

005043306

9  
На правах рукописи

Нелл-

**Новакова Екатерина Ивановна**

**СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ СОЦИАЛЬНОГО СЕГМЕНТА  
РОССИЙСКОГО РЫНКА БИЗНЕС - ОБРАЗОВАНИЯ**

**08.00.05. – «Экономика и управление народным хозяйством:**

**9. Маркетинг»**

**АВТОРЕФЕРАТ**

**диссертации на соискание ученой степени**

**кандидата экономических наук**

17 МАЯ 2012

**Волгоград – 2012**

26

Работа выполнена в Федеральном бюджетном государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Волгоградский государственный технический университет»

- Научный руководитель доктор экономических наук, профессор Шаховская Лариса Семеновна.
- Официальные оппоненты: Данилова Ольга Викторовна, доктор экономических наук, доцент, Финансовый университет при Правительстве РФ, профессор кафедры «Государственное, муниципальное и корпоративное управление»;
- Фролов Даниил Петрович, доктор экономических наук, профессор, Волгоградский государственный университет, зав. кафедрой «Маркетинг и реклама».
- Ведущая организация федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Российский экономический университет имени Г. В. Плеханова».

Защита состоится «28» мая 2012 г. в 13 часов 30 минут на заседании диссертационного совета ДМ 212.028.07 при Волгоградском государственном техническом университете по адресу: 400005, г. Волгоград, пр. им. В. И. Ленина, 28, ауд. В-1001.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Волгоградского государственного технического университета.

Автореферат разослан «27» апреля 2012 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



Морозова Ирина Анатольевна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность темы исследования.** В современных условиях устойчивое развитие любой экономической системы немислимо без адекватного состояния и эволюции сферы образования инновационному характеру самой экономики. Другими словами, достижение высокого уровня функционирования последней, невозможно без соответствующего развития национального образовательного комплекса. В настоящее время этот комплекс работает в рыночных условиях. Рынок образовательных продуктов и услуг в России развивается очень бурно. В него вовлечены как государственные, так и негосударственные учебные заведения всех типов и уровней. Высокие темпы развития данного рынка, появление новых его сегментов (субрынков), таких как бизнес – образование, определяют необходимость глубокого исследования процессов, складывающихся на этом рынке, разработки основных направлений совершенствования организационно - экономического механизма его функционирования.

**Степень разработанности проблемы.** Исследованию рынка образовательных услуг посвящены работы И.Е. Артемьева, О.В. Сагиновой, С.В. Викторова, Е.Г. Гущиной, Е.Н. Жильцова, И.В. Зайцевого, У.Г. Зиннурова, Л.С. Карповой, И.И. Кретова, Л.С. Латышовой, А.П. Панкрухина, Г.И. Сидуновой, Л.И. Уханова, Н.В. Ушаковой и многих других исследователей.

Различные аспекты деятельности вузов на рынках дополнительных образовательных услуг, и в таком его сегменте как бизнес-образование, затрагиваются в связи с социальной ответственностью бизнеса в работах В.В. Асинкова, А.С. Головачева, О.В. Даниловой, А.И. Ильинского, В.Н. Казакова, А.Д. Копытова, Т.Б. Котмаковой, Г. Максерата, Е.М. Подвигиной, В.В. Чашина и др.

Институциональным аспектам функционирования российского рынка образовательных услуг посвящены труды волгоградской научной

экономической школы - О.В. Иншакова, Н.Н. Лебедевой, В.И. Тараканова, Д.П. Фролова и др.

Несмотря на наличие большого числа работ по изучению рассматриваемого рынка, не получила должного развития оценка эффективности реализации социальных проектов в сфере бизнес - образования. Социальный сегмент рынка образовательных услуг вообще не выделяется исследователями в качестве самостоятельного объекта исследования. Об этом свидетельствует, в частности, тот факт, что до сих пор отсутствует целостная концепция реформирования системы образования, не отработан механизм формирования рынка образовательных услуг, не определена роль, которую играет рынок бизнес - образования в системе рыночных отношений.

Кроме того, необходимо отметить два момента, усиливающие необходимость более глубокого изучения рынка бизнес - образования. Это отставание России по количеству студентов на 10000 человек населения и обострение конкуренции между вузами и другими образовательными организациями. Такое положение говорит о необходимости разработки новых подходов и механизмов к функционированию рассматриваемого рынка. Между тем задача глубокого исследования тенденций развития социальных сегментов на образовательных рынках в регионах России, имеет важное научное и народнохозяйственное значение, поскольку ее решение фактически означает расширение доступности и массовости качественного образования для населения нашей страны. Учитывая, что конкурентные преимущества любой страны формируются сегодня в условиях экономики знаний, создание социального сегмента российского рынка бизнес-образования имеет общенациональное значение.

**Цель и задачи диссертационного исследования.** Цель диссертационного исследования – выявить закономерности, специфику и тенденции формирования социального сегмента российского рынка бизнес – образования.

### **Задачи исследования:**

- определить глобальные тенденции в развитии российской экономики знаний, как части мирового образовательного пространства;
- выявить специфику рынка образовательных услуг как социально-значимого рынка и провести его сегментацию по этому критерию;
- исследовать субъектно-объектную природу российского рынка бизнес-образования, его возможности и ограничения для развития социальных сегментов;
- выявить финансовый механизм функционирования социального сегмента российского рынка бизнес - образования;
- выявить специфику и противоречия формирования программ в социальном сегменте российского рынка бизнес-образования;
- исследовать количественно-качественное соотношение спроса и предложения в социальных сегментах российского рынка бизнес образования в регионах России;
- определить тенденции развития социальных сегментов на образовательных рынках в регионах России.

**Объектом исследования** выступает социальный сегмент российского рынка бизнес - образования.

**Предметом исследования** являются организационно-экономические и управленческие отношения, возникающие в процессе формирования социального сегмента российского рынка бизнес - образования, определяющие его специфику.

Работа выполнена в рамках паспорта научных специальностей ВАК 08.00.05. – Экономика и управление народным хозяйством (область исследования: маркетинг, п. 9.4. Состояние и тенденции развития внешней и внутренней среды маркетинговой деятельности, сегментация рынков и определение рыночных ниш).

**Теоретико-методологическую базу исследования** составили научные труды отечественных и зарубежных авторов в области рынка образовательных услуг. При реализации цели и задач диссертационного исследования

использовались системный, абстрактно-логический, статистико-вероятностный, комплексный и программно-целевой подходы, а также методы формализации, дедукции, индукции, анализа и синтеза информации, сравнительного анализа и экспертных оценок, имитационное и логическое моделирование, графическая визуализация фактологической информации.

