

Цхададзе Н.В., доктор экономических наук, профессор,
Проректор Московского экономико-финансового института,
Николаева Е.М., доцент Дмитровского филиала Российского
государственного торгово-экономического университета

Образовательные услуги: сущность и классификация

Рассмотрев трансформации, происходящие в современном обществе, и то значение, которое приобретает уровень образованности человека в современном обществе, то влияние, которое оказывают знания на экономические показатели развития общества, необходимо остановиться на специфике образовательных услуг. Образовательные услуги, являясь смешанным благом, сочетают в себе черты чистого общественного и чистого частного блага. Как общественное благо образовательная услуга характеризуется совместным характером потребления, отсутствием свойства редкости, распространенностью («знания расширяются и самореализуются... они наращиваются по мере использования, таким образом, в экономике знаний редкость ресурсов заменена на их распространенность»¹), неисчерпаемостью (потребление информации приводит к появлению новой информации и нового знания, не ограничивая при этом возможностей других членов общества одновременно применять для своих целей ту же самую информацию).

Как чисто частное благо, образовательная услуга выступает объектом купли-продажи, имеет особую потребительную стоимость (способность удовлетворять потребности человека в его интеллектуальном, профессиональном, духовном развитии), а также рыночную цену, определяемую спросом и предложением.

Образовательная услуга может быть доступна большому числу людей, но в то же время не быть реально усвоена ими. Потребление информации не ограничивает возможностей ее использования другими членами общества, однако сам этот процесс обусловлен наличием у человека специфических способностей воспринимать информацию, запоминать, уметь анализировать, применять на практике полученные знания.

Известно, что экономическое благо становится товаром независимо от его способности к передвижению, независимо от лиц, предлагающих его для продажи, от его материальности, независимо от характера его как продукта труда, поскольку оно обязательно предназначено для обмена. Товар обладает такими свойствами: способностью удовлетворять человеческую потребность, пригодностью к обмену.

Образовательные услуги также характеризуются непостоянством их качества, которое может зависеть от внеэкономических факторов:

¹ Crawford R. In the Era Human Capital. The Emergence of Talent, Intelligence, and Knowledge as the Worldwide Economic Force and What it Means to Managers and Investors. - L.-N/Y., 1991. -P.11.

психологическое состояние преподавателя и обучаемого, место и время проведения занятий, мотивация и способности обучаемого.

Также особенностью образовательных услуг является свойство невозможности существовать отдельно от носителя. Их нельзя заранее складировать, дожидаясь повышенного спроса (речь не идет о материальных носителях), поэтому не может возникнуть затоваривание образовательных услуг.

Методологической основой исследования сущности образовательной услуги являются теории трудовой стоимости Маркса, предельной полезности австрийской школы и теория человеческого капитала.

На рынке сталкиваются интересы производителей товара, желающих возместить затраты и получить прибыль от продажи товара и потребителей, желающих приобрести этот товар. В основе рыночного согласования интересов обоих субъектов рынка, согласно теории трудовой стоимости, лежат затраты живого и овеществленного труда, заключенного в товаре. Сторонники предельной полезности видят в рыночном согласовании конечный результат производства - полезность товара.

Использование стоимостной оценки образовательных услуг как товара в соответствии с затратами прошлого и живого труда осложняется их особенностями в производстве и потреблении образовательных услуг, так как пользуясь терминологией О.Тоффлера, это просьюментный рынок, в котором функции производства и потребления переплетены.²

Поэтому, ввиду особых свойств, которыми обладают образовательные услуги, их обеспечение нельзя доверять только рыночному механизму принятия решения, так как слишком велико их социальное значение для всего общества.

Отсюда, сфера образовательных услуг в любой экономической системе включает в себя элементы трёх подсистем: рынка, государства и домашнего обучения. Схематично это можно изобразить так (рис.1.). Домашнее обучение настолько мало и не является товаром, что его можно не принимать во внимание. В зависимости от исторических условий, традиций, уровня развития экономики соотношение между секторами 1 и 2 может различаться. Например, в США, где более продвинуты рыночные отношения в системе образования, преобладает сектор 1, в нашей стране, где только осуществляются рыночные преобразования, выделяется сектор 2.

² Toffler O. The Third Wave. - N.Y.: Morrow. 1980. 544 p.

