

**ИССЛЕДОВАНИЕ УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ
НАСЕЛЕНИЯ СОСТОЯНИЕМ РЫНКОВ
ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ И
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ**

*The Study of Population Satisfaction with the State of the Markets
of Preschool Education, Additional Education of Children*

Yulia Bolshakova

Leningrad State University A.S. Pushkin, Russian Federation

Sergey Bolshakov

Leningrad State University A.S. Pushkin, Russian Federation

Abstract. *The article discusses the problems of implementing state policy in the field of school education and preschool sphere. The article analyzes the results of a sociological study on the example of the educational services market Leningrad region. The results of a sociological study allow us to identify certain shortcomings in the organization of public services at the municipal level of government. The article discusses such aspects of organizing a competitive environment in the field of education as the number of organizations in the market, the representation of organizations in the market, the quality of services, price and the choice of organization. The results of the study allow us to note that more than a third of respondents are satisfied with the quality of services, and the choice of organization, and pricing policy. At the same time, the majority of respondents express certain doubts about these indicators, which is expressed in a small amount of differences between negative and positive values. The results of the study allow us to state the relevance of research on the quality of the organization of the provision of services in the field of preschool education, additional education of children, the market of psychological and pedagogical support services for children with disabilities. Studies show the high importance that households in the Leningrad Region attach to the education sector. This study allows us to identify areas of managerial impact to local authorities regulating these services.*

Monitoring the state of the market for services in the field of school and preschool education makes it possible to identify problem organizations and directions for solving social and economic problems in the field of educational organization. The education sector for all modern states is an important political component, the accessibility and universality of education is a constitutional indicator of the status - “social”, “rule of law”.

Keywords: *public administration, service, education, social policy, quality of education.*

Введение *Introduction*

Значительное внимание органов государственного управления и органов муниципальной власти к системе дошкольного и школьного образования связано с необходимостью постоянно поддерживать и развивать инфраструктуру системы образования, создавать активную среду для полноценного развития этой сферы. Дошкольные учреждения и центры дополнительного образования детей традиционно являются точками социальной, общественной, гражданской активности населения. В сложных демографических условиях сокращения количества детей, важно сохранить не только инфраструктуру сферы образования, но и создать условия для реализации основных положений социальной политики государства, обеспечить соблюдение гарантий социального правового государства в отношении детей.

Многие исследователи рассматривают образование как один из важнейших факторов развития нации, как с глобальной, так и с индивидуальной точки зрения (Lovelock & Wirtz, 2011). В исследовании (Pang & Kubacki, 2015) констатируется, что образование представляет основной источник инвестиций в людей, что способствует развитию государства. Информационно-технологическое развитие современного общества предъявляет новые требования к процессу организации предоставления образовательных услуг. Основными целями предоставления образовательных услуг видятся следующие: оценка и совершенствование образовательных программ; совершенствование учебного процесса и повышение компетенций учителей; преобразование преподавательского опыта в значимые для обучающихся компетенции; продвижение образовательных инноваций. Образовательный процесс представляет собой систему саморазвития, отвечающей на внешние вызовы, структурированный процесс способствующий успеху обучающихся (Orlatka & Hemsley-Brown, 2004). Сфера образования традиционно является социально-значимой, органы государственного и муниципального управления традиционно уделяют значительное внимание организации процесса дошкольного и дополнительного образования детей, стимулированию качества образовательного процесса. В условиях развития конкурентного рынка актуальным становится вопрос о привлечении бизнеса в систему дошкольного и дополнительного образования, формирования в этой сфере конкурентного рынка услуг (Manea & Pircaru, 2017). Российские исследователи (Осипов & Стриханов, 2018) проводят анализ системы образования, на основе концепта образования как социального института констатируется существенность структурных

сдвигов в системе социальных запросов на рынках социальных услуг. Некоторые исследования посвящены особенностям анализа маркетинговых условий реализации услуг дошкольными организациями, (Zaharchenya, 2018, Kolesnikova, 2013), некоторые исследователи проводят оценку маркетинговых стратегий развития рынка услуг общего образования, специфики функционирования данного рынка социальных услуг (Alfirevic, Pavicic, & Čačić, 2018).

