

Мушкетова Н. С.

*Кандидат экономических наук, доцент
Доцент кафедры маркетинга и рекламы
ФГАОУ ВПО «Волгоградский государственный университет»*

ПЕРСПЕКТИВЫ СОЦИАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Современный рынок образовательных услуг вузов - это один из факторов решения важнейших проблем не только общества, но и отдельных индивидов, для которых высшее образование воспринимается как «социальный лифт». В любом государстве характер отношений на рынке вузов определяется социально-экономическим и политическим строем, а также культурно-историческими и национальными особенностями страны.

Требования общества к образованию формально выражаются в системе принципов государственной образовательной политики, целью которой является создание условий для реализации гражданами своих прав на образование, по своей структуре и качеству соответствующее потребностям развития экономики и гражданского общества. В свою очередь, присутствует и обратное влияние: от уровня образования напрямую зависит качество трудовых ресурсов, а, следовательно, и состояние экономики, промышленности, производства. Образование выступает фактором воспроизводства социально-профессиональной структуры общества. Система образования формирует гражданина, тем самым оказывает воздействие на политическую сферу общественной жизни. Через культурно-воспитательную функцию образование оказывает влияние на духовную жизнь общества. Формирование общей культуры является условием любой профессиональной подготовки в будущем, создает условия и предпосылки для социальной мобильности человека или социальной группы, сохраняет и передает культурное достояние общества

из поколения в поколение. Следовательно, рынок образовательных услуг имеет не опосредованное, а прямое влияние на социально-культурную маркетинговую среду, т.к. общественное предназначение услуги высшего образования (которая является общественным благом) - социализация учащихся¹.

Тенденция найма выпускников вузов на должности, которые, по сложившимся представлениям, не требуют высшего образования, начала проявляться еще в советское время и спровоцировала как в среде работодателей, так и среди молодых людей падение ценности высшего образования, что привело к падению заработной платы специалистов с дипломами в начале 90-х годов прошлого века, когда для социального продвижения личности более эффективными были другие ресурсы - личные характеристики, связи, удача и т.п. С середины 1990-х г.г. ситуация начала меняться, и спрос на услуги высшего образования начал расти, т.к. все большее количество людей из самых разных социальных групп стало воспринимать его как необходимое условие для профессионального роста и вертикальной мобильности. Получение высшего образования стало восприниматься как первый успех на персональном жизненном пути. Значимость школьного и профессионального среднего образования, гарантированное трудоустройство (через централизованное распределение) оказались недостаточными в новых условиях, школы и средние специальные учебные заведения (колледжи, техникумы, училища) стали ступенькой для поступления в вузы. Колледжи часто выступали единственным каналом образовательной мобильности для абитуриентов из провинции, из семей, бедных ресурсами (связями или деньгами). Они использовали колледжи не как самостоятельное и достаточное образование, а как возможность затем

¹ Садовничий, В.А. Университеты. Настоящее. Будущее [текст] / В.А. Садовничий // Выступление на Первой международной конференции университетов стран СНГ «Университеты и общество». - М., 2000.

попасть в вуз: многие колледжи обеспечивали бесплатное поступление на второй курс вуза (чаще всего не очень престижного)¹.

Бум высшего образования в России стал реакцией на усилившееся обесценивание человеческого капитала во время социально-экономического кризиса в 1990-х: высшее образование позволяло преодолевать неопределенность экономического развития и повышало степень адаптации молодежи в новой социально-экономической среде.

Развитие практики получения второго высшего образования стало следствием стихийного вычленения услуги общего высшего образования в системе высшей школы. Выпускники вузов, фактически получившие общее высшее образование, затем предъявляют спрос на услугу второго высшего образования как образование профессиональное, специализированное.

Социально-культурные последствия ограничения возможности получения высшего образования, о которых сейчас спорят в профессиональной преподавательской среде в связи с обсуждением нового Закона «Об образовании», приведут к социальному расслоению, что в частности касается жителей регионов, потому что реализация обсуждаемой инициативы по сокращению числа российских вузов приведет к полной ликвидации региональных вузов среднего звена, на которых держится региональное образование. Получение высшего образования для россиян, живущих в нестоличных регионах, станет проблематичным.

