

**ИССЛЕДОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ
РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И РЫНКА ТРУДА**

© 2015

Н.А. Бухалова, кандидат социологических наук, доцент кафедры «Гуманитарные науки»**О.А. Павлова**, кандидат исторических наук, доцент кафедры «Гуманитарные науки»**О.Н. Шумилова**, кандидат педагогических наук, доцент кафедры «Гуманитарные науки»*Нижегородский государственный инженерно-экономический университет, Княгинино (Россия)*

Ключевые слова: образование; образовательные услуги; рынок образовательных услуг; рынок труда; методологический подход; интегральный подход; государственное регулирование.

Аннотация: Проблема взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, рассматриваемая в статье, представляет особую актуальность вследствие модернизационных процессов образовательной системы, обусловленных усилением стратегической значимости знаний в информационной экономике. Снижение качества и конкурентоспособности образования на глобальном рынке, низкий уровень ресурсной обеспеченности, недостаток высококвалифицированных кадров, раскоординированность рынков труда и образовательных услуг обусловлены начальной стадией становления рыночных отношений в образовательном секторе. Проблема согласованности взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг является комплексной социально-экономической задачей, требующей системного подхода, который заключается в совместном рассмотрении компонентов системы: предложения рынка образовательных услуг, спрос на рынке труда. В работе уточнены и проанализированы ключевые понятия исследуемого вопроса: образование, образовательные услуги, рынок образовательных услуг, рынок труда. Рассмотрены особенности системного и интегрального подходов согласования механизмов взаимодействия рынков труда и образовательных услуг с учетом специфики их развития на примере образовательной системы Нижегородской области. В ходе исследования сформулированы основные меры по осуществлению интеграции: налаживание партнерских отношений между системой высшего образования, производством и бизнесом; формирование уровня подготовки специалистов в соответствии с динамично развивающимся спросом на рынке труда; обновление учебно-материальной базы образовательных учреждений в соответствии с современными технологиями производства. Все это позволило установить особую роль государственного регулирования в вопросе оптимизации взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, что позволит координировать цели, содержание подготовки специалистов с учетом стратегического развития экономики, формировать государственный заказ на подготовку кадров с учетом перспективных потребностей экономики, разрабатывать долгосрочные прогнозы.

Модернизация существующей образовательной системы обусловлена усилением стратегической значимости знаний в информационной экономике, в этой связи актуальным становится вопрос формирования и развития рынка образовательных услуг. Рыночные отношения в образовательном секторе сегодня находятся в стадии становления, что вызывает ряд проблем, в частности снижение качества и конкурентоспособности образования на глобальном рынке, обеспечивающем запросы экономики, низкий уровень ресурсной обеспеченности, недостаток высококвалифицированных кадров, раскоординированность рынков труда и образовательных услуг [1–3].

Проблема согласованности взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг является комплексной социально-экономической задачей, требующей системного подхода, который заключается в совместном рассмотрении компонентов системы:

- предложения рынка образовательных услуг;
- спроса на рынке труда.

С целью уточнения используемой терминологии проанализируем предлагаемые авторами дефиниции ключевых понятий, так как неточность их формулирования может привести к затруднению выбора оптимального пути совершенствования современной образовательной системы.

Резюмируя мнения ученых, можем сказать, что образование есть процесс подготовки специалистов, совершенствования и обогащения знаний, умений, интеллекта, характера и т. д. обучаемых, особенно посредством обучения в учебных заведениях. В то же время образование – это и запас знаний, умений и навыков индивидуума, полученный им в процессе обучения и подтверждаемый наличием соответствующих документов. Таким образом, понятие «образование» включает в себя не только внутренний потенциал индивидуума, который он может использовать для реализации профессиональной траектории в своей жизни, но и весь комплекс отношений по формированию, продвижению и реализации образовательного продукта.

Разделяя мнение В.М. Кожухара и ряда авторов, считаем, что трудности в определении образовательной услуги

обусловлены неоднозначным трактованием предмета образовательного труда, а именно субъекта образовательного воздействия, в качестве которого выступает исходная социально-психологическая структура личности обучаемого, выражающаяся определенной совокупностью знаний, умений, навыков, предпочтений, интересов, мотивов и ценностных установок; можно сказать, что это работа отдельного педагога или педагогического коллектива, направленная на целесообразное изменение социально-психологической структуры личности обучаемого [4]. Таким образом, образовательная услуга – это экономическое благо в виде духовного продукта, удовлетворяющего человеческую потребность в приобретении знаний, умений и навыков.