Основная цель исследования оценить состояние конкурентной среды на рынке услуг школьного и дополнительного образования детей, выявить влияние факторов оказывающих воздействие на состояние конкуренции рынка услуг. Основные задачи исследования: проанализировать состояние рынков услуг дошкольного образования, дополнительного образования детей и психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, выявить факторы оказывающие влияние на состояния данных рынков, оценить удовлетворенность потребителей факторами «цена», «качество», «возможность выбора» на рынках данных услуг.

Методология *Methodology*

Важнейшим направлением исследования социальных процессов является социологические инструменты изучения социальных явлений и процессов. Применение социологических инструментов позволяет выявить и замерить обратную связь с целевыми аудиториями, структурировать проблемное пространство для последующего принятия управленческих решений.

Для выявления основных факторов оказывающих влияние на состояние конкурентной среды рынков: услуг дошкольного образования, дополнительного образования детей и рынка услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, были инициированы и проведены с участием авторов социологические опросы: предпринимателей Ленинградской области, в форме онлайн-опроса с целью выявления административных барьеров для ведения бизнеса (N=801) и анкетирования населения с целью определения удовлетворенность потребителей качеством товаров, работ и услуг на рынках Ленинградской области (N=1515чел.).

Анкета разработана авторами в рамках проведения мониторинга состояния и развития конкурентной среды на рынках товаров и услуг Ленинградской области. Анкета включала в себя целый спектр исследовательских позиций, в т.ч. следующие вопросы: какое количество

организаций предоставляют следующие товары, услуги на рынках вашего города/района; насколько вы удовлетворены характеристиками товаров и услуг на следующих рынках вашего города/района по критериям: цена, качество, возможность выбора (в рамках инструмента измерения была выбрана шкала Лайкерта: «1. Удовлетворен. 2. Скорее удовлетворен. 3. Скорее не удовлетворен. 4. Не удовлетворен. 5. Затрудняюсь ответить»); как изменилось количество организаций предоставляющих следующие товары и услуги на рынках региона в течение последних 3 лет и др. вопросы.

В качестве основного метода исследования был применен репрезентативный (статистическая погрешность не более 3%) социологический опрос жителей Ленинградской области, получавших соответствующие услуги в течение 2019 года в количестве 1515 респондентов.

В рамках исследования проведенного авторами, объем выборки составил 1515 респондентов проживающих в регионе Ленинградской области, что является достаточной базой для эмпирического подтверждения гипотезы, обрабатываемый полученный массив информации их 1515 анкет даст вероятность 5% ошибки, что является величиной среднестатистической погрешности результата измерения.

Результаты исследования

Research results

Респондентам предлагалось оценить удовлетворенность качеством товаров и услуг и ценовой конкуренцией на рынках Ленинградской области. Географически выборка представлена следующими наиболее активными респондентами: Бокситогорский муниципальный район - 17,6%, г. Пикалево - 10,2%, Тихвинский муниципальный район – 9,9%, Госненский муниципальный район - 7,9%, Волховский муниципальный район - 8,8%, Выборгский муниципальный район - 5,9%, Лодейнопольский муниципальный район - 8,4%, Кингисеппский муниципальный район - 13,8%, Выборгский муниципальный район – 6,6%, г. Выборг - 5,3%, Приозерский муниципальный район - 6,6%, Госненский муниципальный район - 7,3%, г. Луга - 7,7%, и т.д.

Половозрастные характеристики целевой аудитории следующие: две трети респондентов - представители женского пола - 41,9%, респондентов - представителей мужского пола - 58,1% соответственно. Выборка респондентов достаточно репрезентативна по возрасту, так 35,5% - респонденты в возрасте от 21 до 35 лет, 30,8% респондентов - в возрасте от 36 до 50 лет, более пятой части опрошенных (22,4%) - в возрасте старше 51 года, и каждый десятый (11,3%) - в возрасте до 20 лет.

