

КОНЬЮКТУРА РЫНКА ЭКОНОМИЧЕСКОГО ОБРАЗОВАНИЯ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Ю.В.Смирнова

аспирант ЭТ и ОУ, преподаватель кафедры маркетинга

И.Н.Щепина

кандидат экономических наук, доцент кафедры ИТ и ММЭ

В.Н.ЭЙТИНГОН

кандидат экономических наук, проф. зав. кафедрой ЭТ и ОУ

Динамику системы высшего образования в последнее десятилетие отличают, с одной стороны, заметный рост и значительные достижения, а с другой – накопление и обострение множества проблем. Развитие альтернативных форм образования, отказ от обязательной системы распределения выпускников и недостаточное бюджетное финансирование ослабили регулируемую роль государства в сфере высшего образования. Назрела объективная потребность в совершенствовании системы государственного управления образованием, адаптированной к изменившимся (рыночным) отношениям между производителями образовательных услуг (ОУ), их носителями (выпускниками) и потребителями.

Особенно важную роль на рынке ОУ играют образовательные учреждения: являясь реальными субъектами рынка и непосредственными участниками образовательного процесса, они оказываются в центре всех происходящих изменений и вынуждены к ним адаптироваться. В этом смысле образовательные учреждения находятся в условиях, адекватных тем, в каких функционируют российские

предприятия. Все большее число российских предприятий с целью обеспечения гибкого и эффективного функционирования организует свою деятельность в конкурентной среде с использованием принципов маркетинга. Для субъектов образовательной сферы внедрение маркетинговой философии и использование совокупности современных методов управления и эффективного взаимодействия с внешней средой также становится актуальным.

Одной из наиболее заметных тенденций последних лет стал беспрецедентный рост количества обучающихся в высших учебных заведениях, что обусловлено не только изменением отношения к высшему образованию и расширением предложения ОУ государственными вузами, но и увеличением числа негосударственных высших учебных заведений. В последнее десятилетие оно выросло до 334 (при 580 государственных). Правда, число обучающихся в рамках негосударственной системы составляет только 7%. Динамика структурных сдвигов, связанных с появлением системы негосударственных вузов, представлена в табл. 1.

Таблица 1

Структурные сдвиги в системе высшего образования России

	1992-1995 гг.	1996-1997 гг.	% от общего числа	1998-1999 гг.	% от общего числа
Число вузов, всего	535	817		914	
В т. ч. государственных	535	573	70,1	580	63,5
негосударственных	-	244	29,9	334	36,5
Число студентов, всего, тыс. чел.	2638	2965		3598	
В т.ч. в государственных	2638	2802	94,5	3347	93
в негосударственных	-	163	5,5	251	7
Число студентов на 10000 чел. населения	178	202		247	

Эти тенденции в динамике образовательных услуг характерны и для рынка высшего образования Воронежской области (табл.2). Сравнение данных табл. 1 и 2 свидетельствует, что доля негосударственных вузов в регионе выше, чем в сред-

нем по стране (в 1999 году она составила 40%, а в стране – 36,5%), доля же студентов существенно ниже (3%). Количество студентов на 10000 жителей области постоянно растет (с 202 в 1995 году до 234 в 1999).

Таблица 2

Структурные сдвиги в системе высшего образования Воронежской области

	1995/96 г.		1996/97 г.		1997/98 г.		1998/99 г.		1999/2000 г.	
		%		%		%		%		%
Число высших учебных заведений, всего	15	100	19	100	18	100	20	100	21	100
Численность студентов в вузах области, тыс. чел.	50,93	100	52,14	100	54,5	100	59,81	100	-	-
В том числе: государственные вузы	10	66,7	11	57,9	11	61	12	60	13	62
В них студентов, чис.чел.	50,4	98,9	51,2	98,2	53,5	98	58,1	97	-	-
Негосударственные вузы	5	33,3	8	42,1	7	59	8	40	8	58
В них студентов, чис.чел.	0,537	1,1	0,941	1,8	1,06	2	1,716	3	-	-

