

# **ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**

**Чикишева Ксения Владимировна**

студент гр. ЭТ – 10

**Попова Ирина Николаевна**

канд. социол. наук, доцент, преподаватель

ФГБОУ ВПО «Уральский Государственный Экономический Университет»  
г. Екатеринбург, Свердловская область

## **ОСОБЕННОСТИ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ПЛАТНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

*Аннотация: в статье затрагиваются проблемы ценообразования в сфере образовательных услуг, приводятся факторы зависимости спроса и цены на образовательные услуги.*

Развитие мировой экономики характеризуется возрастающей ролью информационного обеспечения хозяйственных процессов.

Формирование негосударственного сектора на рынке платных образовательных услуг зависит от доходов, занятости, образовательного уровня населения региона. Более активно рынок развивается в сфере профессионального образования, что обусловлено возрастающими потребностями населения в профессиональном образовании и состоянии рынка труда, что требует профессионально подготовленных кадров. Расширение рынка платных образовательных услуг в сфере профессионального образования в регионах в основном происходит за счет открытия филиалов государственных и негосударственных образовательных учреждений, расположенных в центральных городах.

На сегодняшний день примерно 80% вновь созданных рабочих мест занимают работники интеллектуального труда [5]. Исследования на рынке образовательных услуг показывают, что в настоящее время в мировой экономике группа

производителей новых знаний растет особенно высокими темпами, о чем свидетельствуют государственные расходы на образование. В настоящее время знания являются важнейшим ресурсом экономического роста в долгосрочной перспективе.

В исследовании проблем ценообразования в сфере образовательных услуг знания рассматриваются как конечный продукт, производимый образовательными учреждениями для удовлетворения индивидуальных потребностей субъектов и общества в целом. В связи с появлением платных образовательных учреждений в российской системе образования проблема ценообразования в секторе знаний стала особо актуальной.

Период, в течение которого платные образовательные услуги пользуются спросом и сохраняют свою конкурентоспособность, включает в себя четыре стадии, на каждой из которых образовательному учреждению требуется соответствующая стратегия и тактика поведения на рынке:

- 1) внедрение (выход на рынок);
- 2) рост;
- 3) зрелость (включая насыщение);
- 4) спад.

На каждой стадии изменяются затраты и доходы учебных заведений, цены представляемых услуг и конкурентоспособность на рынке платного образования. Наиболее высокая прибыль и выручка приходятся, соответственно, на стадию зрелости платных образовательных услуг.

На стадии внедрения рыночное поведение образовательного учреждения в основном состоят из активной информирующей рекламы, определения наиболее подходящего момента выхода на рынок и учета вариантов поведения учреждений-конкурентов.

Стадия роста учреждения, оказывающие платные образовательные услуги, характеризуется использованием каналов реализации платных образовательных услуг, максимально высоким уровнем цен на услуги, навязчивой и агрессивной

рекламой учреждения и освоением новых модификаций платных образовательных услуг, обеспечивающих продление стадии роста и покорение новых ниш.

Для сохранения своей конкурентоспособности на стадии роста и зрелости учебному заведению необходимы глубокая сегментация и освоение новых рынков этих услуг, расширение и разграничение ассортимента предоставляемых населению услуг, привлечение новых потребителей и стимулирование повторных обращений покупателей, а также снижение цен на услуги для повышения лояльности покупателей.

Одним из основных факторов, формирующих спрос на образовательные услуги, являются потребители (покупатели). Среди потребителей платных образовательных услуг выделяют конкретных индивидов, учреждения, организации и различные хозяйствующие субъекты.

Спрос на образовательные услуги отличается высокими темпами роста в сравнении со спросом на прочие услуги. Рынок знаний цикличен и зависит от демографических сдвигов в национальной экономике. Не смотря на тенденцию снижения рождаемости и рост смертности в России, имеет место рост потребностей в более качественных и современных образовательных услугах. В связи с этим очевидной тенденцией стало получения второго высшего образования и развитие интерактивных форм обучения.

Также спрос на рынке образовательных услуг подвержен влиянию вкусов, запросов и предпочтений потребителей. Основные потребители на этом рынке – дети в возрасте 6–7 лет и подростки в 14–15 лет, выбор за которых преимущественно осуществляют их родители, а также абитуриенты 16–17 лет, выбор которых обязательно должен согласовываться с финансовыми возможностями родителей. Важно объективно осуществить выбор между субъективными стремлениями индивидов получить то или иное образование и рациональными подходами к решению этой проблемы со стороны более старшего поколения.

Среди прочих факторов, влияющих на выбор образовательного учреждения выделяют доступность учреждения по местонахождению, уровню цен на предоставляемые услуги, возможностями найти в дальнейшем работу по выбирамой

специальности, а также наличие связей родителей или родственников в образовательной среде. Чаще всего субъект при существующем многообразии учебных заведений останавливает свой выбор на том из них, обучение в котором для него наиболее доступно при учете всех известных факторов, определяющих его выбор.