Реконструкция социального статуса целевой аудитории Ленинградской области представлена характеристиками занятости респондентов, большинство опрошенных являются работающими - 69,1%, 13,4% респондентов являются студентами или учатся, доля пенсионеров составляет 10,1%, безработных среди опрошенных 6,7% респондентов, домохозяйки составили 3,7%.

Семейный статус и наличие детей характеризуется следующими показателями: один ребенок в семье (27,2%), семьи с наличием двух детей 31,1%, отсутствие детей наблюдается у трети респондентов (34,3%), и 7,4% респондентов отметили позицию «наличие 3 и более детей».

Выбранная аудитория обладает значительным образовательным багажом, так 43% опрошенных с высшим образованием, со средним специальным образованием 29,1%, с неполным высшим образованием 9,6%, с общим средним образованием 16,6%, и 1,8% респондентов характеризуется наличием ученой степени.

Исследуемая аудитория не обладает значительными финансовыми ресурсами, это подтверждается тем, что при ответе на вопрос о среднемесячном доходе в расчете на одного члена семьи преобладают ответы с уровнем дохода от 10 до 20 тыс. рублей (39,9%), с уровнем дохода на одного члена семьи от 20 до 30 тыс. рублей - 27,9% респондентов, показатель «доход до 10 тыс. рублей» отметил каждый десятый респондент - 14,3%, доход от 45 до 60 тыс. рублей отметили 4,6% опрошенных, высокий уровень доходов (более 60 тыс. рублей) показывают только 1,2% респондентов.

В Ленинградской области на рынке услуг дошкольного образования осуществляют деятельность 352 организаций, из них только 10 находятся в частной собственности, остальные в государственной и муниципальной собственности. 60% опрошенных предпринимателей ведут свою деятельность на рынке услуг дошкольного образования Ленинградской области более 5 лет, 40 % осуществляют свою деятельность на рынке от 2 до 3 лет. 40% опрошенных считают, что конкуренция в сфере оказания услуг дошкольного образования высокая (из них 20% респондентов оценивают конкуренцию как очень высокую). По мнению 40% хозяйствующих субъектов, конкуренция на рынке умеренная. Только для 20% участников рынка конкуренция на рынке слабая (см. рис. 1).

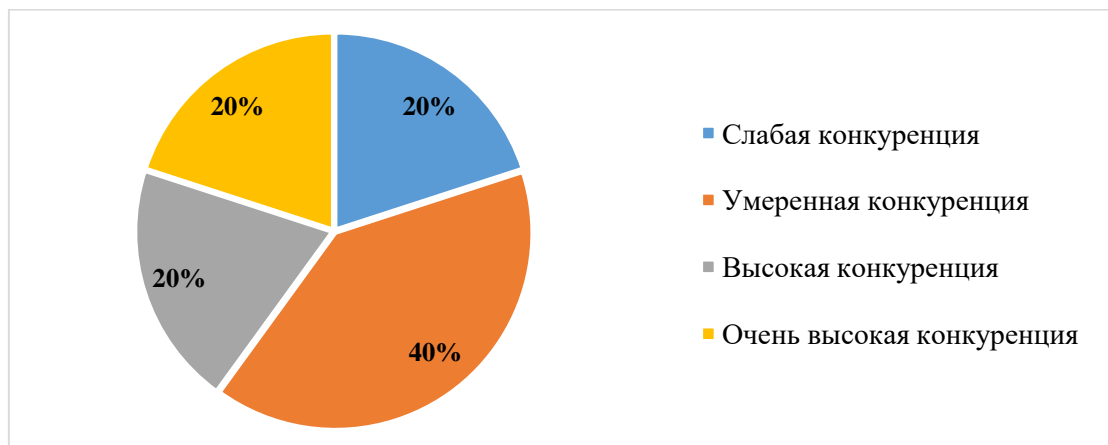


Рисунок 1. Результаты опроса на вопрос: «Как бы Вы оценили уровень конкуренции на рынке услуг дошкольного образования» (результаты исследования, полученные авторами лично) N=1515,2019

Figure 1 The results of a survey on the question: “How would you rate the level of competition in the market for preschool education services” (research results personally received by the authors) N=1515, 2019

20% опрошенных считают, что у них нет конкурентов, 80% утверждают, что их конкурентами являются от 1 до 3 организаций.

