

# ДОШКОЛЬНОЕ ОБРАЗОВАНИЕ: СПРОС И ПРЕДЛОЖЕНИЕ, РЕЙТИНГ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ



Татьяна Бутова,  
руководитель секции  
маркетинга кафедры  
управления  
производством  
Красноярского  
государственного  
университета,  
профессор,  
доктор  
экономических наук

Евгения Григорьева,  
старший  
преподаватель  
кафедры  
индустриальной  
экономики  
и экономики труда  
Красноярского  
государственного  
университета

**Анализ рынка дошкольных образовательных услуг позволяет не только получить информацию о предпочтениях и характере спроса потребителей, но и определить основные приоритеты в развитии этого сектора.**

**Маркетинговые исследования в предшкольном образовании позволяют также сформировать представления об изменениях, которые целесообразно внедрить в существующую практику, о новых моделях дошкольных учреждений.**

Развитие рыночных отношений в сфере образования в России повлекло за собой появление новых технологий деятельности учреждений, предоставляющих дошкольные образовательные услуги. С 1990 г. по 2004 г. на 46%, сократилось число детских садов, развивается дифференцированное предложение услуг няни, гувернантки, репетитора, специализированных услуг в лечебных организациях. Вместе с тем повысилась их стоимость. Это привело к тому, что снижается спрос на услуги дошкольных образовательных учреждений. Так, по данным Госкомстата России около половины детей дошкольного возраста не посещают детские образовательные учреждения. Это, по мнению педагогов и психологов, приводит к дезадаптации детей к школе, снижает развитие коммуникативных навыков.

В Красноярском крае отмечаются те же тенденции, что и в России. По данным территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Красноярскому краю, за период с 1990 г. по 2000 г. рождаемость снизилась на 35,6%. Это привело к тому, что численность детей дошкольного возраста сократилась на 55,5%, и, как следствие, количество дошкольных образовательных учреждений уменьшилось на 54%.

С 2000 года демографическая ситуация в крае стала меняться: увеличение рождаемости наблюдалось в среднем на 2,3% в год. Не реагируя на это, система дошкольного образования по инерции «сжималась», число дошкольных образовательных учреждений продолжало уменьшаться и в 2004 году уже составило 51,1% от показателя 1990 г.

Рост численности детей, посещающих дошкольные учреждения, с одновременным сокращением их числа привёл к тому, что средняя численность детей на одно учреждение за этот период возросла на 15,7%. Это, естественно, сказывается на качестве воспитания детей и приводит к тому, что родители с высоким уровнем дохода предпочитают индивидуальные формы дошкольного образования.

В столице края проблемы обеспеченности населения услугами детских учреждений более обострены. Это обусловлено более высоким ростом рождаемости (среднегодовой темп её прироста составлял 7,4%), и уменьшением числа детских садов.

Дефицит мест составлял в 2003 г. около 4 тысяч. Это значит, что каждый восьмой родитель из желающих устроить своего ребёнка в детский сад не имел такой возможности. Снижение доступности дошкольных образовательных услуг для населения



продолжается. На начало 2006 года дефицит мест по оценкам экспертов увеличился и составит уже в 10 тысяч.

Сегодня, несмотря на то, что на рынке дошкольных услуг спрос превышает предложение, необходимо, на наш взгляд, одновременно решать две проблемы: увеличивать объёмы предложения дошкольных образовательных услуг и менять структуру предложения в соответствии с изменениями спроса. Решение второй проблемы требует маркетинговых исследований, позволяющих оценивать потенциальную ёмкость рынка дошкольных услуг, а также изучать предпочтения и удовлетворённость потребителей их качеством.

Проведённое в 2005 году пробное маркетинговое исследование в одном из районов г. Красноярска выявило особенности спроса на рынке услуг дошкольного образования. Респондентами стали родители двух сегментов потребителей — не пользующиеся услугами дошкольных образовательных учреждений (потенциальные рыночные потребители). И пользующиеся услугами дошкольных учреждений (клиенты).

Опрос позволил определить причины отсутствия спроса на дошкольные услуги:

- нехватка мест в детских садах;
- возраст ребёнка;
- частые болезни детей;
- отсутствие достаточных финансовых средств;
- наличие родственников;
- пользование индивидуальными услугами;
- нежелание родителей отдавать детей в ясли и детсад.