**Информационно-эмпирическую базу исследования** составили федеральные законодательные акты, нормативный и инструктивный материал, регламентирующие функционирование российского образования, данные Интернет-сайтов, посвященных проблемам развития бизнес - образования, материалы научно-практических конференций, результаты исследований опроса и анкетирования, проведенных автором, в рамках реализации социальных образовательных проектов повышения финансовой грамотности населения российских регионов: «Ситибанк» (2008-2010 годы) и Правительства РФ (2011-2012 годы), а так же иная обзорно-аналитическая информация, опубликованная в отечественных и зарубежных СМИ.

**Основная гипотеза исследования:** основана на том, что рынок образовательных услуг – это социально-значимый глубоко структурированный рынок одним из сегментов которого, является социальный сегмент (субрынок), представляющий собой самостоятельный рынок, спрос на котором превышает предложение и эта асимметрия между спросом и предложением в условиях глобализации мирохозяйственных связей постоянно нарастает. Это нарастание «подогревается» наличием глобального рынка труда, институционализацией хозяйственных связей и общественной жизни, что требует развития этого социального сегмента, его планомерного регулирования и разработки современного механизма его финансирования.

#### **Основные положения диссертации, выносимые на защиту:**

1. Современная российская экономика характеризуется множественностью черт, как специфических, присущих только нашей стране (природно-ресурсный потенциал, культурно-исторические особенности развития, порождающие ее транзитивный характер и накладывающие отпечаток на тип ее

макроэкономического регулирования), так и общие, присущие любой современной модели рыночной экономики как части глобального рыночного пространства, которое характеризуется скоростью изменений научно-технических укладов, открытостью и инновационностью развития, возрастанием роли человеческого фактора, социализацией бизнес-процессов. Современная экономика любой развитой страны – это, прежде всего, экономика знаний – тех знаний, которые способны обеспечить ее конкурентные преимущества на глобальных рынках. Сегодня мы уже можем утверждать, что российская экономика знаний как часть мирового образовательного пространства, находится под влиянием тех глобальных тенденций, которые были отмечены нами выше.

2. Рынок образовательных услуг (РОУ) сложившийся в России, так же имеет как общие черты, определяемые глобальными тенденциями мирового образовательного рынка (социальная значимость, открытость, доступность получения образовательных продуктов и услуг, компетентностный подход, ориентация на рынок труда (РТ) и т.п.), так и специфические особенности, присущие данному рынку только в России (большая социальная ориентированность в силу невысокого уровня доходов основной массы населения, высокая социальная ценность образования на уровне личности, недостаточная структурированность, асимметрия спроса и предложения на новые знания, ограниченная открытость, слабая формализованность институтов контроля за бизнес - образованием со стороны общества, слабая вовлеченность в процесс производства знаний российского бизнеса, региональная ограниченность и т.д.). Российский РОУ включает в себя социальный сегмент, но в силу слабой доступности качественных образовательных продуктов и услуг для основной массы населения, он переместился в сегмент дополнительного образования, который является по сути сегментом бизнес-образования.

3. Субъектно-объектная природа российского рынка бизнес-образования так же весьма специфична, поскольку субъектами хозяйствования

(производителями образовательных продуктов и услуг) являются образовательные учреждения всех уровней и видов собственности (именно они формируют предложение в данном сегменте РОУ), объектами спроса выступают не работодатели, а сами обучаемые, которые и несут все бремя финансовой нагрузки на данном рынке. Возможности расширения предложения и удовлетворения спроса потребителей на рынке бизнес-образования, связаны с социальной ответственностью бизнеса и такой формой ее проявления как социальные инвестиции. Это позволило бы значительно расширить социальный сегмент данного рынка и удовлетворить потребительские предпочтения, как самого бизнеса, так и общества, не говоря уже о потребительских предпочтениях на уровне личности. В тоже время, в РФ отсутствует мотивация у бизнеса к социальным инвестициям, поскольку существуют значительные институциональные ограничения, связанные с отсутствием стимулирующей нормативно-правовой базы для социальных инвестиций в нашей стране.

4. Существующий финансовый механизм функционирования социального сегмента российского рынка дополнительного образования, характеризуется его необязательностью, ничем не стимулируемой добровольностью, инициативой самих образовательных учреждений и слабой мотивацией бизнеса. Только немногие российские крупные корпорации, относящиеся, в основном, к группе естественных монополий, могут позволить себе финансировать локальный социальный сегмент российского рынка бизнес-образования. Цель такого финансирования - не развитие социальных сегментов рынка ДООУ в регионах РФ, а приобретение репутационного капитала, что исключительно важно для естественных монополий с точки зрения формирования цены на их собственный продукт и капитализации их собственной стоимости, как на внутреннем, так и на внешнем рынках.

5. Поскольку рыночная экономика России до сих пор имеет транзитивный характер, имеет место отставание скорости укрепления рыночных отношений в экономике, от формирования рыночного менталитета населения страны. Эта диспропорция в разных возрастных группах разная: если у 20-30 - летних эти



процессы идут синхронно, то у более старших возрастных групп, она увеличивается. В этом и заключается специфика, определяющая противоречия в формировании образовательных продуктов (обучающих программ и пр.) в социальном сегменте рынка ДООУ: они рассчитаны на будущее (для молодежи), но сегодняшние реалии требуют их ориентации на настоящее (то есть, на более старшие возрастные группы, располагающие платежеспособным спросом уже сегодня).

6. Асимметрия спроса и предложения в социальных сегментах российского рынка бизнес-образования, проявляется в форме ущербности тех образовательных продуктов и услуг, которые могут предложить российские образовательные учреждения и, в частности, ВУЗы: продуктовая линейка образовательных продуктов сильно заужена, стандартизирована, имеет массовый характер и плохо индивидуализирована под конкретные потребительские предпочтения, а сами услуги плохо доступны на расстоянии в силу незаинтересованности ВУЗов в дистанционных формах их подачи по причине дополнительной, трудоемкой и дорогостоящей подготовительной работы по их передаче удаленному потребителю.

7. Развитие социальных сегментов рынка ДООУ в регионах РФ определяется влиянием на этот процесс тех тенденций, которые складываются на глобальном, макроэкономическом, мезоэкономическом и микроэкономическом уровнях. Их одновременное персистивное комплементарное воздействие порождает следующие тенденции: зависимость от включенности в глобальное образовательное пространство образовательных учреждений; зависимость от государственного участия; зависимость от региональных бюджетов; зависимость от потребностей работодателей в новых современных компетенциях. Указанные тенденции свидетельствуют о сильной зависимости самого существования социального сегмента от внешней среды, а не от производителя, поскольку производители (сами образовательные учреждения) постоянно производят и обновляют образовательные продукты и услуги потому, что их создание – это гарантия поддержания конкурентоспособности

образовательных учреждений на высоко конкурентных рынках образовательных услуг. Другими словами, наличие социального сегмента в самом образовательном учреждении и его постоянное развитие, является неременным условием поддержания длительного жизненного цикла самого вуза.