В подавляющем большинстве студенты негосударственных вузов обучаются юридическим и экономическим наукам. Только по направлениям «экономика» и «менеджмент» в 1998 г. обучались 44% студентов негосударственных вузов области. Эти направления пользуются особой популярностью и поэтому, помимо обучения по государственному заказу, государственные вузы также открыли подготовку таких специалистов на договорной основе. Конкуренция государственных и негосударственных вузов на рынке ажиотажно-конъюнктурных специальностей становится все более жесткой, однако спрос на образование (в том числе экономическое) имеет значительные перспективы развития. На подходе новая волна спроса на специалистов сфер производства и услуг. По самым скромным подсчетам, для нормального функционирования российского рынка требуется не менее полутора миллионов предприятий малого и среднего бизнеса, а это миллионы менеджеров, финансистов, бухгалтеров, других специалистов в сфере бизнеса.

Конкуренция (и новые возможности платного образования) сказываются и на развитии высших учебных заведений. В ряде работ, посвященных специфике образования в негосударственных вузах, указывалось на несовершенство образовательного процесса, неразвитость учебной базы, отсутствие библиотек, собственных помещений и общежитий.

Однако было бы неправильно не замечать новые тенденции в негосударственном образовательном секторе: из общей массы начинают выделяться вузы, успешно функционирующие на рынке ОУ. Сравнительный анализ качества образования по основным параметрам (качество преподавания, оснащенность учебно-методическими материалами, помещениями, компьютерами и др.) показывает рост благосостояния негосударственных вузов и улучшение качества преподавания.

Увеличение спроса на ОУ в области экономического образования в последнее десятилетие, как уже отмечалось, объясняется спецификой изменений в российской экономике. К сожалению, вузы не владеют достаточными знаниями о реальных потребностях и не используют маркетинговые технологии для оценки и управления спросом на ОУ.

Исследования, проведенные среди абитуриентов двух государственных (Воронежский государственный университет, Воронежский филиал Московского государственного университета коммерции) и двух негосударственных (Воронежский филиал Московского открытого социального университета, Институт менеджмента, маркетинга и финансов) вузов в 2000 году, позволили сформировать представление о структуре мотивации выбора экономических специальностей (см. табл. 3).

Основные причины выбора абитуриентами экономической специальности

Причины выбора профессии	Количество ответов, %
1. Возможность иметь стабильный и хороший заработок	27
2. Необходимость профессии людям и обществу	21
3. Престижность профессии	15
4. Развитие интеллекта	9
5. Считаю экономику своим призванием	7
6. Есть опыт работы по данной специальности	5
7. Мне нужен диплом экономиста	5
8. Семейная традиция	4
9. Есть возможность заниматься наукой	3
10. Легкость поступления и обучения	2
11. Другое	2
ИТОГО:	100

Как показывает рис. 1, выбор вуза почти в половине случаев (46%) был сделан абитуриентами в течение последнего года обучения в школе, уже на

рубеже поступления, другая половина школьников осуществила выбор за несколько лет до окончания школы.

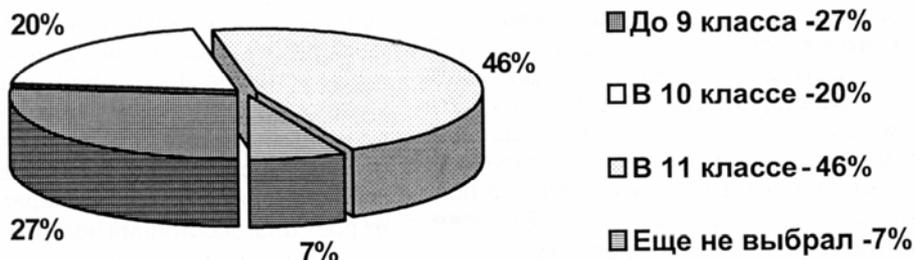


Рис. 1. Принятие школьниками решения о выборе вуза по периодам обучения

Факторами, решившими для абитуриентов вопрос о выборе вуза, оказались: «хорошее качество образования» - 38% и «престижность вуза» - 30%. Стоимость же обучения является далеко не самой значимой. Данные об отношении абитуриентов к платному образованию демонстрируют, что более

половины (54%) согласны платить за обучение, Сравнивая текущие данные с данными опросов 1997 года, можно отметить повышение лояльности абитуриентов к платному образованию, о чем свидетельствует рис. 2¹.