¹ Дружилов, С.А. Демографический кризис и сокращение числа вузов в России: прогнозируемые социальные последствия [текст] / С.А. Дружилов // Международный журнал экспериментального образования. – 2012.- №8. – С.34. - [электронный ресурс] http://www.rae.ru/meo/pdf/2012/08/2012_08_6.pdf (дата обращения: 10.20.2012); Дубин, Б.В. и др. Доступность высшего образования: социальные и институциональные аспекты [текст] / Б.В. Дубин; отв. ред. С.В. Шишкин. – М.: Независимый институт социальной политики, 2004. – 322 с.

Вследствие такой «оптимизации» образование может перестать выполнять функцию социального лифта, и определенные слои общества будут окончательно зафиксированы в качестве обслуживающих. Если такие слои в новой социальной системе России будут преобладать, а, значит, в обществе будет доминировать упрощенный общекультурный стандарт и национальный уровень интеллектуального развития может снизиться.

В России высшее образование у соискателя рассматривается работодателями как обязательное требование для большинства должностей и становится культурной нормой, которая определяет поведение работника в процессе производства. Таким образом, российское общество воспринимает высшее образование в настоящее время как своеобразный пропуск к престижным рабочим местам, позволяющий затем за собственный счет или за счет работодателя получить высокую профессиональную квалификацию и повысить свой социальный уровень. Образование, которое считается «высшим профессиональным», все больше требует программ дополнительного платного образования, собственно и делающими его получателя востребованным и конкурентоспособным на рынке труда¹.

Одним из наиболее значимых среди факторов развития рынка образовательных услуг в среднесрочной и долгосрочной перспективе является социально-демографический. Детальный анализ динамики демографических показателей необходим не столько и не только вузам, сколько для принятия политических решений, затрагивающих интересы общества в целом: в области образования, страхования, социального и пенсионного обеспечения, здравоохранения, подготовки и переподготовки кадров и других.

¹ Земскова, А. Молодой специалист глазами работодателя [электронный ресурс] / А. Земскова. – URL: http://www.znania.ru/stati/m_specialist.htm (дата обращения: 28.12.2012).

На протяжении нескольких десятилетий после Второй мировой войны до 1992 г. население России непрерывно росло, достигнув 148,7 млн. человек. Начиная с 1992 г. население России сокращается и на 2012 г. составляет более 143 млн. человек, при этом естественная убыль населения за последние 10 лет находится на уровне - в среднем 0,4% в год. Основной причиной процесса депопуляции в России явилось резкое снижение рождаемости – с 1985 по 1999 г.г. - почти в 2 раза. Существенное увеличение рождаемости в 2007-2009 г.г. и суммарно за весь период с 1999 г. - после достижения ее исторического минимума - не могло не сказаться в положительную сторону на интегральных показателях воспроизводства населения. В 2008-2009 г.г. темпы прироста начали падать - соответственно, 6,4% и 2,8%. Данные за 2010 г. свидетельствуют, что рост числа рождений в России завершился и составил 1,5-1,6%. Снижение рождаемости от поколения к поколению в России, к сожалению, продолжается, среднее число детей в семьях уменьшается, несмотря на увеличение показателей для условных поколений в 2000-2009 г.г., и переломить данную тенденцию будет крайне нелегко¹. Снижение рождаемости в России было неизбежным в свете общей и последовательной модернизации общества во всех сферах, но переход от высокой рождаемости к низкой привел к изменению динамики численности населения, к трансформации демографического баланса между поколениями. Снижение рождаемости до нынешнего уровня является центральным аспектом современного демографического вызова социально-экономическим системам в развитых странах. Таким образом, численность потребителей на российском рынке постоянно сокращается. Притом, что темпы снижения численности в настоящий момент

1. ¹ Счетчик населения [электронный ресурс]. – URL: <http://demoscope.ru/weekly/app/popclock/popclock.php> (дата обращения: 7.11.2012); Глобальные демографические проблемы современности: миграции и миграционная политика [текст] / Отв.ред. В.В. Минаев. - М.: РГГУ, 2011. - 549 с.