В контексте нашего исследования важно отметить, что профицит образовательных услуг приводит к возникновению конкуренции на образовательном рынке. По мнению Э.И. Скоблевы, «образовательные программы предлагают многие вузы, так что у потребителей есть возможность выбирать вуз, а вузы, в свою очередь, оказываются конкурентами на рынке образовательных услуг» [5].

С точки зрения методологического подхода [6] рынок образовательных услуг рассматривается как механизм взаимодействия различных субъектов по поводу купли-продажи образовательных услуг.

К субъектам рынка образовательных услуг относятся:

- производители (образовательные организации и индивидуальные предприниматели), которые выходят на рынок с дифференцированным предложением;
- потребители (обучающиеся – непосредственные потребители), которые выражают свои желания покупателям, выходящим на рынок;
- покупатели (домохозяйства, организации, государство), предъявляющие спрос на рынке [7].

Рынок труда – это система социально-экономических отношений между государством, работодателями и трудящимися, касающихся всего комплекса трудовых отношений, купли-продажи трудовых услуг, включающая подготовку, переподготовку, повышение квалификации и вовлечение людей в процесс производства [8].

Отличительной особенностью современного рынка труда являются жесткие условия его функционирования (высокая интенсивность информационных потоков, множественность работодателей, острая конкуренция за выгодные должности и рабочие места), а также усложнение его инфраструктуры [9]. Именно здесь во многом формируется спрос на образовательные услуги со стороны основных субъектов экономики (домохозяйств, фирм, государства), а также их предложение со стороны образовательных учреждений и частных лиц. Поэтому так важен эффективный механизм взаимодействия указанных рынков, его создание – сложная проблема, практически не разработанная в теории управления.

Ученые подчеркивают, что механизм взаимодействия рынков труда и образовательных услуг имеет свою специфику [10–15], определяемую особенностями их развития, и предлагают различные подходы к его исследованию. Рассмотрим особенности системного и интегрального подходов.

Используя принципы системного подхода [16], в исследуемом механизме можно выделить следующие элементы: мотивационное, организационное, информационное, методическое и правовое обеспечение, – каждый из которых имеет самостоятельное значение и реализуется в различных формах, но является неотъемлемой частью механизма взаимодействия.

Мотивационное обеспечение – совокупность мотивов деятельности и экономических ожиданий, которыми руководствуются субъекты взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг при определении направлений, объекта и сферы взаимодействия; эти мотивы отражают преследуемые ими цели и их специфические интересы. Если интересы более или менее совпадают, механизм взаимодействия функционирует исправно, в противном случае происходит рассогласование действий. Поэтому очень важно установить полный спектр движущих мотивов и взаимных ожиданий у предприятий, образовательных учреждений, будущих и работающих специалистов и других субъектов рынка.

Организационное обеспечение, делающее возможным согласование интересов и реализацию взаимодействия, предполагает наличие или создание специальных структур, способных регулировать взаимоотношения субъектов рынка, основываясь на их интересах, тенденциях развития и стратегических целях.

Информационное обеспечение требуется для создания каналов связи, позволяющих субъектам взаимодействия обмениваться нужной для них информацией (например, о вакансиях, зарплатах, учебных программах и т. п.) в удобном для них режиме. Здесь особое значение приобретает проблема искажения сигналов, связанная, с одной стороны, с информационной асимметрией, с другой – с особенностями функционирования современного рынка информационных услуг в России.

Методическое и правовое обеспечение предполагает наличие специальных нормативных документов, определяющих права и ответственность участников рынка в процессе их совместной работы.

Особо следует подчеркнуть роль интегрального подхода к оптимизации стратегий взаимодействия рынка образовательных услуг с рынком труда. Его суть заключается в суммарном и согласованном рассмотрении удовлетворения образовательными структурами спроса на их услуги и выбора оптимальной стратегии реализа-

ции своей продукции [17–24].

Модель интегрального взаимодействия образовательных структур с рынком образовательных услуг и рынком труда может быть представлена следующей схемой (рис. 1).

Опираясь на проведенный теоретический анализ изучаемого вопроса, рассмотрим особенности становления рыночных механизмов на примере образовательной системы Нижегородской области.