¹ Опрос на тему «Исследование характеристик спроса абитуриентов на высшее образование» был проведен по заказу Ассоциации «Возрождение» в 1997 году (объем выборки составлял около 650 выпускников школ).



Рис. 2. Динамика отношения абитуриентов к платному образованию (1997 и 2000 годы)

Полученные результаты тем более интересны, что, по мнению ряда экспертов, для вузов Воронежской области наиболее значимым при формировании конкурентной стратегии являлась стоимость обучения (ценовой фактор).

С целью выявления реального влияния ценовых изменений на спрос на рынке платного экономического образования было предпринято широкомасштабное обследование экономических факультетов и вузов Воронежской области и собраны данные об изменениях спроса на образование и цены на него в 1995-2000 годах*.

В число обследованных *государственных вузов* вошли:

1. Воронежский государственный университет (ВГУ).
2. Воронежский филиал (ВФ) Всероссийского заочного финансово-экономического института (ВЗФЭИ).
3. ВФ РЭА им. Плеханова (РЭА).
4. ВФ Российской академии государственной службы при Президенте РФ (РАГС).
5. ВФ Московского государственного социального университета (МГСУ).
6. Воронежская государственная архитектурно-строительная академия (ВГАСА).

7. ВФ Российского государственного открытого университета путей сообщения (РГОТУПС).

8. ВФ Московского государственного университета коммерции (МГУК).

9. Воронежская государственная лесотехническая академия (ВГЛТА).

10. Воронежский государственный педагогический университет (ВГПУ).

11. Воронежская государственная технологическая академия (ВГТА).

Негосударственные вузы были представлены:

1. Институтом менеджмента, маркетинга и финансов (ИММФ).

2. ВФ Московского открытого социального университета (МОСУ).

Обобщенные сведения об изменении спроса на экономическое образование на платной основе представлены в табл. 4. Очевидно, можно говорить о некоторой стабилизации процесса роста платежеспособного спроса абитуриентов. Снижение спроса в 2000 году по сравнению с 1999 годом (см. таб. 4) произошло за счет нескольких вузов (Воронежский филиал Московского социального ун-та, ВГАСА, ВГОТУПС, ВГЛТА), спрос на обучение в которых резко упал.

Таблица 4

Динамика спроса на платное обучение

Показатели	1995 г.		1996 г.		1997 г.		1998 г.		1999 г.		2000 г.	
	Чел.	в%	Чел.	в% к 1995 г.	Чел.	в% к 1996 г.	Чел.	в% к 1997 г.	Чел.	в% к 1998 г.	Чел.	в% к 1999 г.
Количество абитуриентов, подавших заявления на обучение	325	100	358	110,2	435	121,5	591	135,9	627	106	530	84,5

Общая характеристика изменения спроса на рынке не учитывает специфики изменений в каждом конкретном вузе. В большинстве случаев вывести четкую тенденцию к росту или падению

спроса в том или ином вузе не удалось, однако можно выделить ряд вузов (группа А), в которых наблюдается определенная стабильность роста спроса на ОУ (рис. 3).

* При содействии руководства экономических факультетов вузов г. Воронежа

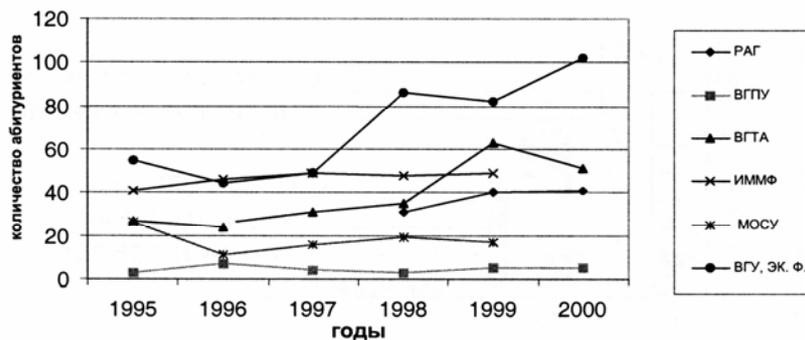


Рис.3. динамика спроса на экономические образовательные услуги (ЭОУ) (группа А)

Исследования показали также, что происходит рост популярности обучения экономическим специальностям в негосударственных вузах (очевидно, в связи с легкостью поступления и возможностью получения диплома государственного образца).