**Научную новизну содержат следующие результаты исследования:**

- определены глобальные тенденции, оказывающие влияние на развитие российской экономики знаний: высокая социальная значимость образования; стремление к открытости; растущая доступность получения; компетентностный подход; усиливающаяся ориентация на рынок труда; углубление сегментации рынка образовательных продуктов и услуг; сокращение жизненного цикла создаваемых образовательных продуктов и услуг; инновационные формы их позиционирования и продвижения, что позволяет повысить конкурентоспособность российского образования как части мирового образовательного пространства;

- выявлена специфика рынка образовательных услуг как социально-значимого (ограниченное саморегулирование; коррекция спроса и предложения со стороны государства; наличие парного рынка – рынка труда и тесная взаимосвязь с ним; предложение ориентированное не на внутренний спрос, а на спрос парного рынка; контроль со стороны государства за позиционированием и продвижением продуктов и услуг) и выделены социальные его сегменты, объективно порождаемые сильным влиянием качественного образования на менталитет нации и экономическую демократию;

- доказана специфичность субъектно-объектной природы российского рынка бизнес - образования (локальный характер участия бизнеса в развитии финансового механизма РОУ), установлены возможности (повышение социальной ответственности бизнеса) и ограничения (отсутствие нормативно-правовой базы, стимулирующей социальную ответственность), препятствующие развитию социальных сегментов на российском рынке образовательных услуг;

- разработан и апробирован, в рамках социальной ответственности вузов и бизнеса, финансовый механизм поддержки социальных сегментов российского рынка бизнес - образования, основанный на сочетании государственной поддержки, участия бизнеса и перекрестном финансировании со стороны самих потребителей дополнительных образовательных продуктов и услуг;

- выявлена специфика (отставание скорости укрепления рыночных отношений в экономике от менталитета населения страны) и противоречия (дополнительные образовательные продукты и услуги ориентированы на будущее) формирования обучающих программ в социальном сегменте российского бизнес - образования;

- установлена асимметрия спроса и предложения в социальных сегментах рынка бизнес - образования в регионах России: недостаточность линейки образовательных продуктов и услуг; их стандартизации, массовости, слабой индивидуализации и доступности на расстоянии; не ориентированности спроса на инновационные ниши деятельности; спрос и предложение не мотивированы на развитие друг друга;

- определены тенденции развития социальных сегментов на образовательных рынках в регионах России: зависимость от включенности в мировое образовательное пространство, зависимость от степени госучастия, зависимость от бюджета региона, зависимость от потребностей работодателей в современных компетенциях, зависимость от стратегии развития региона, зависимость от компетентности самих региональных властей.

**Теоретическая и практическая значимость исследования** состоит в том, что его результаты будут способствовать решению важной народнохозяйственной задачи - повышения эффективности функционирования социальных программ, на основе разработанной методики оценки реализации социальных проектов в сфере бизнес - образования. Эти результаты позволяют:

- проводить исследование региональных рынков бизнес - образовательных услуг, прогнозировать их емкость в краткосрочной и

среднесрочной перспективе, обеспечить более полную и достоверную их оценку;

– создать методическую базу и формировать, исходя из конкретных условий функционирования, инновационные стратегии образовательных организаций и тем самым повысить уровень обоснованности принимаемых решений в данной сфере.

**Апробация результатов исследования.** Основные результаты исследования докладывались на научных международных, всероссийских, межрегиональных и региональных конференциях (в России в городах - Волгоград, Москва, Сочи, Ставрополь, Воронеж, Краснодар, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Калининград; в других странах - Швейцария, Польша, Греция, Болгария, США) и были внедрены в деятельность образовательных учреждений города Волгограда и Волгоградской области.

По теме диссертации опубликовано 28 научных статей, общим объемом 5,4 п.л., в том числе 5 статей, общим объемом 1,95 п. л., в ведущих рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ.

**Структура и объем работы.** В соответствии с целью и задачами диссертационного исследования работа состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и трех приложений. Работа содержит графический и табличный материал.

Введение

## **ГЛАВА 1. ТРАНСФОРМАЦИЯ НАЦИОНАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ РЫНКОВ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ ГЛОБАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ ЗНАНИЙ**

1.1. Глобальные тенденции в развитии российской экономики знаний

1.2. Специфика развития российского рынка образовательных услуг как социально-значимого рынка

1.3. Формирование рыночных отношений в российской сфере образования: субъекты, объекты, границы и возможности

## **ГЛАВА 2. СУБЪЕКТНО-ОБЪЕКТНАЯ ИНТЕГРАЦИЯ ИНТЕРЕСОВ РОССИЙСКОГО РЫНКА БИЗНЕС - ОБРАЗОВАНИЯ**

2.1. Роль и значение социального сегмента российского рынка бизнес - образования

2.2. Финансовый механизм функционирования социального сегмента российского рынка дополнительных образовательных услуг

2.3. Тенденции развития социальных сегментов рынков бизнес - образования в регионах России

### ГЛАВА 3. СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ ПРОГРАММ ДЛЯ СОЦИАЛЬНОГО СЕГМЕНТА НА РОССИЙСКОМ РЫНКЕ БИЗНЕС - ОБРАЗОВАНИЯ (НА ПРИМЕРЕ РЕАЛИЗАЦИИ ПИЛОТНОГО СОЦИАЛЬНОГО ПРОЕКТА «ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РОССИИ»)

3.1. Формирование спроса в социальном сегменте российского рынка бизнес - образования

3.2. Формирование предложения в социальном сегменте российского рынка бизнес - образования

3.3. Экономическая эффективность реализации социальных проектов на российском рынке бизнес - образования

Заключение

Список использованных источников

Приложения

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертационного исследования, проводится анализ степени изученности проблемы, формулируются объект, предмет, цели и задачи исследования, положения, выносимые на защиту, и новизна решаемых задач.

Первая группа проблем, рассматриваемых в диссертации, связана с определением глобальных тенденций, влияющих не только на развитие мировой экономики знаний, но и определяющих специфику российского рынка образования как части мирового образовательного пространства.

Современная экономика любой развитой страны – это, прежде всего, экономика знаний – тех знаний, которые способны обеспечить ее конкурентные преимущества на глобальных рынках. Российская экономика знаний, имеющая постиндустриальный характер развития, так же находится под влиянием тех глобальных тенденций, которые были отмечены нами в положении 1, выносимым на защиту.