В последнее десятилетие рынок образовательных услуг России качественно изменяется по влиянию многих факторов, наиболее значимые из них: несогласованность рынков труда и образовательных услуг, присоединение к Болонскому процессу и переход на двухуровневую систему подготовки в вузах, принятие нового Федерального закона «Об образовании» [25], демографическая ситуация в стране, обостряющая конкурентную борьбу между вузами. Рынок образовательных услуг Нижегородской области также трансформируется под влиянием этих факторов.

Система высшего образования Нижегородской области является одной из крупнейших отраслей экономики региона. На сегодняшний день в ней заняты свыше 18 тыс. работников и более 130 тыс. студентов. В 2014/15 учебном году подготовка специалистов по программам высшего образования ведется в 11 государственных вузах с общей численностью студентов более 112 тыс. человек [26]. Прием осуществляется по 28 укрупненным группам направлений подготовки (бакалавриата) и специальностей [27].

Анализ динамики приема на очную форму обучения в государственные вузы показал, что наибольшее количество абитуриентов поступает обучаться по группам «Экономика» и «Управление», а также «Технические науки». Наблюдается увеличение количества обучающихся в области по группе «Гуманитарные науки» за счет увеличения приема в Нижегородский государственный университет имени Н.И. Лобачевского (ННГУ им. Н.И. Лобачевского), Волжскую государственную академию водного транспорта (ВГАВТ), Нижегородский государственный лингвистический университет имени Н.А. Добролюбова (НГЛУ им. Н.А. Добролюбова), Нижегородскую академию Министерства внутренних дел Российской Федерации (НА МВД РФ), Нижегородском филиале Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики» (НФ НИУ ВШЭ).

Спецификой региона является популяризация инженерно-технических специальностей, о чем свидетельствует анализ структуры приема в вузы. По данным Министерства образования Нижегородской области, наибольшее количество абитуриентов было зачислено по группе «Технические науки» (рис. 2). Экономика и управление остаются среди наиболее востребованных направлений подготовки среди абитуриентов, как и по России в целом. В укрупненной группе «Гуманитарные науки» максимальное количество студентов приходится на юридические направления [27].

Рынки труда и образовательных услуг, отвечающие за воспроизводство трудового потенциала области, а именно за подготовку и распределение работников по видам экономической деятельности, должны находиться в непрерывном взаимодействии. Но сегодня этот процесс нарушен. Одна из основных проблем сопоставления рынков труда и образовательных услуг заключается в несоответствии структуры объема и качества образовательного потенциала структуре спроса, предъявляемого работодателями. Эта проблема существует и в других регионах России [28].

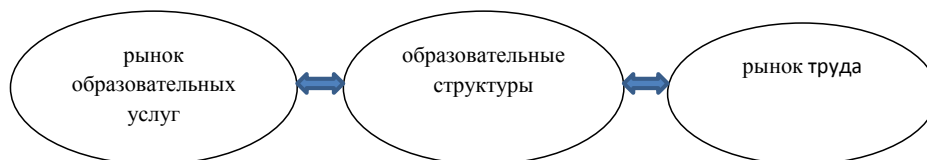


Рис. 1. Модель интегрального взаимодействия рынка образовательных услуг и рынка труда

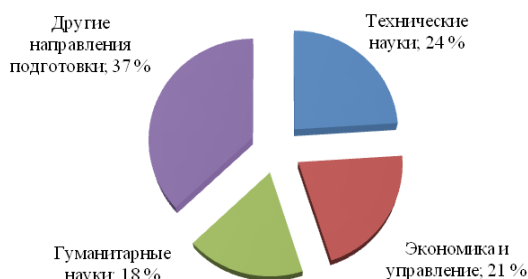


Рис. 2. Структура приема в вузы Нижегородской области

Работодатели области формируют запрос на специалистов с определенным набором профессиональных компетенций в соответствии с характером работы в конкретных сферах деятельности. Наиболее сильными позициями в глазах работодателей Нижегородской области обладают вузы технического профиля [29].

С начала 90-х годов в России наблюдается резкий рост подготовки специалистов гуманитарного профиля, преимущественно экономического и юридического направлений. По данным Ю.В. Степанова, за последнее десятилетие количество выпускников по этим направлениям подготовки возросло на 20 % [30]. Темп прироста инженерно-технических специалистов был в два раза меньше, вследствие чего на российском рынке труда сегодня существует значительный дефицит инженерно-технических кадров. Данная проблема характерна и для рынка труда Нижегородской области.