В остальных вузах (группа Б) определенные тенденции в изменении спроса на экономическое образование отсутствуют. Однако в ряде из них наблюдается тенденция к снижению платежеспособного спроса в связи с кризисом 1998 года (рис.4).

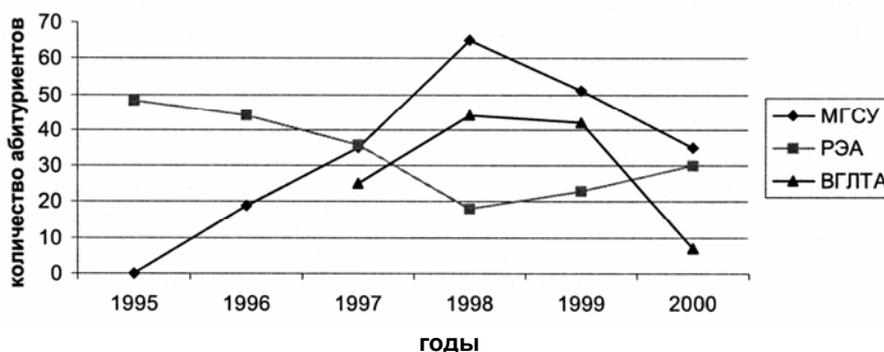


Рис.4. Динамика спроса на ЭОУ (группа Б)

Анализ ценовых изменений на рынке ЭОУ выполнен с приведением их к уровню 1999 года (корректировка произведена с учетом индекса потребительских цен). За период с 1995 по 2000 гг. произошли существенные колебания средней цены: до 1997 года имел место существенный ее рост, что, очевидно, было связано с увеличением спроса абитуриентов на экономическое образование и неадекватным ему ростом предложения со стороны вузов (темп роста средней цены 1997 г. в сравнении с 1995 составил 118,4% -см. табл. 5), кризис 1998 года и связанное с ним уменьшение платежеспособного спроса предопределили снижение средней цены в 1998 - 2000 годах (темп роста составил 86%).

турентов на экономическое образование и неадекватным ему ростом предложения со стороны вузов (темп роста средней цены 1997 г. в сравнении с 1995 составил 118,4% -см. табл. 5), кризис 1998 года и связанное с ним уменьшение платежеспособного спроса предопределили снижение средней цены в 1998 - 2000 годах (темп роста составил 86%).

Таблица 5

Динамика изменения средней цены на рынке экономического образования Воронежской области

Показатели	Ед. измерен.	1995 г.	1996 г.	1997 г.	1998 г.	1999 г.	2000 г.
Средняя приведенная цена по рынку	Р.	12648	14388	14977	9603	8512	8288
Темп роста по отношен, к предыдущему году	%	100	113,8	104	64	88,6	97,4

На начало 2000 года можно было говорить об относительно сложившейся рыночной конъюнктуре экономического образования, произошла относительная стабилизация как спроса, так и цены (темпы ее снижения сокращаются).

При исследовании основных тенденций ценовых изменений на рынке выделяются две основные группы вузов. Первая группа характеризуется ростом цены на ЭОУ в период с 1995 по 1997 годы, затем следовало снижение цены и последующая стабилизация (рис. 5).

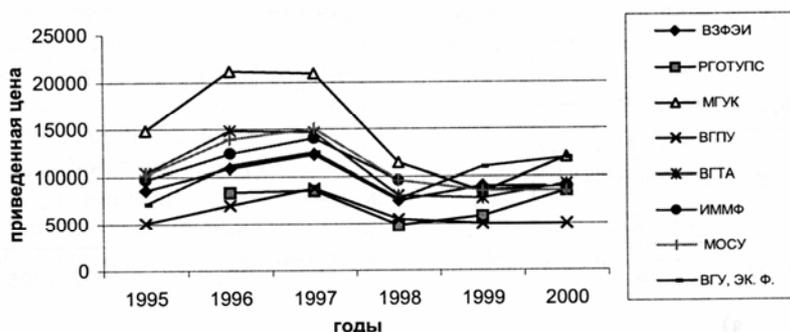


Рис.5 Динамика цены на рынке ЭОУ

В этой группе вузов цены стабилизировались на уровне от 5000 до 12 500 рублей за год обучения. Это может быть связано с наступлением определенной сбалансированности цены и спроса для конкретного вуза, нахождением им собственной ниши на рынке ЭОУ.