Кроме того, постиндустриальная российская экономика имеет ряд особенностей, которые непосредственно влияют на проблемы образования, и определяют специфику российского рынка образования<sup>1</sup>.

Во-первых, невозможность сохранения традиционной для индустриального общества модели образования, основанной на интенсивном предоставлении образовательных услуг в первые 20-25 лет жизни, с эпизодической «профпереподготовкой» в дальнейшем. Теперь речь должна идти о формировании принципиально новой системы непрерывного образования, которая принимала бы в расчет рост динамизма потребностей, как и индивидуализацию спроса и возможностей его удовлетворения.

Во-вторых, неизбежно должно происходить изменение финансового механизма образования. Усиливается и будет усиливаться роль частных (личных) расходов домашних хозяйств, при формировании образовательной стратегии человека. Усиление платности образования в современной России принято связывать с посткоммунистической трансформацией, сопровождавшейся тяжелым бюджетным кризисом. На самом же деле произошло наложение двух кризисов – бюджетного и системного. Не случайно преодоление бюджетного кризиса не привело к ослаблению роли частных денег в развитии образования. Напротив, поток средств от домохозяйств и корпораций в образование усиливается. Естественно, средства направляются не только в традиционные сектора образования (среднее и высшее), но и в новые формы послевузовского (профессионального) образования.

В-третьих, усиление индивидуальных тенденций (траекторий) в образовании. Индивидуальные предпочтения проявляются не в выборе учебного заведения, а в индивидуализации программ самого учебного заведения. Граждане и корпорации предъявляют свои, специфические требования к компетенциям, которые должна предоставить школа. Разумеется,

---

<sup>1</sup> Автор настоящего исследования под рынком образования подразумевает рынок образовательных продуктов и услуг, имеющий, как и всякий рынок, сложную внутреннюю структуру, сегментируемую по различным критериям на относительно самостоятельные субрынки по различным критериям. В целях углубленного исследования, каждый из этих субрынков (отдельных рыночных сегментов) рассматривается нами как самостоятельный рынок во взаимосвязи и взаимообусловленности с другими сегментами данного рынка.

индивидуальный подход не приводит к выработке единственной уникальной программы для каждого данного человека – хотя и это возможно. Личная образовательная программа складывается как комбинация из большого числа модулей, предлагаемых образовательным учреждением.

В-четвертых, глобализация делает неизбежной для серьезного образовательного учреждения конкуренцию на международном образовательном рынке. Это предполагает формирование альянсов и совместных программ с разными образовательными институтами, включая зарубежные. Повышается роль международных ассоциаций и стандартов, которые отнюдь не однозначно воздействуют на формирование прорывных образовательных программ и технологий.

В-пятых, усиливается значение практической направленности образования, связанного с получением набора компетенций. Это требует изменения технологий образования, а сами же постиндустриальные технологии создают базу для таких изменений. Создаются новые возможности для ускорения получения компетенций через тренажеры, разного рода симуляторы, информационно-коммуникационные системы и т.п.

Все это обуславливает основные направления трансформации системы образования, а значит и всего образовательного рынка: переход к разработке индивидуальных образовательных траекторий; создание максимально гибких «клиентоориентированных» схем, основанных на кредитно-модульном принципе; компетентностный подход, когда товаром становятся не столько знания, сколько профессиональные компетенции, что требует общественного контроля за качеством получаемого образования на всех его этапах. Более подробно структуру рынка образования, функционирующего на территории Российской Федерации, можно систематизировать в виде схемы, представленной на рис. 1.

Как видим из данной схемы, обучать клиентов (слушателей) теперь приходится на протяжении всей жизни, и постдипломные программы начинают играть все большую роль на рынке образовательных услуг, как по объему

денежных ресурсов, так и по количеству участников процесса. Каждый уровень, представленный на этом рисунке, можно рассматривать как субрынок (сегмент) рынка образовательных услуг, имеющий свою субъектно-объектную природу. Объектом нашего исследования является рынок бизнес-образования.

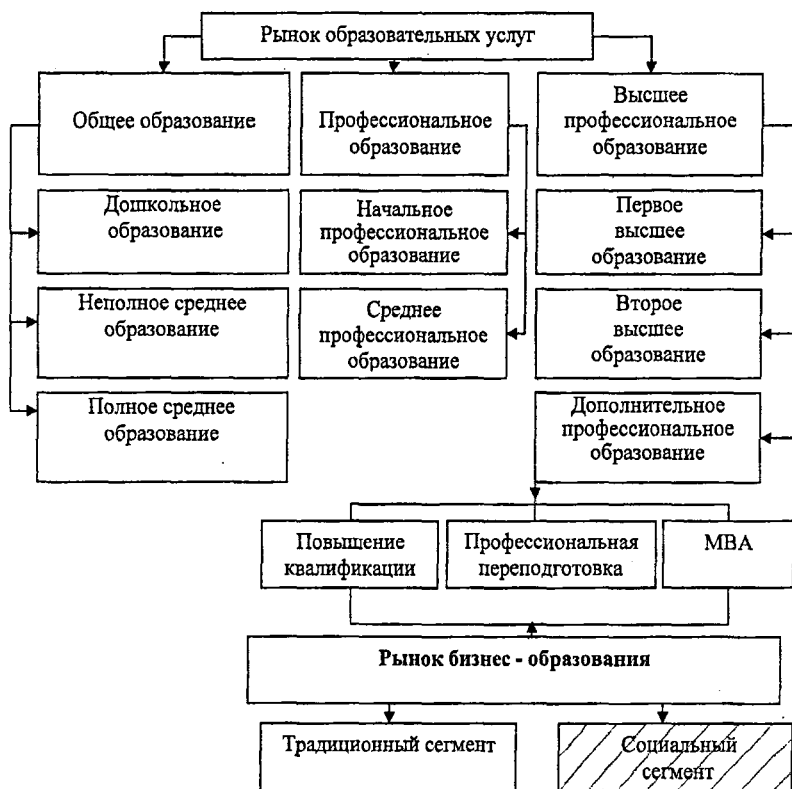


Рис. 1 Структура рынка образовательных услуг  
Источник: составлено автором

Содержание бизнес - образования определяется, прежде всего, спросом и предложением на него. Где есть спрос и предложение, тут же возникает рынок бизнес - образования, который можно определить как сферу экономических отношений, возникающих между субъектами данного рынка по поводу купли-продажи весьма специфичного товара - а именно, профессиональных знаний и



компетенций, которые могут быть использованы потребителями как на других рынках (наемного, либо предпринимательского труда) или для повышения эффективности деятельности домашних хозяйств.