Спрос и цена на образовательные услуги помимо вышеуказанных факторов зависят также от широты выбора взаимодополняемых услуг. В их качестве, например, в школах, выступают группы продленного дня, факультативные занятия, семинары, проводимые по специально разработанным программам с привлечением вузовских преподавателей и подобных сторонних субъектов. В высших учебных заведениях к числу таких услуг можно отнести изучение второго или третьего иностранного языка, курсы по выбору, получение второго дополнительного образования, переподготовку и переквалификацию.

Важно отметить, что не всегда цена на образовательные услуги играет важную роль. Для отдельных групп потребителей, чье финансовое положение позволяет им обучаться на коммерческой основе, выбор образовательного учреждения будет сделан в пользу той структуры, услуги которой потребитель считает для себя наиболее полно удовлетворяющими его потребности и предпочтения.

Особую роль при выборе образовательного учреждения и формировании цен на платные услуги играет престижность образовательного учреждения, которая определяется его приверженностью определенным традициям, высокому качеству образовательных услуг и элитарностью их предоставления. Престижные учебные заведения, как правило, дают выпускнику большой шанс на рынке труда.

Предложение на рынке образовательных услуг формируют различные образовательные структуры, среди которых: государственные и муниципальные, а также негосударственные образовательные организации. Объем, качество, дифференциация предоставляемых услуг – все это определяется на основе государственных образовательных стандартов. Особо важным и определяющим качество образования является установление обязательного минимума содержания

основных учебных программ, максимального объема нагрузки обучающихся, требований к уровню подготовки выпускников.

На предложение на рынке образовательных услуг также влияет сложившийся уровень рыночных цен на услуги и его динамика. При положительной динамике предложение услуг увеличивается и растет. В настоящее время предпринимательство, связанное с образовательными процессами является одним из наиболее прибыльных и перспективных.

Предложение образовательных услуг не так динамично, как спрос на них. Для рынка платных образовательных услуг характерно постоянное неравновесное состояние: спрос всегда выше предложения, и поэтому цены постоянно растут. Следует отметить тенденцию к увеличению конкурсов для высших и средних профессиональных учебных заведений, а также для общих средних образовательных учреждений, что объясняется ростом спроса на услуги конкретных образовательных структур.

Изменения, происходящие на международном рынке образовательных услуг, свидетельствуют о том, что интернационализация становится неотъемлемым элементом высшего образования. Современные международные условия требуют, чтобы знания, полученные студентами в вузах одной страны, могли быть применимы в других странах, как для продолжения обучения, так и для профессиональной деятельности. Среди стран, входящих в группу основных экспортёров знаний, выделяют США и Великобританию, Канаду, Австралию и Голландию. Все больше по всему миру предлагается программ на английском языке. Европейский Союз, обеспокоенный растущей конкуренцией на международном рынке образовательных услуг, разрабатывает специальные программы укрепления конкурентоспособности европейского высшего образования [4].

Постановление Правительства Российской Федерации от 15 августа 2013 г. N 706 г. Москва «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг» содержит обновленные положения в сфере платных образовательных услуг [1], [2].

Следует отметить, что одним из недостатков оказания платных образовательных услуг является их более низкое качество, обусловленное меньшей ответственностью высшего учебного заведения и его преподавательского состава в предоставлении соответствующих образовательных услуг.

Платные дополнительные образовательные услуги предоставляются с целью всестороннего удовлетворения образовательных потребностей субъектов и могут быть оказаны только по желанию обучающихся.

Несмотря на безусловную практическую значимость платных образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования, необходимо отметить, что данный институт и его договорное регулирование остаются предметом для многих коллизий и научных споров, связанных как с местом платных образовательных услуг в системе высшего профессионального образования, так и их правовой природой, что доказывает значимость и актуальность исследования правовых особенностей договора об оказании платных образовательных услуг в сфере высшего профессионального образования [3].

### ***Список литературы***

1. Проект Постановления Правительства РФ «Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг» // Консультант Плюс [Электронный ресурс] – [Режим доступа]: <http://www.consultant.ru/law/hotdocs/23992.html>.
2. Об утверждении Правил оказания платных образовательных услуг // Российская Газета [Электронный ресурс] – [Режим доступа]: <http://www.rg.ru/2013/08/23/uslugi-dok.html>.
3. Юридическая Россия // Федеральный правовой портал. [Электронный ресурс] – [Режим доступа]: <http://law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1409024>.
4. Сагинова О. В. Маркетинг высшего образования: основные понятия, новые тенденции и перспективы. [Электронный ресурс] – [Режим доступа]: <http://www.marketologi.ru/publikatsii/stati/marketing-vysshego-obrazovaniya-osnovnye-ponjatija-novye-tendentsii-i-perspektivy/>.
5. Степанова Т.Е. Проблемы ценообразования на рынке образовательных услуг // Российское предпринимательство. [Электронный ресурс] – [Режим доступа]: <http://www.creativeconomy.ru/articles/8874/>.