Для другой группы вузов характерна тенденция к снижению цены в течение всего рассматриваемого периода (рис. 6).

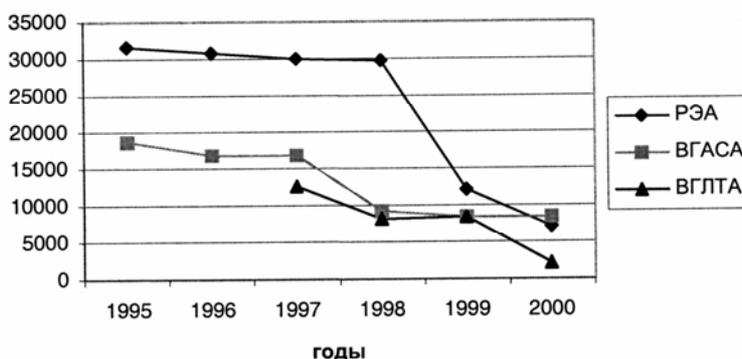
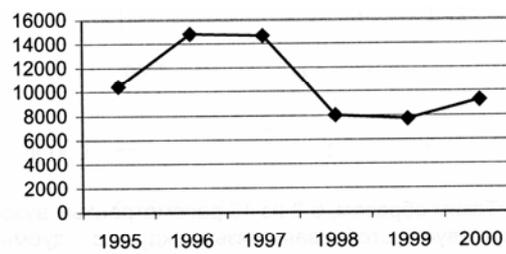
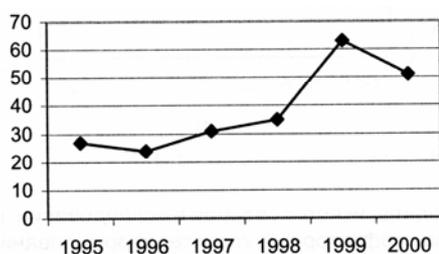


Рис.6 Динамика цены на рынке ЭОУ

Такое снижение цен могло быть вызвано различными факторами. К примеру, для ВФ РЭА им. Плеханова причиной значительного падения цены явилось ее изначально неоправданное завышение, следствием чего стало снижение спроса. Причиной же снижения цены для ВГАСА явился ограниченный спрос на ЭОУ (учитывая специфику образования). В обоих вузах цены снизились до уровня менее 10 000 руб. Снижение цены в ВГЛТА также является следствием постоянного снижения спроса на ЭОУ вуза.

Совокупное рассмотрение динамики спроса и цены по различным вузам, ведущим подготовку по экономическим специальностям, позволило также выявить для некоторых вузов элементы действия закона спроса, при котором снижение цены вызывает его рост (рис. 7). Так, для ВГТА достаточно четко прослеживается обратная зависимость: относительный рост цены вызывает падение спроса и наоборот (рис. 7).



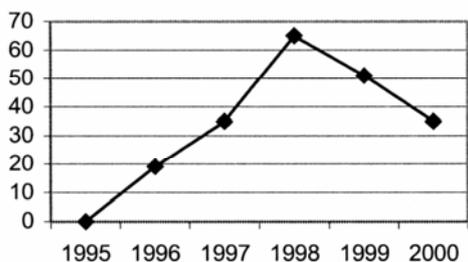
а)

б)

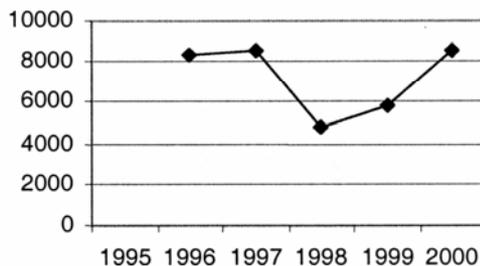
Рис.7. Динамика спроса (а) и (б) по ВГТА

В других вузах данные зависимости могут быть прослежены лишь на определенных временных промежутках. Так, для ВФ МГСУ с 1997 года существует обратно пропорциональная зависимость меж-

ду изменением цены и динамикой спроса (рис. 8), ценовая эластичность спроса постепенно снижается (от 1,06 в 1997 до 0,99 в 2000 году).