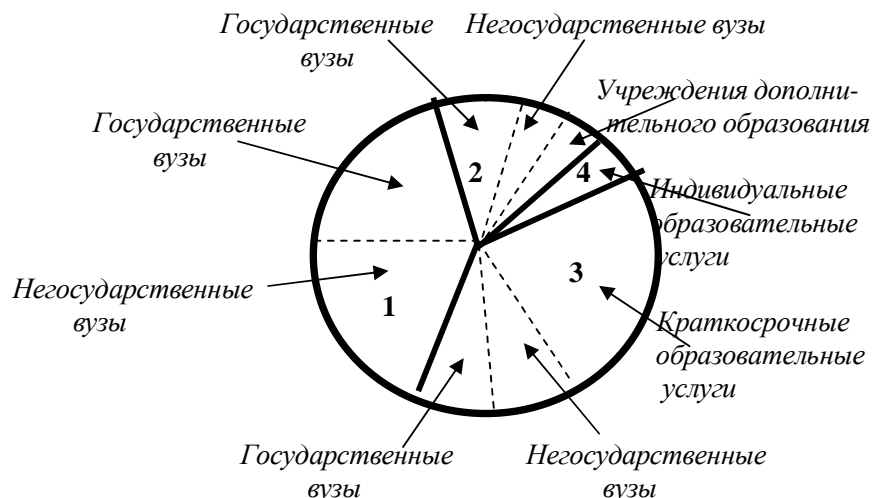


Рис. 1. Распределение производителей образовательных услуг на рынке

Невозможность хранения образовательных услуг проявляет себя двояко. А.П.Панкрухин по этому поводу пишет: «С одной стороны, невозможно заготовить услуги в полном объеме заранее и складировать их как материальный товар в ожидании повышения спроса. Другой стороной несохраняемости образовательных услуг является «естественное для человека забывание полученной информации, знаний»³. Социальный прогресс также вносит свою лепту в устаревание знаний по целому ряду дисциплин, особенно - в быстро меняющемся обществе, в переходные периоды.

Кроме того, образовательная услуга обладает целым рядом особенностей, отличающих ее от других услуг. Н.А.Баранник выделяет следующие специфические характеристики образовательной услуги⁴:

- сезонность;
- правомерность высоких цен на образовательные услуги;
- отсроченность выявления результативности и зависимость результатов от условий будущей работы и жизни выпускника;
- необходимость дальнейшего сопровождения услуг;
- зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места проживания потенциальных обучающихся.

Однозначный подход к определению образовательной услуги на сегодняшний день отсутствует. В официальных документах государства образовательная услуга трактуется как «услуга, связанная с учебно-производственным и воспитательным процессом»⁵, как «совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности»⁶, как «процесс реализации одной или нескольких образовательных программ

³ Панкрухин А.П. Образовательные услуги: точка зрения маркетолога. //Alma mater. - 1997. - №3.-С. 28.

⁴ Баранник Н.А. Маркетинг образовательных услуг: базовые понятия. URL: <http://www.aha.ru/~oao/316.htm>.

⁵ Инструкция ГНС РФ №39 «О порядке начисления и уплаты налога на добавленную стоимость».

⁶ Гражданский кодекс, Часть 2, ст.779. /CD КонсультантПлюс ВерсияПроф 7.0. - 2002. - июнь.

согласно учебного плана»⁷, как «система знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения разнообразных образовательных потребностей личности, общества, государства»⁸. Подобные трактовки оставляют открытым вопрос о потребителе образовательной услуги, т.е. о конечном объекте обслуживания. О.В.Сагинова выделяет несколько групп потребителей образовательных услуг. Среди них *покупатель*, непосредственно *потребитель* и *клиент*.⁹

Покупатель - тот, кто принимает решение о приобретении образовательной услуги и оплачивает ее (родители, сами учащиеся, фирмы, оплачивающие обучение своих сотрудников, государство, обеспечивающее обучение на бюджетной основе).

Потребитель - непосредственный получатель услуг образовательного учреждения. Это, прежде всего, учащиеся - школьники, студенты и т.д.