Таким образом, социальный сегмент рынка бизнес – образования, который является объектом нашего исследования, мы можем определить как особую часть (субрынок) рынка бизнес-образования, возникающий под влиянием, с одной стороны, общественных и личных потребностей наименее защищенных слоев населения, а с другой, - в процессе реализации социальной ответственности бизнеса и самих вузов.

Сам социальный сегмент рынка бизнес - образования, так же можно рассматривать в качестве самостоятельного рынка – со своей спецификой, определяемой особенностями спроса и предложения, потребительскими предпочтениями и механизмом финансирования.

**Ко второй группе проблем, рассмотренных в диссертационном исследовании, относится разработка основ финансового механизма функционирования социального сегмента российского рынка дополнительных образовательных услуг.**

Основы финансового механизма функционирования не всего рынка дополнительных образовательных услуг, а только его части – российского рынка бизнес-образования, приведены нами на рис.2.

Приведенная схема дает представление, какие принципы лежат сегодня в основе финансирования социального сегмента российского рынка бизнес - образования: комплексность финансовых источников; добровольность; индивидуальный подход; отсутствие нормативно-правового законодательства.

Мы предлагаем, во-первых, оформить с институционально-правовой точки зрения социальный сегмент российского рынка бизнес - образования, сделав финансовое участие в нем обязательным для бизнеса и вузов; во-вторых, ввести «перекрестное финансирование» образовательных проектов в этом сегменте рынка дополнительных образовательных услуг, что позволит вузам самим определять стоимость дополнительной образовательной услуги для

различных групп обучаемых; в-третьих, формировать совместно с работодателями – главными потребителями товара «профессиональные компетенции», субсидиарные фонды для финансирования социальных образовательных проектов, привлекая туда средства всех участников (государства, вуза, бизнеса) независимо от их ведомственной принадлежности.

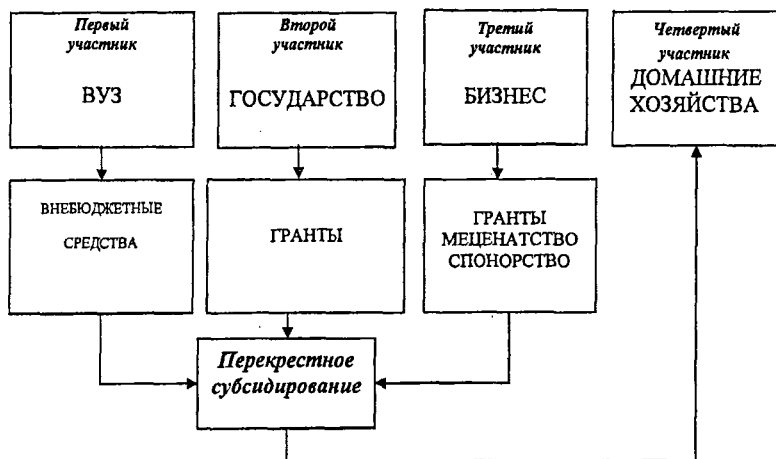


Рис. 2 Основы финансового механизма функционирования социального сегмента бизнес – образования.  
Источник: составлено автором

В рамках данного диссертационного исследования мы предлагаем так же ввести индексы: социальной ответственности бизнеса ( $J_{\text{соб}}$ ) и социальной ответственности вузов ( $J_{\text{сов}}$ ), определяющие их вклад в развитие социального сегмента российского рынка бизнес - образования.

$$J_{\text{соб}} = \frac{Q_{\text{б/пл}}}{Q_{\text{ппс}}},$$

где  $Q_{\text{б/пл}}$  – количество обучаемых, проученных бесплатно, либо со скидкой  
 $Q_{\text{ппс}}$  – общая численность персонала организации

$$J_{\text{сов}} = \frac{Q_{\text{б/пл}}}{Q_{\text{пк}}},$$

где  $Q_{\text{б/пл}}$  – количество обучаемых, проученных бесплатно, либо со скидкой  
 $Q_{\text{пк}}$  – количество повысивших квалификацию

Учет данных показателей: для вуза, должен стать обязательным в его ежегодной отчетности перед учредителем (ями); для предприятия, - либо входить в отчет по корпоративной социальной ответственности, либо учитываться при подготовке отчета о повышении квалификации кадров, поскольку оба индекса являются показателями социальной ответственности, как вуза, так и работодателя.

Мы предлагаем собственное видение структуры социального сегмента российского рынка бизнес – образования, в которой описываем основные типы обучения, оплачиваемые за счет средств указанных участников в рамках действующего механизма бизнес – образования (рис. 3).

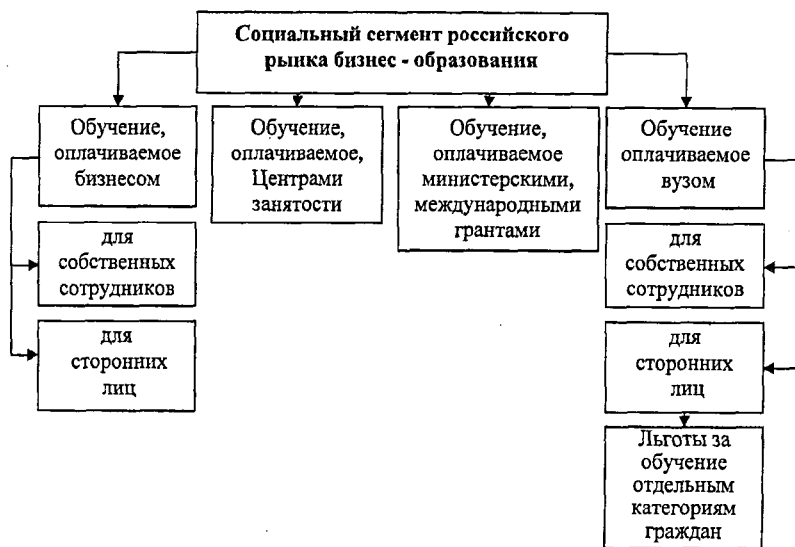


Рис. 3 Структура социального сегмента российского рынка бизнес - образования  
Источник: составлено автором

К третьей группе проблем, рассмотренных в диссертационном исследовании, относится анализ реализации социальных проектов бизнеса (Ситибанка) и пилотного проекта Правительства РФ по повышению финансовой грамотности населения регионов России, в которых автор

принимал и принимает участие на протяжении последних четырех лет на территории Волгоградской области.