Результаты показали, что половина потенциальных рыночных потребителей — целевые потребители услуг детских дошкольных учреждений, 10% — потребители индивидуальных услуг. Около 40% предпочитают не пользоваться профессиональными дошкольными услугами. Эти результаты позволили определить структуру и выделить три сегмента рынка потенциальных потребителей: целевой рынок до-

школьных учреждений (50%) и целевой рынок индивидуальных дошкольных услуг и домашнее образование.

Между тем, результаты опроса выявили и потребность родителей в дополнительных услугах для развития и обучения детей как среди потенциальных потребителей, так и среди родителей, не пользующихся дошкольными услугами.

Кроме того, был проведён опрос клиентов дошкольных образовательных учреждений. Сравнительный анализ результатов показал, что потребности потенциальных потребителей отличаются от потребностей родителей-клиентов детских учреждений и по количественным, и по качественным показателям (табл. 1).

Таблица 1

Потребности родителей в дополнительных услугах

| Клиенты дошкольных образовательных учреждений |                        | Потенциальные потребители |                        |
|---|------------------------|---------------------------|------------------------|
| Вид занятий                                   | Доля респондентов, (%) | Вид занятий               | Доля респондентов, (%) |
| Услуги логопеда                               | 58,0                   | Плавание                  | 25,0                   |
| Хореография                                   | 50,0                   | Хореография               | 25,0                   |
| Плавание                                      | 42,0                   | Подготовка к школе        | 16,0                   |
| Театральная студия                            | 42,0                   | Гимнастика                | 15,0                   |
| Иностранный язык                              | 33,0                   | Музыкальные занятия       | 6,0                    |
|   |                        | Иностранный язык          | 4,0                    |

Большинство родителей, дети которых посещают детские сады, хотели бы дополнительных занятий для физического и эстетического развития малышей. Такие занятия, как подготовка к школе, уроки музыки и физкультуры входят в обязательные занятия в детских садах, поэтому они не указаны как дополнительные. Наиболее востребованными оказались услуги по коррекции речи ребёнка. Мы предполагаем, что на выбор родителей влияет мнение специалистов, работающих в детских садах и профессионально оценивающих проблемы развития детей. Родители, чьи дети не посещают детские сады,



в качестве потребности в дополнительных услугах указали образовательные, физическое и эстетическое развитие.

Отметим, что при определённом отличии потребностей родителей разных сегментов на первых местах — потребности в физическом развитии ребёнка — хореография и плавание. Не все дошкольные учреждения предоставляют эти услуги.

Значительный интерес представляют результаты ответов на вопрос о формах получения услуг. Большинство родителей предпочитают коллективные формы воспитания и образования (88%) и только 12% — индивидуальные на дому. Среди коллективных форм наиболее популярны группы кратковременного пребывания в дошкольных образовательных учреждениях (72%) и учреждения, предлагающие художественные и спортивные занятия — дворцы культуры и спорта (27%). Такое распределение ответов объясняется и удобством месторасположения учреждения, что обеспечивает экономию времени родителей на дорогу, и особенностями предоставления услуги — ребёнка можно оставить одного в группе кратковременного пребывания и через определённое время забрать. Спортивные и учреждения культуры, как правило, удалены от места проживания большинства семей, посещение кружков и секций увеличивает затраты времени родителей, которые вынуждены ждать окончания занятий.

Таким образом, проблему неудовлетворённого спроса на детские образовательные услуги и на дополнительное развитие детей можно решить, увеличивая число групп кратковременного пребывания в детских садах. С другой стороны, это не решает проблемы обеспеченности местами в дошкольных учреждениях. Речь идёт о предпочтении детских садов по сравнению с другими формами дошкольного образования, в то же время представление о назначении детского сада меняется. Родители не видят необходимости в том, чтобы

ребёнок находился в детском саду полный рабочий день, предпочитают гибкий график, свободу в выборе времени и продолжительности оказания услуг. Высвобождение площади детского сада и увеличение его пропускной способности возможны за счёт сокращения площади для других форм пребывания ребёнка, например, мест для сна.

Одна из проблем развития основных и дополнительных услуг детских учреждений — их стоимость. Цена на услуги муниципальных дошкольных учреждений зависит от направления работы. Так, самая низкая плата за пребывание ребёнка — в обычном детском саду, выше — в детском саду с приоритетным осуществлением одного или нескольких направлений развития воспитанников, ещё выше — в центре развития ребёнка.