Клиент - наиболее широкий термин, включающий всех возможных потребителей и покупателей образовательных услуг, а также иные структуры, прямо или косвенно заинтересованные в деятельности образовательного учреждения (фонды, финансирующие образовательные проекты и программы, журналисты, пишущие на темы образования и профессиональной подготовки, агентства по трудоустройству, собирающие базы данных о выпускниках и их профессиональной карьере, поставщики учебной литературы, а также предприятия и организации, нанимающие выпускников образовательных учреждений).

Такой подход полезен в определении конечного потребителя образовательной услуги, т.е. выявлении объекта, на который направлено действие услуги. Очевидно, что таким объектом является не общество, не фирмы и не государство, а непосредственно человек.

В экономической литературе понятие «образовательная услуга» имеет несколько трактовок. Наиболее распространенная из них - это «... объем учебной и научной информации как суммы знаний общеобразовательного и специального характера и практических навыков, передаваемых личности по определенной программе» (В.П.Щетинин¹⁰, Н.А.Хроменков¹¹, Б.С.Рябушкин¹²). В.В.Чекмарев, определяя образовательную услугу, также говорит о выполнении образовательных программ согласно учебного плана и дополняет, что образовательная услуга включает «воспитание и обеспечение содержания обучающихся»¹³. С другой стороны, образовательную услугу можно определить как совокупность знаний, умений и навыков учащегося от образовательных услуг, подразумевая под ними «продукт труда преподавателя» (Е.Н. Попов¹⁴).

⁷ Закон «Об образовании» №12-ФЗ от 13.01.96. / CD КонсультантПлюс ВерсияПроф 7.0. - 2002. - июнь.

⁸ ФЗ «О внесении изм. и доп. в Закон Российской Федерации». //Российская газета. - 1994. 23 января.

⁹ Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг. //Маркетинг в России за рубежом. - 1999. -№1.

¹⁰ Щетинин В.П. Своеобразие российского рынка образовательных услуг.//МЭиМО,-1997.-№11.-С.127-135.

¹¹ Хроменков Н.А. Образование. Человеческий фактор. Общественный прогресс. - М: Педагогика, 1989. - 192с.

¹² Щетинин В.П., Хроменков НА., Рябушкин Б.С. Экономика образования. - М.: Российское педагогическое агентство, 1998. - 305с.

¹³ Чекмарев ВВ. Система экономических отношений в сфере образования: Дис... д.э.н. - КГПУ, 1997. - 403с.

¹⁴ Попов Е.Н. Услуги образования и рынок. //РЭЖ. - 1992. - №6. - С. 44.

К категории квазиобщественных благ можно отнести и образовательные услуги, как это делают К.Макконнелл и С.Брю¹⁵; Э.Долан, относивший образование к промежуточной категории общественных благ¹⁶; Действительно, наряду со свойствами общественных благ, образовательные услуги подвержены принципу исключения, так, обучение в университете для студентов, прошедших по конкурсу - бесплатно, остальные оплачивают обучение, а, перестав платить, отстраняются от учебы в вузе. Государство воздерживается, с одной стороны, от развития высшего образования только на рыночной основе, с другой стороны, оно не в состоянии обеспечить бесплатное обучение всем желающим стать студентами. Это характерный пример промежуточного варианта общественного блага: доступные для всех вузы сосуществуют наравне с частными, которые пользуются поддержкой государства в виде льготного налогообложения, предоставления субсидий и пр.¹⁷ Выступая в форме комплексного блага, образовательные услуги обеспечивают реализацию познавательных интересов их потребителя, вносят вклад в создание условий для самоопределения и самореализации учащегося, т.е., словами А.П.Панкрухина - это «комплекс таких услуг, которые непосредственно связаны с реализацией главных целей образования, осуществлением его миссии»¹⁸. Для понимания сущности образовательных услуг необходимо очертить границы категории «образование».

Под образованием в Законе «Об образовании» РФ понимается «...целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)»¹⁹. «Образование - приоритетная отрасль народного хозяйства, выполняющая важную экономическую функцию по обеспечению населения образовательными услугами и всех отраслей общественного производства квалифицированными кадрами»²⁰. «Образование - это система обучения, социализации и развития, направленная на усвоение индивидом системы элементов объективного опыта человечества, необходимого для успешного осуществления им деятельности в избранной сфере общественной практики и признаваемая обществом в качестве определенного уровня развития индивида»²¹. Образование может рассматриваться как «результат государственного, общественного и личностного присвоения всех ценностей, которые возникли в процессе образовательной деятельности, которые значимы для экономического, морального, интеллектуального состояния всех

¹⁵ Макконнелл К.Р., Брю С.Л. Экономикс: Принципы, проблемы и политика. Том 1. - Таллинн, 1995. -400с.

