

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ
TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET

Аннотация. В статье рассматриваются современные тенденции развития рынка образовательных услуг России.

Annotation. This article examines the current trends in the development of the educational services market in Russia.

Ключевые слова: тенденции, развитие, образование, образовательная услуга, рынок образовательных услуг

Keywords: trends, development, education, educational service, educational services market

В России происходит бурное развитие рынка образовательных услуг. В этом процессе участвуют государственные и коммерческие учебные заведения. В связи с этим возникает необходимость исследования тех процессов и изменений, которые происходят на этом рынке. На этот счёт есть множество работ. Рассмотрим как некоторые авторы дают определение образовательной услуге. Заслуживает внимания определение И. Березина, он определяет рынок образовательных услуг как материальные взаимодействия участников образовательного процесса: учащихся, организаций, предоставляющих образовательные услуги, лиц и организаций, оплачивающих эти услуги.

Так, например, Голдбин Н.Д. даёт такое определение рынок образовательных услуг как совокупность социально-экономических отношений и связей между субъектами рынка по поводу предоставления и получения образовательных услуг [1].

Также в этом ключе стоит сказать, что объект и субъект рынка образовательных услуг. В настоящее время выделяют четыре вида субъектов:

1. Личность обучающегося. Так как в первую очередь личность использует образовательную услугу для того чтобы закрыть необходимость в потребности знаний.

Именно личность, персонифицированный носитель, обладатель, пользователь и конечный потребитель образовательных услуг и продуктов осуществляет конкретный выбор своей будущей специальности и специализации, места и формы обучения, источников его финансирования, а также выбор будущего места работы и всего комплекса условий реализации приобретённого потенциала. Благодаря и вокруг этого личностного выбора встречаются и налаживают свои отношения все остальные субъекты рынка и маркетинга образовательных услуг, объединяемые этим центральным субъектом [4].

2. Ещё одним субъектом являются фирмы, организации и предприятия.

3. Образовательные учреждения так как именно они формируют предложение, оказывают и продают образовательные услуги.

4. Государство. В его функционал входит:

- создание и поддержание имиджа образования как среди населения, так и работодателей;
- финансирование государственных образовательных учреждений;
- правовая защита субъектов маркетинга образовательных услуг;
- установление перечней профессий и специальностей [1].

Нельзя не упомянуть посредников на этом рынке. Ими являются служба занятости, биржа труда, образовательный фонд, ассоциации образовательных учреждений и предприятий, специализированные образовательные центры и др.

Таким образом можно подвести подитог, что значимыми и активными субъектами рыночных отношений являются: обучающийся или потребитель образовательных услуг, образовательные учреждения, государство, посредники.

Теперь рассмотрим, кто же является объектом рынка.

1. Образовательные услуги
2. Маркетинговая среда рынка
3. Конкурентоспособность образовательных услуг

Основные тенденции для развития рынка образовательных услуг:

1. Рынок образовательных услуг значительно расширился.
2. Имеет большую ликвидность, отлично реализуется.
3. Ведущая роль рыночных отношений в сфере образования.
4. Высокий уровень конкурентности на рынке образовательных услуг.
4. В первую очередь выбор падает на следующие критерии прибыль, доходность, способность кооперации и репутацию.
5. Учреждение, организация должны постоянно мотивировать участников своих каналов сбыта, причём мотивируются как сотрудники, так и независимые посредники.

Итак, рынок образовательных услуг это живой организм и ему присущи особенности и перспективы развития. Насколько будут успешно продаваться эти услуги, зависит от конкурентоспособности, умения меняться и подстраиваться под современные реалии и требования.

Список литературы

1. *Голдобин Н.* Особенности маркетинга в организации дистанционного обучения // Дистанционное образование. М, 2020. № 1. С. 34-36.
2. *Дихтль, Е., Хершген Х.* Практический маркетинг: учеб. пособие: пер. с нем.]. М.: ИНФРА-М: Высшая школа, 2016. 254.
3. *Подопригора М.Г.* Современные тенденции развития рынка образовательных услуг. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-rynka-obrazovatelnyh-uslug>
4. *Сотникова Н.В.* Современные тенденции развития рынка образовательных услуг. URL: <https://nsportal.ru/detskiy-sad/upravlenie-dou/2014/12/11/sovremennye-tendentsii-razvitiya-rynka-obrazovatelnykh-uslug>

УДК 338.439

Т.В. Охоткина, Ю.В. Дёмина
T.V. Okhotkina, Yu.V. Demina

Российский государственный профессионально-педагогический университет
Россия, Екатеринбург
Russian State Vocational Pedagogical University, Russia, Yekaterinburg
tanya.okhotkina.03@mail.ru

РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОДОВОЛЬСТВЕННОГО РЫНКА **DEVELOPMENT OF THE REGIONAL FOOD MARKET**

Аннотация. В статье установлена оценка состояния продовольственного рынка Свердловской области, выявлены механизмы развития рынка для дальнейшей выработки инструментов повышения его результативности уже на региональном рынке.

Ключевые слова: региональный рынок, Свердловская область, продовольственный рынок, механизмы развития продовольственного рынка.

Annotation. In this article, an assessment of the state of the food market of the Sverdlovsk region is established, the mechanisms of market development are identified for further development of tools to increase its effectiveness already in the regional market.

Keywords: regional market, Sverdlovsk region, food market, mechanisms of food market development.