В регионе в течение последних шести лет ведущие вузы Волгограда работают над повышением финансового образования самых различных по возрасту и социальному статусу групп населения, создавая и развивая социальный сегмент рынка бизнес - образования. Образовательные услуги социального сегмента позиционируются и продвигаются на рынке бизнес - образования с помощью маркетинга отношений: через взаимодействие с бизнесом, некоммерческими организациями, Администрацией Волгоградской области, средствами массовых коммуникаций в форме проведения конференций, круглых столов, семинаров, специализированных веб-сайтов, разработки современных визуально-доступных учебных материалов, по вопросам управления как общественными, так и личными финансами.

В реализации данных проектов, наряду с двумя другими ведущими вузами региона, в качестве субъекта формирования предложения, участвует Волгоградский государственный технический университет (ВолгГТУ), обладающий многолетним опытом внедрения и реализации социальных проектов на региональном рынке бизнес - образования.

В соответствии с Целевым пилотным проектом Правительства РФ, с 2011 года и в течение пяти лет в Волгоградской области будет проводиться работа по позиционированию и продвижению образовательных услуг для населения через социальный сегмент рынка бизнес - образования по нескольким целевым группам: молодежь (как правило, это учащиеся школ, колледжей и вузов); люди среднего возраста (работающее население в возрасте 45 – 50 лет); безработные (лица, впервые выходящие на рынок труда; лица, желающие открыть свой бизнес; лица, чьи профессии устарели, что требует их переобучения); пенсионеры (как мобильные, так и привязанные к дому по состоянию здоровья). Позиционирование, продвижение и предоставление дополнительных образовательных услуг данным категориям населения проводят проученные волонтеры – студенты ВолгГТУ, а также преподаватели и сотрудники

университета, то есть те же субъекты хозяйствования, которые работают и в традиционном платном сегменте рынка бизнес-образования.

Волонтеры будут готовиться к работе в социальном сегменте, во-первых, в процессе обучения преподавателями финансово – экономических дисциплин вузов; во-вторых, работодателями, то есть теми, кто, собственно, и нуждается в грамотных работниках, либо клиентах – представители финансово-кредитных учреждений (банковского сообщества, потребительских кооперативов, страховых компаний и т.д.); в-третьих, представителями региональных отделений пенсионного фонда РФ; в-четвертых, преподавателями вузов и колледжей, приглашенных для работы с безработными по линии региональных Центров занятости.

Поскольку все целевые группы изначально имеют разный уровень образования и нуждаются в разном уровне финансово-экономических знаний, постольку формы, технологии и методики предоставления образовательных услуг должны быть для них разными. Необходимость адаптации образовательных продуктов и услуг под разные целевые группы потребителей, потребовала привлечения к их созданию специалистов самых разных специальностей, работающих, либо обучающихся в вузе.

Участники социальных проектов - студенты, как целевая группа потребителей, являются одновременно и субъектами, и объектами социального сегмента российского рынка бизнес-образования: как потребители, скажем, желающие получить образовательный кредит, они будут обучаться как в аудиториях в процессе непосредственного общения со специалистами банков, так и, на специальном сайте Центра Финансового Образования (ЦФО) технического университета, который разрабатывался специально для этих целей теми же студентами, совместно с преподавателями; студенты в последнем случае, выступают уже не только как потребители образовательной услуги или продукта, но и как их производители. Данный образовательный продукт (специализированный веб-сайт) создавался с учетом всей продуктовой линейки образовательных услуг и продуктов в форме экономических знаний,

необходимых современному потребителю для жизнедеятельности. Потребители образовательных продуктов и услуг, найдут ответы на все интересующие их вопросы, связанные с управлением личными финансами, или с накоплением будущих пенсий.

Самая незащищенная группа потребителей, которая не владеет современными Интернет-технологиями, пенсионеры, привязанные по состоянию здоровья к дому или больнице, получит возможность обучения прямо на дому или в лечебном учреждении, благодаря телекоммуникационным средствам, таким как телевидение, или газеты и журналы, где размещены те образовательные продукты, которые готовятся под задачи социального сегмента, студентами, преподавателями и сотрудниками экономического факультета, выступающими в данном случае как субъекты предложения.

Помимо такого образовательного продукта как специализированный сайт ЦФО, ВолгГТУ уже имеет более современный продукт - портал, предназначенный для целей обучения работе на финансовых рынках, как российских, так и на зарубежных площадках: [www.educationonline.ru](http://www.educationonline.ru), где дается информация в форме дополнительной образовательной услуги, которую может получить потребитель (слушатель) как за деньги, так и бесплатно, в рамках социального сегмента рынка бизнес-образования.

Помимо бесконтактных доступных образовательных продуктов, таких как популярные публикации в газетах и журналах, преподаватели и студенты технического университета, создают для населения города Волгограда и области целая сеть консалтинговых центров, где все желающие могут получить консультации по финансовым вопросам. Кроме того, в этих центрах потребители - населения области, могут получить квалифицированную юридическую помощь по защите своих прав как потребителей финансовых продуктов и услуг. В этом случае потребитель имеет дело уже с более сложной образовательной услугой, которая более полно удовлетворяет потребительские предпочтения на рынке бизнес - образования.

Критериями эффективности вышеуказанных способов, методов и технологий продвижения образовательных продуктов и услуг на рынок могут стать, в первую очередь, показатели социологических опросов, своеобразные срезы на разных уровнях потребления и в разных потребительских сегментах. Проведение в Волгоградской области количественных социологических исследований на основе мониторинга позволит оценить эффективность продвижения образовательных продуктов и услуг и, при необходимости, скорректировать их содержание. Выделяя при анализе результатов опросов отдельные социальные сегменты по группам потребителей, исследователи смогут дать конкретные рекомендации относительно наиболее востребованных образовательных продуктов, услуг и каналов коммуникаций с разными целевыми аудиториями. Второй вариант – это макроэкономические показатели деятельности региона, характеризующие финансовую активность населения и принимаемые им решения.

На формирование социального сегмента российского рынка бизнес - образования оказывает существенное влияние то обстоятельство, что, несмотря на активную позицию Всемирного банка, который неоднократно принимал и принимает участие в социальных образовательных проектах в различных странах, Россия не может опираться на опыт других стран участниц подобных проектов. Это связано с тем, что в наших странах разные нормативно-правовые базы, поскольку конституции в каждом государстве имеют свою специфику. С учетом особенностей российского законодательства и финансово-экономической сферы, Волгоградская область будет выработать ту методику формирования социального сегмента российского рынка бизнес-образования, которая больше подходит нашей стране и непосредственно каждому ее региону. Мы не можем применить те практики, которые имели место в Англии или Голландии. Также следует понимать, что формирование социального сегмента российского рынка бизнес - образования - это стратегический проект, рассчитанный на длительный период времени, положительные результаты, от реализации которого пролонгированы во времени, их невозможно добиться в

краткосрочном периоде, скопировав чьи-то удачные образцы. Именно поэтому программа Правительства РФ «Финансовая грамотность» будет проводиться в несколько этапов в течении как минимум пяти лет.