На рынке труда Нижегородской области предложение специалистов в области экономики и юриспруденции намного превышает спрос. Но именно эти направления подготовки по-прежнему наиболее привлекательны для абитуриентов. Этот факт подтверждает и министр образования Нижегородской области С.В. Наумов: «Наибольшей популярностью у абитуриентов традиционно пользуются экономико-управленческие, юридические и айтишные направления. Кроме того, заметно вырос интерес к естественнонаучным специальностям (физика – ВШОПФ, ННГУ; биология – ННГУ), большому спектру технических (радиотехника – НГТУ; ядерная энергетика и теплофизика – НГТУ) и т. д. Из гуманитарных это перевод и переводоведение (НГЛУ), журналистика (ННГУ), международные отношения (ННГУ), лингвистика (НГЛУ); из педагогических – профессиональное обучение и педагогическое образование (с двумя иностранными языками, НГПУ). По-прежнему высок спрос на медицинские специальности» [31]. В результате сегодня мы наблюдаем отставание предлагаемых образовательных услуг от потребностей областного рынка труда, а также несоответствие развития направлений образования, классификации направлений подготовки имеющимся вакансиям на рынке труда. Для решения этих проблем необходима интеграция рынков труда и образовательных услуг области. На основе анализа зарубежной и отечественной литературы сформулированы меры по осуществлению интеграции:

- налаживание партнерских отношений между системой высшего образования, производством и бизнесом;
- формирование уровня подготовки специалистов в соответствии с динамично развивающимся спросом на рынке труда;
- обновление учебно-материальной базы образовательных учреждений в соответствии с современными технологиями производства.

Взаимодействие вузов с предприятиями области в последние годы интенсифицируется. Сотрудничество высшей школы и промышленности углубляется и расширя-

ется из года в год. Так, в Нижегородском государственном техническом университете имени Р.Е. Алексеева (НГТУ им. Р.Е. Алексеева) созданы 12 базовых кафедр на ведущих промышленных и научно-производственных предприятиях, таких как ОАО «ЦНИИ «Буревестник», ОАО «ОКБМ Африкантов», ФКП «Завод им. Я.М. Свердлова», ФГУП ГосНИИ «Кристалл», Филиал № 1 ОАО «Концерн ПВО «Алмаз-Антей» и др. В 2014 году в Нижегородском государственном инженерно-экономическом университете (НГИЭУ) создан высокотехнологичный ресурсный центр подготовки кадров в области информационных технологий и систем связи для региона.

ННГУ им. Н.И. Лобачевского имеет филиалы своих кафедр во всех институтах РАН и крупных отраслевых НИИ Нижнего Новгорода. ННГУ, НГТУ входят в Совет Нижегородской ассоциации промышленников и предпринимателей (НАПП) и имеют договоры о целевой подготовке кадров как с НАПП, так и с ведущими организациями и предприятиями Нижнего Новгорода и Нижегородской области, включая Российский федеральный ядерный центр. Кроме того, в этом же русле развиваются и стипендии работодателей студентам, обучающимся по востребованным направлениям подготовки и специальностям. Например, в НГТУ учреждены 4 номинации (максимальный размер – 6 тыс. руб.), в ННГУ – 7 номинаций (максимальный размер – 20 тыс. руб.) [31].

Демографическая ситуация в Нижегородской области характеризуется уменьшением количества выпускников школ и, как следствие, обострением конкурентной борьбы между вузами региона. Число бюджетных мест в нижегородских вузах в сентябре 2015 года составило 7312 мест. Количество выпускников общеобразовательных школ в текущем году сократилось: если в 2014 году их было свыше 14,5 тыс., то в этом году цифра составляет 13475.

Для успешного стратегического позиционирования вуза на рынке образовательных услуг в условиях демографического кризиса необходимо понимание особенностей внутреннего спроса [32–36]. С целью выявления специфики спроса на образовательные услуги в Нижегородской области было проведено исследование мотивации абитуриентов при выборе вуза. Выборка составила 500 человек – выпускников школ Нижнего Новгорода и области. Полученные данные и сопоставление их с исследованиями прошлых лет [37] позволили сделать вывод о том, что в поведении потребителя на региональном рынке образовательных услуг можно выделить этапы.