Большее половины респондентов считает, что состав участников рынка не менялся за последние 3 года, что подтверждается данными о продолжительности осуществления деятельности на рынке услуг дошкольного образования: 60 % опрошенных являются участниками рынка на протяжении 5 и более лет (см. рис.2.)



Рисунок 2. «Как ВЫ считаете, как изменилось количество конкурентов на рынке услуг дошкольного образования» (результаты исследования, полученные авторами лично) N=1515,2019

Figure 2 “How do you think how the number of competitors in the market for preschool education services has changed” (the results of the study personally received by the authors), N=1515, 2019

20 % респондентов считают, что конкуренция на рынке за последние 3 года увеличилась, что также подтверждается фактом появления на рынке организаций, осуществляющих свою деятельность от 3 до 5 лет.

Каждый пятый из опрошенных (20%) считает, что существующие меры поддержки предпринимателей достаточны.

Меры по улучшению конкурентной среды на рынке Ленинградской области хозяйствующими субъектами-респондентами предложены не были. Оценка удовлетворенности качеством услуг на рынке образовательных услуг Ленинградской области представлена достаточно дифференцированными оценками респондентов. Анализ ответов респондентов позволяет констатировать, что в основном на данных рынках социальных услуг работают бюджетные организации, объем, и количество предоставляемых услуг финансируется из бюджета региона и муниципалитета на основе стандартов социальных услуг. Респонденты в процессе анализа уровня конкуренции на рынке дошкольного образования подчеркивали отсутствие бизнеса на данном рынке, низкий уровень конкуренции вызван строгими институциональными и регламентирующими актами органов власти лицензирующих данный вид деятельности.

Анализ удовлетворенности товаров и услуг потребителями Ленинградской области по критерию «качество» (см. рис.3) представлен репрезентативными оценками по ряду рынков, так удовлетворительные оценки получили рынки услуг дополнительного образования детей - 38%, услуг дошкольного образования - 43%.

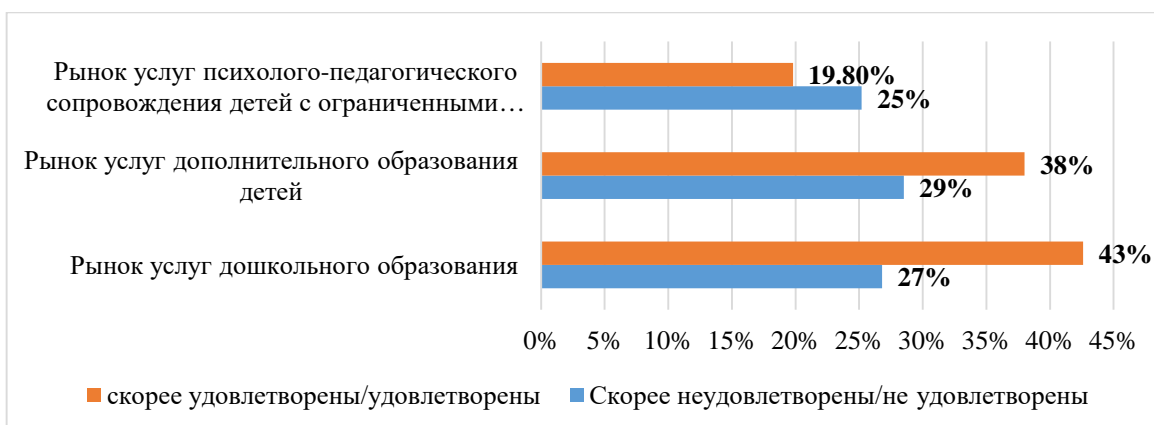


Рисунок 3. Результаты опроса на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены характеристиками товаров и услуг на следующих рынках вашего района (города) по критерию – качество (результаты исследования, полученные авторами лично) N=1515, 2019

Figure 3 The results of a survey on the question: “How satisfied are you with the characteristics of goods and services in the following markets your district (city)” by the criterion - quality (the results study received by the authors personally) N=1515, 2019

Для оценки средней степени согласованности мнений респондентов был использован коэффициент конкордации, значение которого составило 0,707, что показало высокую степень согласованности мнений респондентов.