**В заключении** диссертационной работы обобщены основные положения и выводы, показывающие, что наличие социального сегмента в самом образовательном учреждении и его постоянное развитие, является неременным условием поддержания длительного жизненного цикла самого вуза, основой его конкурентоспособности на внутреннем и глобальном рынках.

Основные положения диссертации отражены в следующих научных публикациях:

***В изданиях, рекомендованных ВАК Минобрнауки РФ***

1. Новакова, Е.И. Специфика формирования социального сегмента российского рынка бизнес-образования / Е.И. Новакова // Современная экономика: проблемы и решения, 2012. - № 1(25). - 0,5 п.л.

2. Новакова, Е.И. Международные практики оценки финансовой грамотности / Е.Г. Попкова, Романова М.К., Е.И. Новакова // Аудит и финансовый анализ. - 2012. - №2. - 0,75 п.л. - авт. 0,4 п.л.

3. Новакова, Е.И. Формирование региональной инновационной системы как основы развития экономики знаний / Е.И. Новакова // Известия Волгоградского государственного технического университета. Серия "Актуальные проблемы реформирования российской экономики (теория, практика, перспектива)". Вып. 10: межвуз. сб. науч. ст. / ВолгГТУ. - Волгоград, 2010. - № 13. - 0,6 п.л.

4. Новакова, Е.И. Повышение финансовой грамотности населения (на примере Центра финансового образования "Citi Professors") / Е.Г. Попкова, Е.И. Новакова // Экономические науки. - 2009. - № 10. - 0,4 п.л. - авт. 0,2 п.л.

5. Новакова, Е.И. Становление и развитие дополнительного профессионального образования в вузах Российской Федерации / В.В. Шеховцов, Е.Г. Попкова, Е.И. Новакова // Экономические науки. - 2008. - № 10. - 0,5 п.л. - авт. 0,25 п.л.

***Научные статьи в других изданиях:***

6. Новакова, Е.И. Проблемы взаимодействия региональных органов управления и бизнеса / Е.И. Новакова // Ломоносов-2005: сб. мат. Междунар. конф. студ., аспирантов и молод. учёных, Москва, 12-15 апр. 2005г. Секция "Экономика" / МГУ им. М.В. Ломоносова, Экон. фак-т, Совет молодых учёных. - М., 2005. - Т. II. - 0,1 п.л.

7. Новакова, Е.И. The innovation policy of Russia: national and regional aspects = Инновационная политика России: национальный и региональный аспекты / Л.С. Шаховская, Е.И. Новакова // Глобеликс-Россия-2007: матер. 5-й междунар. конф. / Мин-во образов. и науки РФ, Саратовский гос. техн. ун-т. - Саратов, 2007. - Т. 2. - 0,2 п.л. - авт. 0,1 п.л.

8. Новакова, Е.И. Мотивы вступления в Болонский процесс для России, вуза, студента / Л.С. Шаховская, Е.И. Новакова // Инновационные факторы во внешнеэкономической сфере России: матер. междунар. н.-пр. конф., Ставрополь, 15-20 окт. 2007 г.: выездное заседание УМС УМО по спец. "Мировая экономика" / ФГОУ ВПО "Ставропол. гос. аграр. ун-т" [и др.]. - Ставрополь, 2007. - 0,2 п.л. - авт. 0,1 п.л.

9. Новакова, Е.И. Проблемы и противоречия модернизации высшего образования в алгоритмах Болонского процесса / Е.И. Новакова, Е.Г. Гушина // Молодёжь и экономика: новые взгляды и решения: межвуз. сб. науч. тр. по итогам VII всерос. н.-пр. конф. молодых



учёных: 44-я ежегод. всерос. н.-пр. конф. ВолгГТУ, 31.01-2.02.2007 / Волгогр. отд.-ние РАЕН, ВолгГТУ, Каф. МЭиЭТ. - Волгоград, 2007. - 0,25 п.л. – авт. 0,1 п.л.

10. Новакова, Е.И. Institutional Development of Higher Education System as a Basis for Innovative Development of the Russian Economy / Е.Г. Гушина, Е.И. Новакова // Business & Economics Society International. 2008 Conference, Lugano (Switzerland), December, 2008: Selected Papers. - Danvers, MA [USA], 2008. - Vol. I. - 0,25 п.л. – авт. 0,1 п.л.

11. Новакова, Е.И. Механизм взаимодействия образовательных услуг и рынка труда в условиях рыночной экономики / Е.И. Новакова, Л.С. Шаховская // Стратегия и тактика управления предприятием в переходной экономике: VIII ежегод. открытый конкурс науч.-иссл. работ ... : сб. матер., г. Волгоград, 1-2 апр. 2008 г. / ВолгГТУ. - Волгоград, 2008. - Вып. 16. - 0,2 п.л. – авт. 0,1 п.л.

12. Новакова, Е.И. Образовательные кластеры: в поиске оптимальных решений / Е.И. Новакова, Е.Г. Гушина // Ресурсный потенциал национальной экономики в условиях глобализации: матер. междунар. н.-пр. конф., Сочи, 31 янв.-2 февр. / Кубанский гос. ун-т [и др.]. - Краснодар, 2008. - Ч. 2. - 0,2 п.л. – авт. 0,1 п.л.

13. Новакова, Е.И. Особенности внедрения инноваций в российских компаниях / Л.С. Шаховская, Е.И. Новакова // Вековой поиск модели хозяйственного развития России. 10-й юбилейный форум: матер. X междунар. н.-пр. конф., Волжский, 20-22 сент. 2007 / ВГИ (филиал) ВолГУ. - Волгоград, 2008. - 0,3 п.л. – авт. 0,15 п.л.

14. Новакова, Е.И. Парадоксы инновационного аспекта образовательного процесса в современной России / Е.И. Новакова, Е.Г. Гушина // Молодёжь и экономика: новые взгляды и решения: по итогам VIII всерос. н.-пр. конф. мол. учёных, 31 янв.- 2 февр. 2008 г.: межвуз. сб. науч. тр. / ВолгГТУ, Каф. МЭиЭТ [и др.]. - Волгоград, 2008. - 0,2 п.л. – авт. 0,1 п.л.