¹⁶ Долан Э., Линдсей Д. Микроэкономика. /Пер. с англ. под ред. Б.Лисовика и В.Лукашевича. - СПб., 1994. -448с.

¹⁷ Щетинин В.П., Хроменков Н.А., Рябушкин Б.С. Экономика образования - М.: Российское педагогическое агентство, 1998. - 305с.

¹⁸ Панкрухин А.П. Образовательные услуги: точка зрения маркетолога. //Alma mater, 1997. - №3.-С.28.

¹⁹ Закон «Об образовании» №12-ФЗ от 13.01.96. /CD КонсультантПлюс ВерсияПроф 7.0. - 2002. - июнь.

²⁰ Щетинин В.П., Хроменков Н.А., Рябушкин Б.С. Экономика образования - М.: Российское педагогическое агентство, 1998. - С. 41.

²¹ Фокин Ю.Г. Пути совершенствования методов обучения в ВШ. - М.: НИИВО, 1990.

потребителей продукции образовательной сферы»²². Результаты деятельности в сфере образования просматриваются только в перспективе, а эффект, который получает человек и общество, трудно количественно оценить напрямую. По мнению В.И.Солдаткина современное образование становится «социальным институтом, выполняющий социальную, информационную, экономическую и культурную функции в обществе в их новом качественном состоянии»²³. Инвестиции в образование обладают мультипликативным эффектом, поскольку услуги образования вызывают цепную реакцию познания и сопровождаются самообразованием, самостоятельной работой, приобретением новых знаний и умений, развитием потребностей в познании и совершенствовании своих профессиональных способностей.

Научно-технический прогресс требует от работника владения не только необходимыми знаниями, навыками и умениями (с чем традиционная система образования вполне справлялась), но и методологией творческого разрешения проблемных ситуаций, умением самостоятельно моделировать будущие социально-экономические процессы. Таким образом, подход к рассмотрению человека только в качестве рабочей силы постепенно теряет свои позиции. На первый план в экономическом развитии общества выходит интеллектуальный потенциал человека. Еще в XVII в. родоначальник английской классической политэкономии У.Петти впервые предпринял попытку оценить денежную стоимость производительных свойств человеческой личности. По его методу «ценность основной массы людей, равна двадцатикратному годовому доходу, который они приносят»²⁴.

В широком смысле «человеческий капитал формируется за счет инвестиций (долгосрочных вложений капитала) в человека путем затрат на образование и подготовку рабочей силы на производстве, расходов на охрану здоровья, миграцию и поиски информации о ценах и доходах»²⁵. «Концепция человеческого капитала, - считает Л.Туроу, - играет центральную роль в современном экономическом анализе»²⁶. Определение человеческого капитала как «имеющегося у каждого запаса знаний, способностей и мотиваций, которые влияют на рост производства и доходов» стало основной для всех последующих исследований в этой области.²⁷

Кроме того, Г.Беккер первым осуществил статистически корректный подсчет экономической эффективности образования²⁸. Для определения дохода, например, от высшего образования из пожизненных заработков тех, кто окончил колледж, вычитались пожизненные заработки тех, кто не пошел дальше средней школы. Издержки обучения, наряду с прямыми затратами

²² Чернилевский Д.В., Филатов О.К. Технологии обучения в ВШ. - М, 1996. - С. 288.

²³ Солдаткин В.И. Образовательная политика: социальные императивы. - М., 2001. - С. 35.

²⁴ Петти У. Трактат о налогах и сборах. /Экономическая библиотека. //URL: <http://e2000.kyiv.org>

²⁵ Беккер Г. Человеческий капитал (главы из книги). //США: ЭПИ, 1993. - №11.; Экономика народного образования: Учеб. для студентов пед. институтов. /Под ред. С.Л. Костянина. 2-е изд. - М, 1986. - С. 314.

²⁶ Цит. по: Дятлов С.А. Основы теории человеческого капитала. С.-Пб. 1994. - С. 76.