Очевидны затруднения респондентов при оценке ряда рынков тех, с которыми нет активного взаимодействия, респонденты сомневаются при интерпретации собственного социального опыта соприкосновения с данными рынками. Возникли сложности при оценке услуг на рынке психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья, 55% респондентов не смогли дать ни положительный, ни отрицательный ответ.

В целом необходимо отметить высокий уровень удовлетворенности населения региона состоянием конкурентной среды на рынке дошкольного и дополнительного образования детей. Налицо рост удовлетворенности населения, что означает наличие положительных результатов реализации национального проекта «Образование» нацеленного на создание условий для развития потенциала каждого обучающегося. Большая часть респондентов, как положительные факторы выделяла: значительный рост материально-технической базы образовательных организаций (закупку оборудования, игрушек – «мягкого инвентаря»), ежегодный косметической ремонт помещений образовательных организаций. Положительный тренд в оценке удовлетворенностью услугами отмечается по отношению к рынкам дошкольного образования и дополнительного образования детей.

В Ленинградской области в 18 муниципальных образованиях функционирует более 50 центров дополнительного образования детей, различной направленности (художественно-эстетической, спортивно-физкультурной, историко-краеведческой и пр.), ежегодно только центрами дополнительного образования детей реализуется более 500 программ художественной и искусствоведческой направленности.

Анализ полученных данных позволяет говорить о положительных трендах в сфере удовлетворенности населения Ленинградской области, положительные суждения относительно уровня цен на рынках: услуг детского отдыха и оздоровления (41%), услуг дошкольного образования 39%, услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями 27% (рис.4).

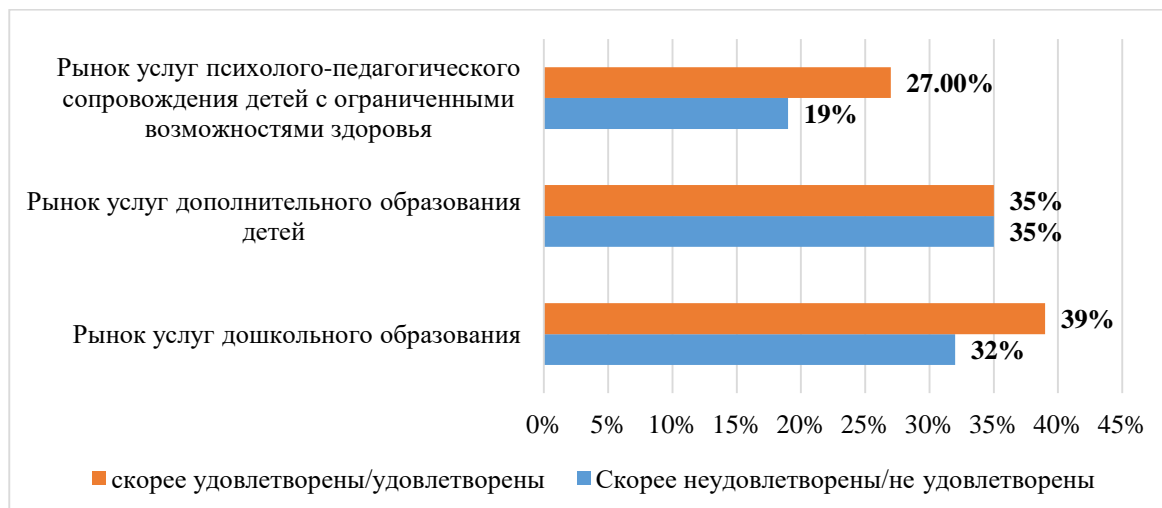


Рисунок 4. «Насколько Вы удовлетворены характеристиками товаров и услуг на следующих рынках вашего района (города)» критерий (уровень цен) (результаты исследования, полученные авторами лично) N=1515, 2019