относительно не велики, в долгосрочной перспективе отрицательное влияние динамики численности населения России на структуру и объем национального рынка (в том числе рынка образовательных услуг вузов), а также - на выбор корпоративной и маркетинговой стратегий вузов – может оказаться угрожающим. В условиях сокращения численности населения государства или его замедленном росте сохранение существующей доли национального (регионального) рынка, т.е. реальных потребителей, становится более актуальной маркетинговой задачей вуза, чем привлечение новых.

Тем не менее, численность населения России увеличивается за счет миграционного обмена с другими странами. Пока процентное соотношение остается в пользу коренного населения, но в условиях естественной убыли влияние миграции на динамику населения особенно значительно. С середины 1990-х г.г. Россия получила наибольший миграционный прирост за счет прибытий из стран СНГ и др. (Узбекистан, Украина, Таджикистан, Киргизия, Китай и др.) в среднем около 250 тысяч человек в год, что может изменить национальную структуру рынка, т.к. трудовые мигранты в России выступают носителями различных культур и типов поведения. Во многих российских регионах, особенно крупных мегаполисах, регионах с динамично растущей экономикой, пограничных областях, мигранты уже заняли определенные экономические ниши, которые постепенно образуют мигрантские сектора в экономике и на рынках труда. При этом более 40% приезжающих в РФ мигрантов не имеют профессионального образования и могут заниматься только неквалифицированным трудом.

Тенденции снижения социального, образовательного и профессионального уровня трудовых мигрантов устойчивы и, несмотря на модернизацию российской экономики, в дальнейшем следует ожидать их усиления, что обуславливает необходимость своевременно выстраивать

систему социальной и профессиональной адаптации мигрантов, их интеграции в российское общество - с помощью внедрения программ приоритетного привлечения высококвалифицированной рабочей силы, развития возможностей для обучения, переобучения и повышения квалификации определенных категорий мигрантов, в том числе и на принципах сотрудничества государства и бизнеса.

Значительную роль в определении перспектив развития рынка образовательных услуг и выборе маркетинговой стратегии вуза играют изменения в возрастной структуре населения страны. Меняющиеся возрастная структура населения и этапы жизненного цикла семьи в России влияют на поведение потребителя и на эффективность маркетинга вузов на рынке образовательных услуг. Знание демографических тенденций рынка позволит вузам предвидеть, какого рода образовательные услуги и в каком количестве будут куплены и потреблены, как изменятся потребительское и покупательское поведение, процесс принятия решения о покупке, значимость личных и коммерческих источников маркетинговой информации и т.п. Численность возрастной группы (до 15 лет) останется практически неизменной, а численность старшей (старше 60 лет) в ближайшие 50 лет будет расти при снижении численности населения трудоспособного возраста (от 15 до 59 лет), которая в настоящее время составляет наибольшую долю населения (около 60%). Такая возрастная структура диктует определенные условия развития потенциально наиболее перспективных направлений рынка.

Согласно международным критериям, население считается старым, если доля в нем людей в возрасте 65 лет и более превышает 7%. В начале 2010 г., по данным Росстата, почти каждый восьмой россиянин, то есть 12,9% жителей страны, находился в возрасте старше 65 лет. В дальнейшем масштабы старения населения приобретут еще больший характер - в 2030 г. в России доля населения в возрасте 65 лет и более возрастет до 18%

(по наиболее оптимистическому варианту роста общей численности жителей России) и до 19,4% (при пессимистическом варианте). Старение населения в России актуализирует необходимость развития системы непрерывного образования, чтобы человек в возрасте 60-65 лет оставался конкурентоспособным на рынке труда¹.