²⁷ Беккер Г. Человеческий капитал (главы из книги). //США: ЭПИ, 1993. - №11. - С. 112.

²⁸ Беккер Г. Человеческий капитал (главы из книги). //США: ЭПИ, 1993. -№11.

(плата за обучение, общежитие и т.д.), в качестве главного элемента содержат «упущенные заработки», т.е. доход, недополученный учащимися за годы учебы. По существу, потерянные заработки измеряют ценность времени учащихся, затраченного на обучение, и являются альтернативными издержками его использования. Определив отдачу от вложений в учебу как отношение доходов к издержкам, Г. Беккер получил цифру в 12-14% годовой прибыли.

Российские экономисты (В.И.Ерошин²⁹, Е.Н.Жильцов³⁰, С.А.Дятлов³¹ и др.) также рассматривают инвестиции, сферу образования как важный вид капиталовложений и один из главных источников умножения национального богатства. А.М.Боуман назвала «открытие человеческого капитала революцией в экономической мысли»³². Сегодня в полной мере проявилась глубокая зависимость современной цивилизации от тех способностей и качеств личности, которые закладываются в образовании. Именно поэтому возможность устойчивого развития общества, успешного преодоления и предотвращения глобальных кризисов, национальных конфликтов, характерных для нынешнего этапа развития цивилизации, тесно связана с достигнутым уровнем образования всех членов общества. Благодаря теории человеческого капитала, образование стало рассматриваться во многих странах как один из основных источников экономического роста, как инструмент смягчения экономического неравенства и как средство борьбы с безработицей.

При разборе образовательной услуги как процесса, очевидно, что *входным элементом* обслуживания является *потребность в знаниях и профессиональных навыках* для повышения социального статуса потребителя и более выгодной продажи своей рабочей силы на рынке труда. Сервисные отношения по поводу образовательных услуг возникают при выборе потребителем образовательной программы - первая стадия производственного цикла. Вторая его стадия направлена на удовлетворение возникшей потребности и представляет собой непосредственно процесс обучения, в ходе которого человек получает необходимые знания и навыки. На заключительной стадии процесса производства образовательной услуги происходит аттестация, по результатам которой потребителю присваивается квалификация, определяющая его новый социальный или профессиональный статус. Таким образом, *выходным элементом* процесса производства услуги выступает *выпускник-специалист*. Стадии процесса производства образовательной услуги, на которых возникают сервисные отношения, отражается на рис.2.

²⁹ Ерошин В.И. Современная ситуация в образовании. //Педагогика. - 1996. - №5.

³⁰ Жильцов Е.Н., Зуев В.М., Колосова Р.Л. Коммерциализация высшего образования в России. //Вестник Московского университета. Сер. 6. Экономика. 1993. - №6.

³¹ Дятлов С.А. Основы теории человеческого капитала. С.-Пб. 1994.

³² Цит. по: Щетинин В.П., Хроменков НА., Рябушкин Б.С. Экономика образования - М.: Российское педагогическое агентство, 1998. -С. 59.

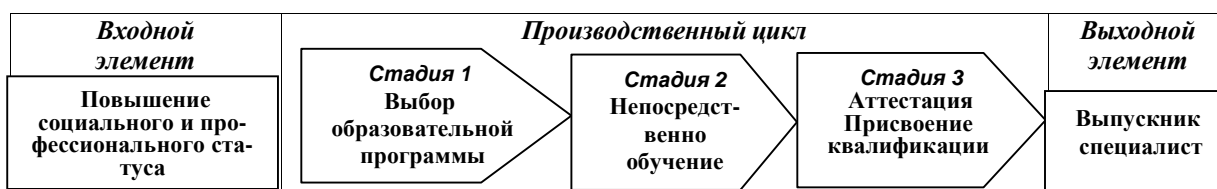


Рис. 2. Стадии процесса производства образовательной услуги

Особенности экономических отношений по поводу образовательных услуг в целом, обусловлены принадлежностью образовательных услуг к различным видам благ. Образовательные услуги в форме общественного блага принимаются потребителем как бесплатные и общедоступные. Государство как основной производитель таких услуг предоставляет их в необходимом количестве и распределяет равномерно между всеми членам общества. Особенности сервисных отношений по поводу общественных услуг на стадии выбора образовательной программы, выражаются в необходимости организации общедоступной системы предоставления услуг и их равного распределения между членами общества. Образовательные программы как комплекс общественных услуг призваны удовлетворять потребности в дошкольном и общем образовании.