Figure 4 “How satisfied are you with the characteristics goods and services in the following markets your area (city)” criterion (price level) (the results study received by the authors personally) N=1515, 2019

Положительные мнения респондентов представляются важным фактором на фоне роста бедности среди населения, особенно сельских территорий, снижения уровня жизни и роста цен на ведущие группы социальных товаров. Респонденты отмечают, что расходы на дополнительные услуги в сфере образования не выросли, большая часть опрошенных предпочла воспользоваться иными бесплатными услугами предлагающимися центрами дополнительного образования.

Важнейшим показателем оценки конкурентной среды является оценка возможности выбора потребителями услуг на тех или иных рынках услуг.

Данный показатель является важным, так как возможность выбора потребителями и домохозяйствами той или иной организации характеризует уровень конкуренции на рынке, говорит о широком представительстве организаций на потребительских рынках, что позволяет домохозяйствам делать выбор по объективным показателям (цена, качество, ассортимент, узнаваемость бренда, локализация производства и др.) и субъективному социальному опыту.

Результаты оценки показателя «возможность выбора» рыночного субъекта в части анализируемых рынков, позволяет говорить о балансе положительных и отрицательных оценок. Респонденты, оценивая рынок услуг дополнительного образования детей в основном дают отрицательные оценки, треть опрошенных (32%) неудовлетворены возможностью выбора среди организаций, оказывающих данные услуги, что позволяет говорить о

сокращении присутствия хозяйствующих субъектов и организаций на данном рынке, 29% демонстрируют положительную удовлетворенность по данной позиции (см. рис.5).

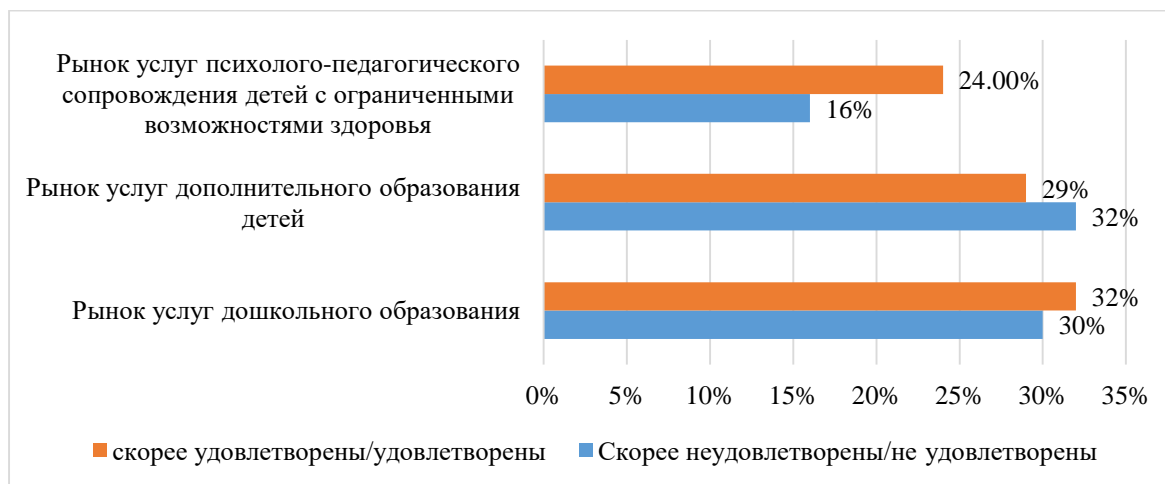


Рисунок 5. Результаты опроса на вопрос: «Насколько Вы удовлетворены характеристиками товаров и услуг на следующих рынках вашего района (города) по критерию «возможность выбора» (результаты исследования, полученные авторами лично) N=1515, 2019

Figure 5 The results the survey on the question: “How satisfied are you with the characteristics of goods and services the following markets of your district (city) according to the criterion of “choice” (the results of the study personally obtained by the authors) N=1515, 2019

Положительной позиции респонденты придерживаются относительно возможности выбора рыночного субъекта в части сферы услуг дошкольного образования, она подтверждается незначительной разницей в 2 п.п. между положительными и отрицательными оценками.

