

# Сегментация рынка образовательных услуг



**А.П. Титов,**  
аспирант  
aptitov@mail.ru

**А.Д. Викторов**  
д. э. н., профессор, ректор



Санкт-Петербургский Государственный Университет Сервиса и Экономики

*Данная статья раскрывает тему сложившегося положения на рынке образовательных услуг. Все проблемы, возникающие на пути становления рынка образовательных услуг в условиях перехода и становления рыночной экономики. Возможные выходы из трудностей и способность преодоления сложившейся ситуации позволяющие раскрыть конкурентные преимущества одного высшего учебного заведения перед другим высшим учебным заведением. Что особенно актуально в условиях снижения желающих поступать в высшие учебные заведения из за демографического кризиса 90-х годов.*

**Ключевые слова:** сегментация рынка, рынок образования, образовательные услуги.

**Р**ынок образовательных услуг — это материальные взаимоотношения всех сторон образовательного процесса: учащихся, организаций, предоставляющих образовательные услуги, лиц и организации, оплачивающих эти услуги.

Формирование современного рынка образовательных услуг началось в 90-х годах прошлого века. С переходом страны на рыночную экономику определились основные его сегменты: государственный и негосударственный. Но сейчас это деление не отражает в полной мере многообразия образовательного рынка. Поэтому можно выделить три основных современных сегмента:

«Белый» сегмент представляет собой платными отделения государственных вузов, негосударственными платными школами и вузами, разнообразными платными курсами, такими как обучение, вождению на автомобиле, бухгалтерский учет, программирование, иностранный язык, повышение квалификации и другие.

«Серый» сегмент образован из услуг государственных и негосударственных учебных заведений, а также частных лиц, которые не оформляют документы должным образом. Это может быть искажение статистических данных или налоговой отчетности или введение дополнительных сборов в натуральной или денежной форме в виде «добровольных пожертвований», без должного оформления.

«Черный» сегмент представлен образовательными учреждениями, действующими без оформления необходимых документов или лицензий, и том числе системой взяток и поборов при поступлении в вузы, при сдаче сессионных экзаменов и т. д., широко представленной в секторе государственного высшего образования.

Что касается всего объема рынка, то расходы по статье «Образование» в 2001 году имели примерно 60% семей, которых можно отнести к российскому среднему классу — от 4,1 до 6,2 миллионов семей. Средняя сумма расходов на образование в семье, составляет примерно 700–950 долларов США за год на одну семью. Сейчас стоимость обучения в ВУЗах колеблется от 18 тысяч рублей до 300 тысяч в семестр. Кроме того, огромную роль играет географический фактор, ведь не секрет, что обучение в столичных ВУЗах намного дороже.

По данным ВЦИОМ, москвичи тратят в среднем на 40% больше денег, чем жители других больших городов и в два раза больше, чем жители Санкт-Петербурга. Это объясняется и уровнем дохода в Москве, и более высоким предложением в этой сфере. Стоимость образовательных услуг напрямую зависит от престижа учебного заведения и от востребованности специальностей на рынке труда.

По оценкам экспертов, самыми популярными на рынке остаются выпускники экономических вузов — на их долю приходится более 40% спроса. Востребованности данного рода специальностей не ослабевают уже много лет, несмотря на то, что многие сейчас говорят о «перепроизводстве» экономистов. Такая популярность объясняется растущим интересом к малому и среднему бизнесу, предпринимательской деятельности. Смежные профессии, такие как финансовые аналитики и аудиторы, тоже пользуются большой популярностью на рынке труда.

Второе место занимают технические специальности, особенно в области информационных технологий. Спрос на IT-специалистов вполне объясним ростом технического прогресса.

## ОБРАЗОВАНИЕ И ИННОВАЦИИ

Очень велик сегодня спрос на маркетологов, бренд-менеджеров и специалистов по связям с общественностью — количество рабочих мест для них увеличивается год от года. Эта тенденция сохранится в ближайшие 3–5 лет, ведь компаний, создающих собственные маркетинговые и PR-отделы, становится все больше.