Несмотря на то, что сегодня в России зарождается новое высшее образование, характеристиками которого являются: общение студентов и преподавателей из разных государств, обновление содержания программ с опорой на интернациональные составы студентов, становление в университетах технологических и управленческих служб (коммуникационные, операционные, маркетинговые и т.п.), метапредметный и проактивный характер образовательных программ, большой объем самостоятельной работы студента, применение гибкого режима обучения и т.п., российская система высшего образования сегодня по-прежнему сталкивается с многочисленными проблемами, унаследованными с советских времен, включая устаревшие учебные планы и модели управления учебным процессом, нехватку в системе образования современных кадров, в том числе, управленческих, обветшавшие сооружения и т.п.².

Несмотря на то, что, в целом, система образования недостаточно ориентирована на удовлетворение потребностей инновационного развития и экономики в целом, тенденции информационного развития общества сейчас снимают пространственные, временные и национальные ограничения в обмене информацией; дают возможность любому студенту, преподавателю, исследователю или университету приобщиться к

¹ Глобальные демографические проблемы современности: миграции и миграционная политика [текст] / Отв.ред. В.В. Минаев. - М.: РГГУ, 2011. - 549 с.

² Высшее образование в России: правила и реальность [текст] / А.С. Заборовская, Т.Л. Клячко, И.Б. Королев, В.А. Чернец, А.Е. Чирикова, Л.С. Шилова, С.В. Шишкин (отв. ред.). - М.: Независимый институт социальной политики, 2004. - 581 с.

инновационным исследовательским и образовательным технологиям; позволяет добиться соответствия российского уровня исследований и образования международным стандартам; обеспечивает совместимость и контроль образовательных программ, что важно для международного признания российских дипломов на мировом образовательном рынке; решает проблемы комплектования и обновления учебных и научных библиотек и проблему распространения маркетинговой информации о вузе, его услугах, выпускниках и др. Для участников рынка образовательных услуг, обслуживающих указанные сегменты, маркетинговые издержки (связанные с продвижением, исследованиями и т.п.) в Интернете существенно ниже, чем в реальных экономических взаимоотношениях, а также привычки потребителей под его влиянием легче поддаются изменениям и измерению.

Кроме того, значительная часть личной жизни многих пользователей компьютеров сегодня проходит в Интернете, что обуславливает изменения в социально-культурной подсистеме рынка образовательных услуг вузов, связанные с появлением социальных сетей, которые могут использоваться как площадка для таргетинговой, баннерной и контекстной рекламы, партизанского маркетинга, как основа для формирования групп лояльных потребителей (преподавателей, студентов, выпускников, абитуриентов, работодателей, СМИ, профессиональных сообществ и т.п.), для сбора маркетинговой информации, оценки эффективности маркетинга и продвижения и т.д.

Глобализация экономики, трансформация законодательства, демографические тенденции, рост потребительской культуры, сжатие времени и пространства, идущие вместе с информационной революцией - все это подразумевает радикальные изменения в субъектах рынка образовательных услуг вузов, как со стороны предложения, так и со стороны спроса. Реформирование системы высшего профессионального

образования, осуществляемое в настоящее время в России и в ряде других стран, требует пересмотра существующих подходов к исследованию образовательного процесса, его продукта с целью разработки системы рекомендаций по совершенствованию системы регулирования образовательного процесса как на государственном уровне, так и со стороны вузов, которые в условиях динамичных изменений маркетинговой среды должны сосредоточиться на следующих инструментальных аспектах маркетинговой политики: в области товарной политики – расширение и углубление ассортимента образовательных услуг с учетом интернационализации российского рынка, изменения возрастной и национальной структуры населения, изменение структуры квалификаций; в области ценовой политики – гибкое ценообразование с учетом усиления степени дифференциации доходов разных сегментов потребителей; в коммуникационной политике - развитие и повышение эффективности каналов обратной связи с абитуриентами, студентами, родителями, выпускниками, работодателями, контактными аудиториями и др. без пространственных, временных, национальных ограничений в обмене информацией при снижении маркетинговых издержек вузов.

Мушкетова Наталья Сергеевна

400021, г.Волгоград,

ул.Колосовая, д.10, к.34.

тел. +79033178485

nmushketova@yandex.ru