Вторая стадия производственного цикла - непосредственно обучение. Под обучением обычно понимают двухсторонний процесс взаимодействия обучаемого и обучающего, в ходе которого планомерно и целенаправленно осуществляется образование, воспитание и развитие человека, т.е. обучение - это «совместная деятельность преподавателя и субъектов учения, имеющая своей целью развитие последних, формирование у них знаний, умений, навыков, элементов мировоззрения для будущей профессиональной или учебной деятельности». Это определение отражает основные особенности образовательной услуги как процесса: вовлечение потребителя в обслуживание и обязательный контакт потребителя с производителем образовательной услуги.

Степень вовлечения потребителя в процесс обслуживания определяется характером обратной связи, т.е. активностью участия потребителя в обучении. Обратная связь подразумевает самостоятельную работу под руководством преподавателя, (рис. 3):



Рис. 3. Специфика обратной связи для образовательных услуг различных видов.

Общественные услуги, являясь продуктами пассивного спроса, представляют собой обучение потребителя по стандартному набору образовательных программ и направлены на формирование общего интеллектуального и культурного уровня всех обучающихся в равной мере. Так как подобные услуги выступают в форме общественного блага, то

предоставляются преимущественно бесплатно и в равном количестве каждому члену общества, поэтому характеризуются довольно слабой обратной связью.

Для специальных образовательных услуг (специальное и высшее образование) обратная связь более значима, чем для услуг предыдущей группы. Потребитель в большей степени заинтересован в получении знаний и навыков, необходимых для его профессионального роста и дальнейшего выхода на рынок труда. Обратная связь со стороны обучающегося для таких услуг характеризуется не просто воспроизведением заученного, но и выполнением самостоятельных заданий (подготовка к семинарам, конференциям, курсовые и дипломные работы, научно-практические исследования). Производственный процесс здесь в большей степени индивидуализирован и образовательный процесс носит более гибкий характер.

Характер контакта потребителя и производителя образовательной услуги определяет форму обучения. Чем теснее этот контакт, тем ближе образовательный процесс к традиционному обучению, когда преподаватель лично передает учащемуся знания посредством урока, лекции и т.п., так это происходит при очном образовании. В случае, когда к традиционному образовательному процессу прибавляется необходимость самостоятельной работы обучающегося, происходит его дистанцирование от преподавателя. В различной степени подобные характеристики присущи экстернату и заочной формам образования. Контакт учащегося и преподавателя может быть полностью обезличен, когда речь идет о дистантном обучении, о дистанционных образовательных программах, когда студент имеет возможность самостоятельного выбора получаемых знаний, обращаясь при помощи информационных и телекоммуникационных сетей к образовательным базам данных и используя компьютерные образовательные программы.

Производители образовательных услуг - учебные заведения, предлагают на рынке не отдельные образовательные услуги, а целостные образовательные программы, разрабатываемые с целью удовлетворения потребности в образовании, профессиональной подготовке, обучении или переподготовке, т.е. достижения определенного эффекта (изменение образовательного или профессионального уровня). Именно с этим продуктом выходит на рынок любое образовательное учреждение (вуз, средняя школа, курсы и т.д.). Вуз, например, не предлагает на рынке отдельные образовательные услуги в виде лекций, семинаров и т.п., он предлагает комплекс услуг, объединенных единой задачей и обеспеченных соответствующими ресурсами. Образовательное учреждение, не имеющее специалистов по информационным технологиям и оборудованных компьютерных классов, не может предлагать образовательные программы по этому направлению. Однако, даже располагая указанными ресурсами, оно не предлагает своим клиентам разрозненные лекции или практические занятия, а выходит на рынок с образовательной программой по данной

специальности, включающей определенное содержание, организацию учебного процесса, систему управления этим процессом и систему его методического, материального и кадрового обеспечения.

Новые виды образовательных программ появляются в ответ на спрос рынка или изменяющиеся технические возможности (ресурсы) образовательного учреждения. Бурное развитие информационных технологий, например, вывело на рынок программы дистанционного обучения, сочетающие самостоятельность заочного образования с возможностями индивидуальных (в случае дистанционного обучения посредством компьютера) консультаций с преподавателями.