Исследования показали поляризацию спроса на дошкольные услуги по цене. Уменьшается удельный вес семей среднего ценового сегмента, больше родителей хотят платить либо меньше (27% «да» в противоположность 11% «нет») за стандартные услуги, либо готовы платить больше (29% «да» в противоположность 6% «нет») за более качественные услуги образования и воспитания ребёнка.

Несмотря на то, что в среднем услуги детских садов оплачиваются в ценовом диапазоне от 300 до 600 руб. в месяц, 16% семей считают, что эта стоимость завышена, либо испытывают финансовые затруднения; 23% родителей готовы платить больше, чем в настоящее время. Речь идёт, конечно, о значительном влиянии дифференциации доходов населения на структуру спроса на услуги по цене, что позволяет детским учреждениям приводить свою ассортиментную и ценовую политику в соответствие с новыми рыночными условиями.

Дифференциация по доходам даёт возможность руководителям детских учреждений использовать ценовую



Таблица 2

Рейтинг факторов привлекательности детских садов

| Вариант ответа   | Доля отметивших (%) |
|--|---------------------|
| 1. Близкое расположение детского сада от дома  | 81,0                |
| 2. Состояние территории для прогулок   | 68,0                |
| 3. Наличие бассейна  | 54,0                |
| 4. Хорошая организация питания   | 50,0                |
| 5. Хорошее отношение воспитателя к ребёнку   | 45,0                |
| 6. Подготовка к школе  | 38,0                |
| 7. Высокий уровень материально-технического оснащения  | 36,0                |
| 8. Направленность воспитательно-образовательной работы на развитие способностей ребёнка; высокий уровень организации педагогической работы; хорошие отношения с персоналом | 32,0                |
| 9. Широкий спектр дополнительных услуг   | 29,0                |
| 10. Новые программы обучения и развития ребёнка  | 27,0                |
| 11. Коорекционная работа для развития детей  | 25,0                |
| 12. Работа по укреплению здоровья ребёнка  | 23,0                |
| 13. Наличие психологической помощи   | 20,0                |
| 14. Общественное мнение и рейтинг детского сада в районе   | 18,0                |

дискриминацию потребителей. Можно предположить, что особенно это проявится на этапе приёма ребёнка в дошкольное учреждение, когда устанавливается «вступительный взнос» в виде определённой суммы или в виде материальных ценностей, которые должны быть приобретены родителями для детского сада. По неофициальным данным, такой «взнос» в Красноярске может составлять от 3000 руб. на окраине города до 3000 долл. в центре. Причём такое предложение поступает только «проверенным» людям, чтобы избежать административной и уголовной ответственности за подобную «торговлю». Размер вступительного взноса может повышаться, на взгляд родителей, по прихоти заведующего, и нет информации о его размере для других семей. В условиях дефицита повышается соблазн использовать своё служебное положение, это неизбежно. А поскольку родители с более высокими доходами готовы больше тратить за собственного ребёнка в самых разных формах, что повышает общий уровень цен на соответствующие услуги, это снижает доступность услуг для населения с низким и средним уровнем доходов.

При значительном превышении спроса над предложением между детскими образовательными учреждениями выявлена конкуренция за родителей с высоким уровнем доходов. В этой борьбе выигрывают детские учреждения, имеющие конкурентные преимущества в силу прежних условий развития, или вновь создаваемые. Оценка родителями факторов привлекательности учреждений позволила сформировать их рейтинг (табл. 2).

Более половины респондентов на первые места поставили месторасположение ДООУ и состояние инфраструктуры: благоустройство территории для прогулок, наличие бассейна, хорошее питание, а также внимательное отношение воспитателя к ребёнку. Это ос-

новные требования к условиям пребывания ребёнка дошкольного возраста вне дома. Несмотря на разнообразие ответов можно сделать вывод: если ребёнок с трудом устроен в детский сад, критерии качества развития и образования уходят на второй план.

В настоящее время с учётом целей государственной демографической политики и улучшения социально-экономического положения семей проблемы обеспеченности дошкольными образовательными услугами будут лишь усложняться. Соотношение спроса и предложения на рынке дошкольных образовательных услуг в Красноярске пока неблагоприятно для нормального развития рынка. В этой ситуации органам государственного и муниципального управления образованем предстоит повышать эффективность системы дошкольного образования.

**г. Красноярск**