15. Шаховская, Л.С. Improving financial competence of population as a way of the country's highly-developed economy [Электронный ресурс] / Л.С. Шаховская, Е.И. Новакова // Journal of International Scientific Publications. Economy & Business (Bulgaria). - 2009. - Vol. 3, part 1. - 0,6 п.л. – авт. 0,3 п.л.

16. Новакова, Е.И. Инновационная деятельность образовательных учреждений / Е.И. Новакова, Л.С. Шаховская // Инновационные источники роста российской экономики: межвуз. сб. науч. тр.: по итогам I и II науч.-практ. конф. молодых учёных ВолгГТУ / ВолгГТУ, Фак-т экономики и управления [и др.]. - Волгоград, 2009. - 0,25 п.л. – авт. 0,1 п.л.

17. Новакова, Е.И. Инновационные процессы в современном вузе / Л.С. Шаховская, Е.И. Новакова // Условия, ресурсы и факторы развития России в XXI веке: сб. науч. ст. по итогам всерос. науч. конф., 20-22 окт. 2009 г. / ВолгГТУ [и др.]. - Волгоград, 2009. - 0,6 п.л. – авт. 0,3 п.л.

18. Новакова, Е.И. Рынок инновационных образовательных продуктов в России / Е.И. Новакова, Л.С. Шаховская // Молодёжь и экономика: новые взгляды и решения: межвуз. сб. науч. тр. по итогам IX всерос. науч.-практ. конф. молодых учёных: в рамках 46-й ежегод. науч.-практ. конф. ВолгГТУ (Волгоград, 3-5 февр. 2009 г.) / ВолгГТУ, Каф. МЭиЭТ [и др.]. - Волгоград, 2009. - 0,2 п.л. – авт. 0,1 п.л.

19. Новакова, Е.И. Institutional Support of the National Educational System / Л.С. Шаховская, И.А. Морозова, Е.И. Новакова // Global Business & Economics Anthology. - 2010. - Vol. II, Issue 2, December. - 0,25 п.л. – авт. 0,1 п.л.

20. Новакова, Е.И. Дополнительное образование в вузах России (на примере Волгоградского государственного технического университета) / Е.Г. Попкова, В.В. Шеховцов, Е.И. Новакова // Интернационализация современного российского образования : матер. междунар. науч.-практ. конф. (7-9 окт. 2010 г.) / ГОУ ВПО ВГТА [и др.]. - Воронеж, 2010. - 0,4 п.л. – авт. 0,2 п.л.

21. Новакова, Е.И. Инновационные факторы развития регионов РФ / У.А. Волосатова, Т.Н. Митрахович, Е.И. Новакова // Российский регион: управление инновационным развитием в условиях мирового финансового кризиса: сб. ст. [матер.] всерос. науч.-практ. конф., 11-12 нояб. 2010 г. / ФГОУ ВПО "ВАГС". - Волгоград, 2010. - 0,25 п.л. – авт. 0,1 п.л.

22. Новакова, Е.И. Институциональные механизмы сотрудничества в сфере профессионального образования между Россией и странами Центральной и Восточной Европы / Л.С. Шаховская, И.В. Аракелова, Е.И. Новакова // Partnerstwo i wspolpraca a krzyzys gospodarczo-spoleczny w Europie Srodkowej i Wschodniej : [сб. науч. тр.]. Т. I / Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawla II [и др.].- Lublin, 2010.- 0,4 п.л. – авт. 0,2 п.л.

23. Рынок инновационных образовательных продуктов в системе социально-значимых рынков / Е.И. Новакова, И.С. Пимкин, А.М. Аругян, Л.С. Шаховская // Инновационные источники роста российской экономики: внутривуз. сб. науч. тр. по итогам III науч.-практ. конф. молодых учёных ВолгГТУ, 17-18 марта 2010 г. / ВолгГТУ [и др.]. - Волгоград, 2010. - 0,2 п.л. – авт. 0,1 п.л.

24. Новакова, Е.И. The Development of the Social Segment of the Russian Additional Education Services Market / Л.С. Шаховская, Е.И. Новакова // Journal of International Scientific Publication: Economy & Business. - 2011. - Vol. 5, Part 1. - 0,4 п.л. – авт. 0,2 п.л.

25. Новакова, Е.И. Виртуализация социального сегмента российского рынка дополнительных образовательных услуг: утопия или реальность? / Л.С. Шаховская, Е.И. Новакова // Spoleczenstwo Sieci – Gospodarka Sieciowa w Europie Srodkowej i Wschodniej. Т. 1 / Katolicki Univ. Lubelski Jana Pawla II; pod red. S. Partyckiego. – Lublin, 2011. – 0,5 п.л. – авт. 0,25 п.л.

26. Новакова, Е.И. Институциональные механизмы модернизации высшего профессионального образования России [Электронный ресурс] / Е.И. Новакова, Л.С. Шаховская // Образование, наука и модернизация: сб. докл. годовой тематич. конф. НЭА (Москва, 20-22 дек. 2010 г.): прил. к журналу Новой экономической ассоциации [сайт] / МШЭ МГУ им. М.В. Ломоносова. - М., 2011. - 0,5 п.л. – авт. 0,25 п.л. - URL: <http://econorus.org/onim/esession.phtml?id=11>.

27. Новакова, Е.И. Партнёрские бизнес-программы лояльности потребителей как инструмент современных образовательных технологий подготовки инженеров, бакалавров, и магистров техники / Л.С. Шаховская, И.В. Аракелова, Е.И. Новакова // Морская индустрия, транспорт и логистика в странах региона Балтийского моря: новые вызовы и ответы : тез. докл. IX междунар. конф. (Калининград, 24-27 мая 2011 г.) / Балт. гос. акад. рыбопромыслового флота, Северо-Запад. акад. гос. службы. - Калининград, 2011. - 0,4 п.л. – авт. 0,2 п.л.

28. Новакова, Е.И. Социальное предпринимательство в вузе: региональный аспект / О.В. Сагинова, Л.С. Шаховская, Е.И. Новакова // Современная экономика: концепции и модели инновационного развития: матер. III междунар. науч.-практ. конф. (18-19 февр. 2011 г.). В 2 кн. Кн. 2 / ГОУ ВПО "РЭУ им. Г.В. Плеханова". - М., 2011. - 0,2 п.л. – авт. 0,1 п.л.

Подписано в печать 23.04.2012 г. Заказ № 284. Тираж 100 экз. Печ. л. 1,0  
Формат 60 x 84 1/16. Бумага офсетная. Печать офсетная.

Отпечатано в типографии ИУНЛ  
Волгоградского государственного технического университета.  
400005, Волгоград, просп. им. В.И. Ленина, 28, корп. №7.