Первый этап можно условно назвать допотребительский: происходит осознание потребности в образовании, формулирование цели получения высшего образования.

Второй этап – аналитический – предполагает сбор информации о вузах Нижегородской области, оценку существующих вариантов. Наиболее популярные критерии оценки представлены на рис. 3.

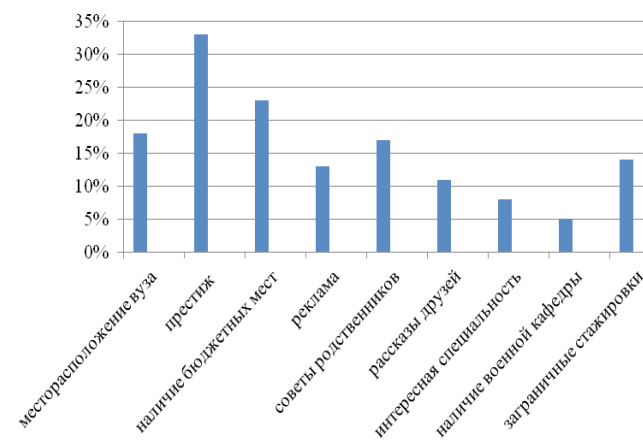


Рис. 3. Критерии выбора абитуриентами вуза

Выпускники школ области ориентированы на получение высшего образования, мотивируя это реалиями времени и требованиями потенциальных работодателей. Наиболее важными критериями конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг Нижегородской области являются известность (бренд) вуза и возможность получения бесплатного образования.

На данном этапе происходит рациональный выбор, основанный на изучении предложения на рынке образовательных услуг. Наиболее популярными источниками информации об учебных заведениях являются официальные сайты вузов: им отдали предпочтение более половины респондентов (68 %). К социальным сетям, форумам, студенческим интернет-сообществам обратился каждый второй абитуриент (52 %). Отзывы друзей, знакомых, советы родителей оказали влияние на выбор вуза 45 % выпускников школ Нижегородской области. Далее по степени популярности идут рекламные сообщения в средствах массовой информации (28 %), дни открытых дверей в вузе (24 %).

Исследование потребительского поведения на рынке образовательных услуг Нижегородской области показало, что выпускники школ как субъекты рынка опираются в своем потребительском поведении на стратегии выбора родителей. Образовательные услуги воспринимаются ими с точки зрения узнаваемости бренда, престижности вузов области. Еще одной особенностью потребительского поведения является широкий спектр профессиональных ориентаций школьников, который можно объяснить отсутствием ясного представления о специфике оказания образовательной услуги конкретным вузом, об особенностях профессиональной подготовки конкретными факультетами, о востребованных работодателями специалистах. Предпочтение отдается широкому спектру гуманитарных специальностей без выяснения специфики обучения на отдельном факультете. Эта тенденция прослеживается на рынке образовательных услуг Нижегородской области последнее десятилетие и подтверждается другими исследователями регионального рынка [38].

Третий этап – потребительский – продолжается на протяжении обучения в вузе. Потребитель оценивает качество образовательной услуги, формирует отношение к учебному процессу. В этот период выстраивается стратегия профессиональной карьеры. Потребитель принимает решение о необходимости приобретения дополнительных образовательных услуг и получении их в данном вузе или возвращении на рынок образовательных услуг.

На каждом из обозначенных выше этапов принятия решения о покупке образовательной услуги продавец может воздействовать на покупателя, трансформируя факторы, влияющие на принятие решения.

В условиях существующих спроса и предложения на рынке образовательных услуг Нижегородской области маркетинговая политика вузов должна актуализироваться по следующим направлениям:

- разработка мероприятий постоянной адаптации образовательных услуг области к социальному спросу на рынке;
- определение структуры потребления, потребительских предпочтений, выявление стратегий поведения потребителей;
- выявление механизмов осуществления профессионального выбора и мотивации действий на рынке образовательных услуг;
- привлечение новых категорий потребителей образовательных услуг.