В качестве нового направления стоит отметить появление повышенного спроса на региональных менеджеров, городских и региональных торговых представителей. Это связано с расширением деятельности многих компаний и выходом их на новые региональные рынки. Вследствие чего и идет набор менеджеров различных уровней для работы в регионах.

Наблюдается, снижается спрос на юристов, которые совсем недавно лидировали в рейтингах самых востребованных профессий. Эксперты видят причину этого явления в том, что рынок перенасыщен данными специалистами. Слишком много выпускников в 90-е годы выбрали эту популярную профессию. Тем не менее, многие и сегодня выбирают второе высшее образование по данной специальности (29%). Скорее всего, это связано с тем, что люди хотят получить недостающие юридические знания, но работать в дальнейшем собираются по-прежнему по своей специальности [1].

Растет спрос на квалифицированные технические кадры. Такие специалисты востребованы многими. Интересно то, что предприятия готовы брать даже совсем молодых людей с минимальным опытом работы и даже не имеющего опыта в работе. Особенно высоко на сегодняшний день востребованы представители инженерно-технических специальностей.

Среди специалистов, которым предрекают хорошие перспективы на ближайшие годы, значатся инженеры-химики, технологи пищевой промышленности и инженеры-строители, так как на рынке товаров широкого потребления ожидается открытие ряда новых крупных предприятий. Кроме того, быстрыми темпами развивается рынок сырья, упаковки и оборудования для пищевого производства.

Рекламный бизнес переживает сегодня активный подъем, что, по мнению аналитиков, потребует специалистов в этой области. Но здесь есть некоторая сложность: становление российского института рекламного бизнеса проходило в 90-е годы. Тогда в этой сфере работали люди без соответствующего образования, так как реклама была новым явлением в нашей стране. Следствием этого стало расхождение во взглядах на обучающие программы и хаос в научных подходах.

Знание языков по-прежнему в цене. Особенно спрос на переводчиков увеличился за последние три года, когда европейские компании начали активно осваивать российский рынок. Особенно востребованы специалисты по переводу в узких областях, таких как автомобилестроение, сельское хозяйство, промышленность, финансы и т. д. Одна из главных проблем состоит в большом временном разрыве между воз-

никновением спроса на того или иного специалиста того и иного профиля и периодом, когда этот спрос может быть удовлетворен.

Еще одна сложность рынка — профориентация абитуриентов. Профориентация — это система мероприятий по ознакомлению с миром профессий и спецификой различных видов деятельности. Профориентация способствует выбору профессии в соответствии с индивидуальными способностями и склонностями, а также возможностями, которые предоставляет человеку общество.

Еще одной специфичной чертой российского рынка образовательных услуг является его резкое отличие от европейского рынка. И дело не только в том, что дипломы российских учебных заведений не копируются за рубежом. Здесь имеет смысл отметить о Болонском процессе. В 2003 году Россия взяла на себя обязательство к 2010 году ввести двухступенчатую систему образования (бакалавриат и магистратуру), провести аккредитацию учебных заведений, а также ввести систему учета изучаемых дисциплин и зачетных единиц, принятую в Европе.

Крупные российские ВУЗы негативно отнеслись к идее принятия Болонской системы, справедливо считая, что их выпускники и так найдут хорошую работу на Западе. Но, с другой стороны, для менее именитых учебных заведений, а особенно для их филиалов в регионах, Болонская система скорее выгодна. Ее действие будет подобно фильтру, отсеются «слабые» и поднимется уровень предлагаемых образовательных услуг, который в большинстве своем на региональном уровне оставляет желать лучшего.

По мнению экспертов всероссийского фонда образования, Болонский процесс — это не что иное как, как скрытый переход к платному образованию, потому как магистратура будет весьма дорогим удовольствием. У студента будет выбор: оставаться бакалавром и не суметь реализовать себя на рынке труда, или платить большие средства за вторую ступень европейской системы образования, которая по разным оценкам стоит в Европе от 3 до 6 тысяч евро.