Выпускник, получивший знания и умения, предлагает свою рабочую силу на рынке труда, но его специальность, квалификация не может являться товаром на рынке образовательных услуг. Производство рабочей силы не является прерогативой образовательного заведения как поставщика образовательных услуг, сфокусированных в образовательных программах. На формирование специалиста, предлагающего свою рабочую силу на рынке труда, большое влияние, кроме того, оказывают факторы: самообразование, семья и окружающая среда, параллельное обучение (рис.4).

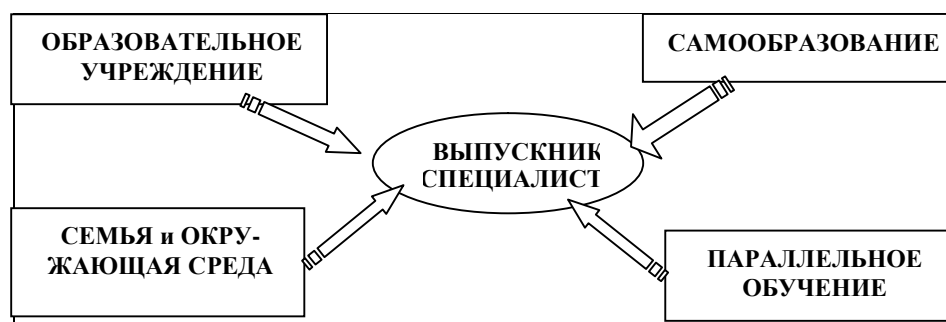


Рис. 4. Факторы, формирующие выпускника-специалиста

Предлагая всем студентам данного курса одну и ту же образовательную программу, учебное заведение в итоге выпускает разных специалистов. Отличаются они по степени усвоения указанной программы, по качеству знаний, по личностной ориентации на те или иные аспекты своей профессии. Поэтому на рынке труда учебное заведение присутствует лишь опосредованно, являясь производителем не выпускников, а образовательных программ, в том виде, в котором они освоены его выпускниками. В результате освоения указанных образовательных программ, выпускники приобрели знания и навыки, необходимые на рынке труда. Взаимосвязь рынка образовательных услуг и рынка труда очевидна.

Учебное заведение выходит на рынок с набором образовательных услуг в форме образовательных программ. Образовательная программа как товар - это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня или профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации.

Экономическая природа образовательной услуги заключается в следующем: выступая в качестве комплексного блага и являясь инвестиционным товаром, образовательная услуга производится и потребляется в целях увеличения человеческого капитала. Форма, в которой выступает этот товар - образовательная программа.

Особенности рынка образовательных услуг препятствуют объективной оценке полезности образовательной услуги, которая очень сильно зависит от меняющихся потребностей и предпочтений индивида и общества.

Образовательная услуга как товар - это полезный вид труда, непосредственно удовлетворяющий потребность человека в образовании и как материально - вещественный продукт, позволяющий удовлетворять образовательную потребность человеком самостоятельно (учебники, обучающие программы, пособие и т.п.). В.Чекмарев подчеркивает: «Результаты образовательного производства следует представлять в виде товаров и услуг, а в силу их частоты взаимообусловленности в виде товарного комплекса»³³. Образовательное учреждение, проводя маркетинговое исследование рынка образовательных услуг с целью определения спроса, организует учебный процесс по отдельным программам. Средства массовой информации, образовательные учреждения выносят на рынок информацию о своей продукции. Посредники (центры занятости, службы регистрации, отделы развития персонала на предприятиях), и испытывающие потребность в получении новых знаний и навыков, обращаются в образовательные учреждения, как для повышения своей квалификации, так и для получения новой специальности. На рынке образовательных услуг выявлено и действуют конкуренция, законы спроса и предложения.

Обобщая все выше сказанное, можно дать следующее определение рынка образовательных услуг:

Рынок образовательных услуг - это конкурентная связь, возникающая на основе взаимодействия субъектов в результате купли-продажи образовательных услуг и функционирующая в рамках государственного регулирования.

³³ Чекмарев В.В. Экономические проблемы сферы образования. - в 2 частях. - Кострома, изд. КГПУ им. Н.А.Некрасова, 1996. - С. 53.