лугах. Именно на этой стадии большое значение имеют маркетинговые аспекты, касающиеся оценки, как информационной привлекательности рекламных сообщений, так и экономической обоснованности размещения сообщений в тех или иных источниках.

3. Предвыборочная оценка вариантов. Для потенциального потребителя образовательной услуги это оценка различных образовательных учреждений и их услуг с точки зрения ожидаемой выгоды и ограничение выбора, например материальная сторона, до предпочтительного варианта.

4. Выбор. Приобретение предпочтительного варианта образовательной услуги или удовлетворяющей замены.

5. Потребление. В этом случае необходимо выяснить: происходит потребление сразу или откладывается на некоторый срок. Характер потребления выявляется с помощью опроса, наблюдения или эксперимента.

6. Послевыборочная оценка вариантов. Оценка того, в какой степени получено удовлетворение, например, найдена работа по специальности, повышенный уровень образования позволил получить новую должность и др.

Сложность оценки вариантов перед выбором образовательной услуги в значительной степени зависит от того, какие цели преследует потребитель, то есть каковы конкретные показатели, которые рассматриваются при выборе вариантов. В настоящее время существует множество критериев и способов определения качества образовательных услуг с точки зрения сознания потребителя как формальных, так и субъективных.

В.И. Карнаухова, К.В. Касаткина,
В.Н. Яковлева, Э.В.Данилова
Сибирский федеральный университет
Институт управления бизнес процессами и экономики

ВОПРОСЫ ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ УЧРЕЖДЕНИЯМИ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ И РЕГИОНОВ

Наличие коллективных знаний и навыков в сочетании с постоянной потребностью раздвигать границы этих знаний определяет процветание любой страны или региона. Прочная база навыков представляет собой решающий фактор в повышении международной конкурентоспособности и создает благоприятные условия для прочного и устойчивого экономического роста. Общество, в котором люди имеют равные возможности в совершенствовании своих навыков

в течение всей жизни и в получении доступа к рынку труда, имеет больше шансов стать справедливым.

Для эффективного совершенствования системы профессионального образования необходимо надлежащее сочетание подходов «снизу вверх» и «сверху вниз». Значимость неформального сектора, поддержки со стороны государства и средств массовой информации, а также информационных и коммуникационных технологий была недооценена, как и необходимость в создании благоприятных условий для формирования духа предпринимательства, что является не последним фактором в среде учреждений профессионального образования.

Среди ключевых задач, которые в будущем необходимо будет решить в сфере совершенствования профессионального образования, следует особо выделить:

- осуществление системно расширенных и системно углубленных реформ;
- разработку стратегии, реализацию институционной реформы и наращивание потенциала для того, чтобы органы власти на федеральном и местном уровне были способны определять и осуществлять программу реформ;
- проведение диалога, как в масштабе всей страны, так и на местном уровне, а также формирование партнерских отношений в сфере профессионального образования;
- работу над тем, чтобы сделать обучение привлекательным для учащихся и отвечающим потребностям рынка труда;
- обеспечение доступа к профессиональному образованию для всех в течение всей жизни и во всех ее аспектах, уделяя особое внимание нуждам молодежи из социально незащищенных слоев;
- развитие профессионального образования в целях создания благоприятных условий для трудоустройства, а также активного гражданства и личного совершенствования;
- формирование осведомленности в вопросах бизнеса и развития предпринимательства;
- создание таких условий, чтобы преподаватели, мастера производственного обучения и руководители могли стать «агентами перемен»;
- совместное руководство и улучшенное социальное партнерство на всех уровнях;
- использование инструментов, обеспечивающих качество в предоставлении профессионального образования;
- разработку хорошо функционирующих информационных систем, необходимых для формулирования политики и мониторинга ее реализации;

- изменение менталитета в вопросах важности объединенных подходов к обучению в течение всей жизни, совершенствованию навыков и способностей, а также развитию людских ресурсов.

Все эти задачи должны решаться с использованием индивидуальных для каждого контекста подходов и с учетом как формального, так и неформального секторов. В настоящее время существует острая потребность в более активном инвестировании в высококачественное профессиональное образование.

Нельзя недооценивать вклад профессионального образования в развитие российской национальной экономики, местного сообщества, в снижение уровня бедности и в демократизацию общества в целом.

Е.В. Кузнецова, Л.А. Скороходова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

К ВОПРОСУ ОБ ИНДИВИДУАЛЬНЫХ ДЕТЕРМИНАНТАХ ПОВЕДЕНИЯ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Исследование поведения потребителей – это непочатый край работы для маркетологов. Для того чтобы выяснить чего хочет потребитель, ежегодно проводятся сотни маркетинговых исследований. Для того чтобы понять природу потребления товаров или услуг, нужно, прежде всего, выяснить что влияет на процесс принятия решения о покупке, т.е. изучить поведение потребителей.

Образовательная услуга как физический объект начинает восприниматься потребителем при удовлетворении определенных потребностей. Цели, которые преследует потребитель при выборе образовательной услуги можно подразделить на следующие типы:

- удовлетворение предельно рациональных, «естественных» потребностей, которые сконструированы самой природой. Это потребности, которые никто не может проигнорировать. В этом смысле оно носит универсальный, наднациональный и надисторический характер: во всех странах и во всех эпохах люди стремятся обеспечить удовлетворение одних и тех же потребностей, что не исключает различий в уровне этих потребностей и в методах их удовлетворения;
- удовлетворение потребностей, порожденных культурой. Поскольку культура прерывиста (в разных странах, у разных этносов и даже классов), то эта цель является рациональным только в пределах культуры, породившей данную цель. Вне ее оно смотрится абсурдным. Цели, порожденные культурой, носят