Резюмируя сказанное, следует подчеркнуть особую роль государственного регулирования вопросов оптимизации взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг, которое позволит осуществлять разработку требований к содержанию подготовки по направлениям (специальностям) с учетом стратегии раз-

вития информационной экономики, формировать государственный заказ на подготовку специалистов высокой квалификации с учетом перспективных потребностей формирующейся информационной экономики, разрабатывать долгосрочные прогнозы динамики изменения потребностей в образовательных услугах как основы для формирования стратегических программ социально-экономического развития, а также применять маркетинговые инструменты с целью стимулирования спроса и продвижения профессий в интересах развития информационной экономики.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Образование в Российской Федерации 2007: статистический ежегодник. М.: ГУ-ВШЭ, 2007. 484 с.
2. Тамбовцев В. Реформы российского образования и экономическая теория // Вопросы экономики. 2005. № 3. С. 4–19.
3. Колесов В. Рынок образовательных услуг и ценности образования (между ВТО и Болонским процессом) // Высшее образование в России. 2006. № 2. С. 3–8.
4. Кожухар В.М. К определению содержания образовательной услуги // Маркетинг в России и за рубежом. 2005. № 3. С. 42–47.
5. Скоблева Э.И. Рынок в системе высшего профессионального образования // Вестник ИНЖЭКОНА. Серия: Экономика. 2009. № 3. С. 134–140.
6. Драганчук Л.С. Рынок образовательных услуг и его регулирование // Вестник Кемеровского государственного университета. 2012. № 4–1 (52). С. 284–289.
7. Щетинин В.П., Хроменков Н.А., Рябушкин Б.С. Экономика образования. М.: Российское педагогическое агентство, 1998. 306 с.
8. Карташов С.А., Одегов Ю.Г. Рынок труда: проблемы формирования и управления (на примере г. Москвы). М.: Финстатинформ, 1998. 76 с.
9. Беклемешев В.П. Агломерационные аспекты формирования «новой» востребованности определения адаптационного механизма рынка труда // Известия Иркутской государственной экономической академии. 2008. № 4. С. 50–53.
10. Прокофьев О.В., Семочкина И.Ю. Факторы социально-экономического развития и рынка труда: оценка состояния, взаимосвязи, воздействие на профессиональное самоопределение выпускников // XXI век: итоги прошлого и проблемы настоящего плюс. 2013. Т. 1, № 11 (15). С. 229–236.
11. Герасименко В.Г. Проблемы интеграции регионального рынка труда и системы дополнительного профессионального образования // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2014. № 4. С. 34–37.
12. Иванова Т.Н. О структурных элементах социально-трудовой мобильности молодежи на рынке труда // Карельский научный журнал. 2014. № 4. С. 15–18.
13. Бурганов Р.А. Процессы создания институционального поля рынка услуг // Актуальные проблемы экономики и права. 2013. № 2 (26). С. 26–32.
14. Щербакова О.Ю. Вопросы интерпретации понятия «рынок труда» в контексте современности // Карельский научный журнал. 2014. № 4. С. 140–143.
15. Хоменко А.Д. Тенденции конъюнктуры рынка образовательных услуг высших учебных заведений // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2013. № 3. С. 28–31.
16. Хамалинский И.В., Завгородняя В.В. Механизм и модели взаимодействия рынков труда и образовательных услуг // Вестник Международного института экономики и права. 2011. № 2. С. 25–31.
17. Булах Г.В., Никитин С.И. Интегральный подход к оптимизации взаимодействия регионального рынка труда и рынка образовательных услуг // Техничко-