Интерпретация результатов исследования в контексте «возможности выбора» позволяет акцентировать на проблемах которые выделили респонденты. Реализуемый Правительством РФ последние 10 лет проект «Демография» привел в ряде лет к положительной динамике рождаемости, но в тоже время и показал неготовность муниципалитетов к обеспечению мест в детских садах/яслях, респонденты отмечали в своих ответах: дефицит мест в дошкольных организациях, небольшой выбор (чаще «отсутствие») организаций малого бизнеса и предпринимателей на данных рынках, неготовность социальных организаций, детских ясель и садов дневного пребывания к расширению зоны обслуживания, увеличению интенсивности графика работы.

Заключение *Conclusions*

В целом подводя итоги, следует отметить наличие неудовлетворенности общественного мнения состоянием конкуренции на анализируемых рынках услуг. Респондентам видится тормозом социальных реформ регламентация, стандартизация, лицензирование услуг государством. Возможности органов государственной власти и местного самоуправления в части создания институциональных условий развития сферы образования значительны, и проведенная социологическая оценка позволяет акцентировать внимание органов управления на необходимых направлениях совершенствования организации предоставления рыночных услуг в сфере дошкольного и дополнительного образования детей и детей с ограниченными возможностями здоровья.

Результаты исследования показывают, что на рынке услуг общего образования респонденты раскрывая проблемы административного регулирования, указывают, что только четверть участников рынка не сталкивалась с административными барьерами. Остальные участники исследования среди административных барьеров отметили: нестабильность российского законодательства, регулирующего предпринимательскую деятельность (25% опрошенных), сложность процедуры государственной регистрации/ лицензирования (25%), высокие стандарты и предъявляемые к качеству требования (24,5%), высокие налоги (13%), коррупция (12%).

В целом респонденты отмечают активность муниципальных органов управления по поддержанию высокого уровня системы дошкольного образования детей. В регионе наблюдается повышенное общественное внимание проблемам организации досуга детей, необходимости дополнительного образования детей школьного и дошкольного возраста.

Перспективами дальнейшего исследования специфики рынков социальных услуг видится социологический анализ эффективности процессов социального обслуживания. Он будет базироваться на методиках качественного характера (в первую очередь глубинные интервью, фокус-группы, экспертные опросы) которые позволят выявить не только количественные аспекты удовлетворенности потребителей на рынках услуг дошкольного, дополнительного образования детей и рынке психолого-педагогического сопровождения ребенка. Это позволит выявить глубоко запятанные в сознании индивидов когнитивные конструкции, отражающие сложные аспекты восприятия клиентами системы социальных отношений, складывающихся в процессе потребления услуг.

Благодарность ***Acknowledgments***

Статья выполнена в рамках НИР «Формирование эффективных моделей и технологий коррекции девиантного поведения подростков в различных учреждениях с использованием художественного образования и культурологии» Федерального государственного бюджетного научного учреждения «Институт художественного образования и культурологии Российской академии образования» (ФГБНУ «ИХОиК РАО»)

Summary

In order to increase the effectiveness of state policy the field of education of state bodies, sociological tools for measuring social processes are increasingly used. School, preschool and additional education of children is a constant concern of the state. The education sector in all developed democracies is one of the most important areas state social policy. Sociological measurements of the state services market the field of school and preschool education allows us to identify problems and directions for solving social and economic problems in the field of educational organization.

The article discusses the problems of implementing state policy the field of additional education and preschool education. The article analyzes the results a sociological study the example of the educational services market Leningrad Region in such areas as: pre-school education services, psychological and pedagogical support services for children with disabilities, additional education services.