Между тем, прогнозы экспертов о демографическом кризисе 1991–1997 годов подтвердились. Прежде всего, это отразилось на очной форме обучения. Снижение общей численности принятых в вузы студентов по России было отмечено уже в 2004/05 учебном году. Но, как обещают специалисты, ситуация усугубится к 2010 году, причем в Москве и Московской области будет опережать снижение численности по России (по материалам статьи «Вузы в условиях демографического кризиса: антикризисное управление и маркетинговые технологии преодоления в вопросах и ответах», автор Даниленко Л.В, Директор Центра маркетинговых инноваций в образовании ЦМИО).

В значительной степени на формирование рынка образовательных услуг оказывает не так давно появившееся направление — дистанционное обучение.

Оно позволяет сделать услуги качественного образования более доступным и открывает новые перспективы, как для потребителей, так и для продавцов. Региональные филиалы тоже были призваны решить эту проблему, но как показало время, не вполне справились с этой задачей. Всего 4% высших учебных заведений из общего числа негосударственных высших учебных заведений в регионах являются головными вузами, остальные принадлежат к территориальным подразделениям столичных вузов [2].

Сейчас конкурентная борьба между ВУЗами стимулируется с помощью системы аттестации качества образования Министерством образования и науки РФ. Составляется рейтинг, который учитывает ряд показателей:

- уровень профессорского преподавательского состава;
- уровень информатизации;
- количество публикаций, защищаемых диссертаций;
- аудиторный фонд;
- бюджетные ассигнования на исследования в области науки;
- техническое оснащение и использование передовых технологий и т. д.

Кроме того, уже установлена система аттестации качества образования и продолжается работа по созданию единых нормативов оценки качества вуза. Еще одним нововведением является предоставление кредита студентам с последующей обязательной обработкой по специальности. В противном случае, учащийся обязуется вернуть кредит. Осуществление всех этих мер должно положительно сказаться на последовательном формировании рынка образовательных услуг, который будет сегментироваться только

на государственном и негосударственном уровне, без «черного» и «серого» сегментов.

После вышесказанного можно сделать выводы:

- В последние годы рынок образовательных услуг претерпевает качественные изменения, главную роль в которых играет Болонский процесс.
- Лидирующее место на рынке образовательных услуг занимает Москва.
- Повышению качественного уровня образовательных услуг способствует демографическая ситуация в стране, особенно ее прогнозирование на ближайшие несколько лет. Как следствие следует ожидать повышения конкуренции между вузами. Это затронет два показателя: востребованности на рынке труда выпускников и качества образования.
- Одной из самых перспективных форм развития образовательных услуг является дистанционное обучение, которое позволяет получить желаемое образование, не выходя из дома.
- В целом, взгляд на систему образования как на рынок образовательных услуг, где встречаются продавец и покупатель, еще находится в стадии формирования. Потребитель пока не может в полной мере воспользоваться предоставленными правами. Продавец же пока не готов в полной мере мобильно и адекватно реагировать на образовательный запрос общества.

### Список литературы

1. Березин И.С. Средний класс на рынке образовательных услуг. Доклад на научно-практическом семинаре в Московском государственном университете экономики, статистики и информатики 31 января 2002 г.
2. Панкрухин А. Сегментация рынка образовательных услуг.

## Segmentation of the market of educational services

**A.D. Viktorov**, the professor, sankt-petersburg State University of service and economy

**A.P. Titov**, The graduate student of the first course 08.00.05 «Economy and management public facilities», pulpit «Statistics and forecasting social-economic processes of» sankt-petersburg State University of service and economy

*Given article opens a theme of the developed position in the market of educational services. All problems arising on a way of formation of the market of educational services in the conditions of transition and formation of market economy. Possible exits from difficulties and ability of overcoming of a current situation allowing opening competitive advantages of one higher educational institution before other higher educational institution. That is especially actual in the conditions of decrease wishing to arrive in higher educational institutions from for demographic crisis of 90th years.*

**Keywords:** market segmentation, the formation market, educational services.