- технологические проблемы сервиса. 2009. № 9. С. 63–70.
18. Максимова И.В. Оценка качества регионального стратегического планирования // Региональная экономика: теория и практика. 2009. № 31. С. 49–54.
19. Васильчак С.В., Бабий Р.П. Направления совершенствования развития сферы образовательных услуг // Балтийский гуманитарный журнал. 2014. № 1. С. 83–86.
20. Карзун И.Г. Анализ и оценка образовательных услуг в Украине // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2014. № 3. С. 37–39.
21. Власенко С.В., Чемоданова Г.И. Методологические основы мониторинга качества образовательных услуг // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Педагогика, психология. 2013. № 1 (12). С. 51–55.
22. Жданкина И.Ю., Шамин Е.А. Сущность и понятие конкурентоспособности образовательных организаций // Вестник НГИЭИ. 2014. № 9 (40). С. 12–18.
23. Подзигун С.Н. Теоретические аспекты развития рынка образовательных услуг в Украине в контексте иностранного опыта // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2014. № 3. С. 77–80.
24. Жданкина И.Ю., Смирнов А.Н., Шамин Е.А. Предпосылки и факторы, влияющие на конкурентоспособность образовательных услуг организаций высшего образования // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. 2014. № 4 (30). С. 113–119.
25. Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ (ред. от 13.07.2015) «Об образовании в Российской Федерации» // Гарант: информационно-правовой портал. URL: base.garant.ru/70291362/.
26. Образование в нижегородской области: статистический сборник. Н. Новгород: ГБОУ ДПО НИРО, 2014. 140 с.
27. Зверева И.А. Система высшего образования Нижегородской области: реалии и тенденции // Вестник НГИЭИ. 2014. № 5 (36). С. 148–170.
28. Степанов Ю.В. Проблемы взаимодействия государственных и предпринимательских структур в сфере образования // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2012. № 6. С. 156–157.
29. Анисимова И.А. Бренды вузов глазами работодателей: степень доверия к качеству подготовки специалистов // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2008. № 1 (9). С. 9–15.
30. Степанов Ю.В. Проблемы и перспективы развития частно-государственного партнерства в образовании // Научное обозрение. Серия I. Экономика и право. 2012. № 6. С. 188–191.
31. Наибольшей популярностью у абитуриентов традиционно пользуются управленческие, юридический и айтишные направления // Капиталист. 2014. № 220. 22 сент.
32. Ирих И.С. Демографический оптимум как цель экономической и демографической политики // Самарский научный вестник. 2014. № 1 (6). С. 58–60.
33. Равен Д. Кризис? Какой кризис? // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2014. № 4. С. 81–95.
34. Щербакова О.Ю. Проблемы спроса и предложения на региональном рынке труда г.о. Тольятти // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2014. № 4. С. 140–144.
35. Вешнякова Т.С., Шатохина О.А. Проблемы рынка труда г. о. Тольятти и их решение // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2013. № 3 (29). С. 112–116.
36. Лапаев П.Ю. К вопросу сущности и значению инноваций на современном этапе развития экономики // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2013. № 4. С. 26–28.
37. Ефимова О.В. Социологический анализ рынка образовательных услуг с целью выявления мотивации абитуриентов 2011 года при выборе вуза // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2012. № 4 (1). С. 19–25.
38. Анисимова И.А. Бренды вузов: спрос и мотивы выбора // Перспективы: сборник научных статей. Н. Новгород: НИСОЦ, 2008. С. 3–13.

THE STUDY OF MECHANISMS OF INTERACTION OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET AND THE LABOR MARKET

© 2015

N.A. Bukhalova, PhD (Sociology), assistant professor of Chair “Humanities”

O.A. Pavlova, PhD (History), assistant professor of Chair “Humanities”

O.N. Shumilova, PhD (Pedagogy), assistant professor of Chair “Humanities”

Nizhny Nizhny Novgorod State University of Engineering and Economics, Knyaginino (Russia)

Keywords: education; educational services; educational services market; labor market; methodological approach; integrated approach; state regulation.

Abstract: The paper considers the issue of interaction of labor market and the market of educational services, which is particularly topical due to the educational system modernization processes caused by the strengthening of the strategic importance of knowledge in the information economy. The deterioration in quality and competitiveness of education in the global market, the low level of resourcing, the lack of highly qualified personnel, and the un-coordinated actions of labor market and educational services market are caused by the initial stage of formation of market relations in educational sector. The issue of concurrence of interaction of labor market and the educational services market is the complex social and economic task that requires system approach consisting in joint consideration of the system components: the offers of the educational services market, the demand in labor market. In the paper, the authors determined and analyzed the key concepts of the matter under the study: education, educational services, educational services market, and labor market. The authors considered the special aspects of the system and the integrated approaches of coordination of mechanisms of labor market and educational services market interaction taking into account the specific character of their development on the example of educational system of the Nizhny Novgorod Region. During the research, the main measures for the integration are formulated: building partnership between the higher education system, the production and the business; the formation of training level of specialists according to the dynamically developing demand in labor market; updating of the educational material resources of the educational institutions according to the modern production technologies. All that allowed establishing special role of state regulation in the issue of optimization of interaction of labor market and the market of educational services. It will allow coordinating the objectives and the content of training specialists taking into account the economy strategic development, forming government order for training personnel taking into account the long-range requirements of economy, and developing long-term forecasts.