A sociological study conducted by the authors allows us to talk about average indicators of population satisfaction with the services provided in these markets. The education sector traditionally refers to the service sector of the economy, a market economy has allowed to actively realizing the potential of business in improving the quality of services provided to the population.

The business is an active participant the market of educational services, including additional support for children.

Sociological tools for studying social processes make it possible to identify shortcomings the organization of public services at the municipal level of government. The article discusses such aspects of organizing a competitive environment in the field of education as the number of organizations in the market, the quality of services, price and the ability of consumers to choose the organization's services. The results of the study allow us to note that more than a third of respondents are satisfied with the quality of services, and the choice of organization, and pricing policy. A third of the positive assessments for given market indicators do not allow us to speak of a stable and developing situation in the regional education market, most of the respondents preferred to give either negative assessments or neutral ones. It is this target audience that is the most important for organizing the work of authorities in the long term. The results of the study allow us to state the relevance of research on the quality of the organization the provision of services in the field of preschool education, additional education of children, and the market for psychological and pedagogical support of children with disabilities. Studies show the high importance that households in the Leningrad Region attach to the education sector.

The study allows us to talk about the need for a detailed and detailed analysis of the quality of the services provided both in the preschool education market and in the market of psychological and pedagogical support for children with disabilities.

This study allows us to identify areas of managerial impact to local authorities regulating these services.

Литература References

- Alfirevic, N., Pavicic J., & Čačija L. (2018). Inicijalna empirijska verifikacija modela interne marketinške orijentacije za vrednovanje i unapređenje rada školskih odbora u Republici Hrvatskoj. *Ekonomski pregled*, 11(69), 475-511. DOI:10.1108/09578230410534685
- Artiles, A. (1994). Assessing the link - between teacher cognitions, teacher's behaviors and pupil response lessons. *Teaching Teacher & Education Journal*, 10, 405-810
- Kolesnikova, E. (2013). Pedagogi doskol'nogo obrazovaniya: specializaciya professional'nyh grupp i rynka uslug. *Vestnik Instituta sociologii*. 7, 129-152.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Services marketing: people, technology, strategy*. 7th ed. London: Pearson.
- Manea, N., & Purcaru, M. (2017). The evolution of education marketing. *Annals of Spiru Haret University Economic Series*, 4, 37-45. DOI: 10.26458/1744
- Oplatka, I., & Hemsley-Brown, J. (2004). The Research on School Marketing: Current Issues and Future Directions - An Updated Version. *Journal of Educational Administration*, 42, 375-400. DOI: 10.1108/09578230410534685
- Osipov, A.A. (2018). Ob institucionalizaciji sociologii obrazovaniya. *Sociologicheskie issledovaniya*, 7(411), 41-49ю
- Osipov, G., & Strihanov, M. (2018). Sociologiya nauki i obrazovaniya. Ekonomicheskie stimuly universitetskoj nauki. *Uchebnoe posobie*. Seriya 64, Moskva.
- Pang, B., & Kubacki, K. (2015). The Four Es of Social Marketing: Ethicality, Expensiveness, Exaggeration and Effectiveness. *Journal of Social Marketing*, 1, 83-99.
- Sudarkina, E., & Suhanova, Y. (2017). Marketingovyje issledovaniya na rynke doskol'nogo obrazovaniya. *Social'nye nauki*, 2(17), 28-32
- Zaharchenya, N. (2018). Specifika marketinga v uchrezhdenii doskol'nogo obrazovaniya. In *Pedagogicheskoe obrazovanie: tradicii, innovacii, poiski, perspektivy. Materialy VIII mezhdunarodnyh nauchno-prakticheskikh konferencij* (pp. 274-278). SHadrinsk: SHadrinskij gosudarstvennyj pedagogicheskij universitet
- Yastrebov, G., & Kosyakova, Y. (2016). Doshkol'noe obrazovanie i uslugi po uhodu za det'mi v postsovetskoj Rossii: social'naya politika i social'noe neravenstvo. *ZHurnal sociologii i social'noj antropologii*, 19(5), 39-53.