.

Последняя характеристика трансформации связана с формированием особой позиции государства как носителя законных интересов на рынке образовательных услуг, которая отличается от позиций поставщиков и потребителей образовательных услуг, закрепление за государством функции ключевого профессионального конфигуратора данного рынка [3].

Таким образом, с одной стороны, образовательные услуги обладают признаками товарности, являются экономической категорией, призванной удовлетворять потребности человека, а с другой, выступают в виде общественного нематериального блага, имеющего духовную и социальную значимость.

Сегодня на рынке образовательных услуг предложение стремительно растет, иногда превышая спрос. В условиях конкурентного образовательного рынка вузы стараются охватить весь спектр образовательных услуг и занять свое место в образовательном пространстве. В связи с этим, учебным заведениям необходимо постоянно проводить оценку уровня конкурентоспособности и на ее основе разрабатывать стратегии повышения конкурентоспособности, а это требует

проведения вузом постоянного мониторинга внешней среды в части содержания и структуры образовательных услуг. Эта работа может быть осуществлена на базе стратегического управления вузом и вузы, которые смогут ее правильно и своевременно организовать в перспективе будут конкурентоспособны на рынке образовательных услуг.

В условиях возрастающей конкуренции на рынке образовательных услуг возникает необходимость установления и поддержания постоянно контакта с целевой аудиторией, для обмена информацией между учебным заведением и потребителями услуг. В то же время, общество, предоставляя информацию о собственных нуждах и потребностях, корректирует и трансформирует характеристики образовательных услуг. Результатом подобного взаимовлияния является формирование прерогативных характеристик, определяющих потребительскую ценность образовательных услуг вуза. Подобное вовлечение потребителя в процесс создания образовательной услуги вуза в современных условиях представляется нам обязательным, так как способствует идентификации и дифференциации образовательного продукта и предложения среди конкурентов на рынке образовательных услуг.

### *Список литературы*

1. Архипов А.Е. Образование будущего: траектории и тренды // Гуманитарные науки и образование в Сибири. – 2016. – №4 (22). – С. 21–24.
2. Архипов А.Е. Особенности формирования постиндустриального информационного общества России / А.Е. Архипов, И.Ю. Севрюков, В.Г. Буньков // Экономика: теория и практика. – 2017. – №2 (46). – С. 94–98.
3. Боровская Ю.С. Экономическое стимулирование учебной, научно-исследовательской работы студентов, обучающихся на основании договора / Ю.С. Боровская, А.В. Мукасеев, Е.А. Григорьев // Научные проблемы транспорта Сибири и Дальнего Востока. – 2017. – №1–2. – С. 204 – 206.
4. Валиев Ш.З. Концептуальные основы функционирования высшей школы в транзитивной экономической системе. – СПб.: Изд-во СПб ГУЭФ, 2001.

5. Еськов В.Д. Ретроспективный анализ методики преподавания дизайна в России и за рубежом // Вестник педагогических инноваций. – 2015. – №1 (37). – С. 33–37.

6. Носов В.П. Анализ выпускников экономики за 25 лет работы факультета «Управление на водном транспорте» / В.П. Носов, А.А. Белоногов, В.М. Болдырев // Научные проблемы транспорта Сибири и Дальнего Востока. – 2018. – №1. – С. 239–243.

### **References**

1. Arkhipov, A. E. (2016). Obrazovanie budushchego: traektorii i trendy. *Gumanitarnye nauki i obrazovanie v Sibiri*, 4 (22), 21–24.

2. Arkhipov, A. E., Sevriukov, I. Iu., & Bun'kov, V. G. (2017). Osobennosti formirovaniia postindustrial'nogo informatsionnogo obshchestva Rossii. *Ekonomika: teoriia i praktika*, 2 (46), 94–98.

3. Borovskaia, Iu. S., Mukaseev, A. V., & Grigor'ev, E. A. (2017). Ekonomicheskoe stimulirovanie uchebnoi, nauchno-issledovatel'skoi raboty studentov, obuchaiushchikhsia na osnovanii dogovora. *Nauchnye problemy transporta Sibiri i Dal'nego Vostoka*, 1, 204–206.

4. Valiev, Sh. Z. (2001). Kontseptual'nye osnovy funktsionirovaniia vysshei shkoly v tranzitivnoi ekonomicheskoi sisteme. SPb.: Izd-vo SPb GUEF.

5. Es'kov, V. D. (2015). Retrospektivnyi analiz metodiki prepodavaniia dizaina v Rossii i za rubezhom. *Vestnik pedagogicheskikh innovatsii*, 1 (37), 33–37.

6. Nosov, V. P., Belonogov, A. A., & Boldyrev, V. M. (2018). Analiz vypusknikov ekonomiki za 25 let raboty fakul'teta "Upravlenie na vodnom transporte". *Nauchnye problemy transporta Sibiri i Dal'nego Vostoka*, 1, 239–243.

---

**Архипов Анатолий Евгеньевич** – д-р экон. наук, доцент, профессор кафедры управления работой флота ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет водного транспорта», Россия, Новосибирск.

**Arkhipov Anatoly Evgenievich** – doctor of economic sciences, associate professor, professor of the department of fleet management at the Siberian State University of Water Transport, Russia, Novosibirsk.

**Григорьев Евгений Алексеевич** – канд. экон. наук, доцент, заместитель декана факультета управления на водном транспорте ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет водного транспорта», Россия, Новосибирск.

**Grigoriev Evgeny Alexeevich** – candidate of economic sciences, associate professor, deputy dean of the faculty of water transport management at the Siberian State University of Water Transport, Russia, Novosibirsk.

**Еськов Вячеслав Дмитриевич** – доцент кафедры дизайна, заместитель директора Института искусств ФГБОУ ВО «Новосибирский Государственный педагогический университет», Россия, Новосибирск.

**Eskov Vyacheslav Dmitrievich** – associate professor of the department of design, deputy director of the Institute of arts at the Novosibirsk State Pedagogical University, Russia, Novosibirsk.

---