а)

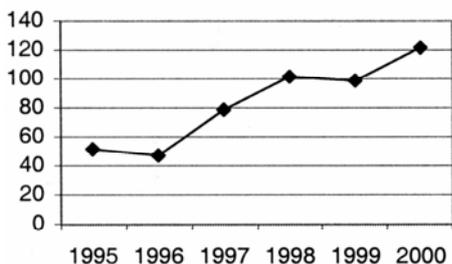


б)

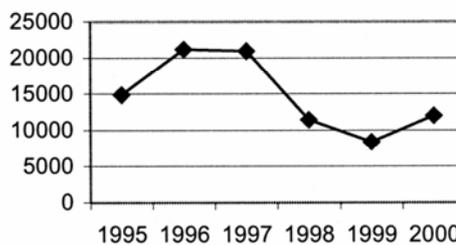
Рис.8. Динамика спроса (а) и цены (б) по ВФ МГСУ

Если для ВФ МГСУ обратно пропорциональная зависимость между ценой и спросом сформировалась на протяжении последних включенных в

анализ лет, то для ВФ МГУК (рис. 9) она существовала в 1995-1998 годах, а в 1999-2000 годах росту цен сопутствовал рост спроса на ЭОУ.



а)

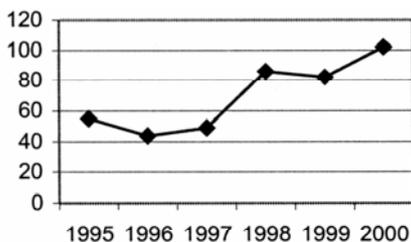


б)

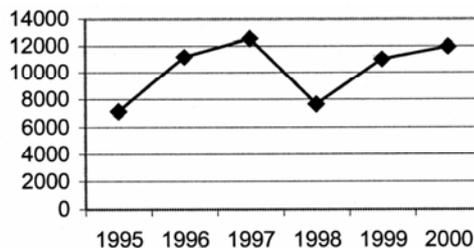
Рис.9. Динамика спроса (а) и цены (б) по ВФ МГУК

Такая же тенденция характерна и для экономического факультета ВГУ. Правда, в 2000 году незначительное повышение цены сопровождалось

ростом спроса (рис. 10). Одной из причин этого может быть престижность классического университетского образования.



а)



б)

Рис.10. Динамика спроса (а) и цены (б) по экономическому факультету ВГУ

Таким образом, в 9 из 13 рассмотренных вузов отсутствует устойчивая связь между исследуемыми параметрами (цена и спрос), а в остальных она характерна лишь для небольших временных промежутков. В процессе формирования рынка высшего экономического образования менялся не только спрос, но и его эластичность. Ценовые изменения, если и вызывали изменение спроса на ЭОУ, то данная зависимость формировалась под влиянием большого количества других (неценовых) факторов.

Модель, использованная в исследовании, показала многофакторный характер формирования изменений спроса на образование. Как известно, цена является одним из главных факторов конкурентоспособности на любом рынке. Ценовая политика большинства воронежских вузов основывается на учете этой зависимости. Исследование рынка ЭОУ Воронежской области приводит, однако, к выводу об отсутствии тесной зависимости между ценовыми изменениями и динамикой спроса.

Полученные результаты позволяют рекомендовать вузам использовать маркетинговый инструментарий для мониторинга динамики спроса и цены на рынке, а результаты исследований рынка высшего образования - для корректировки своей маркетинговой политики. Особое внимание рекомендуется обратить на факторы неценовой конкуренции. Одними их главных факторов, влияющих на выбор вуза абитуриентами, оказываются престижность,

имидж вуза. Это должно обусловить особое внимание к формированию имиджа вуза на рынке.

Список литературы

1. Борисов И.И., Запрягаев С.А. Тенденции развития высшего образования в XXI веке // Вестник ВГУ, №1. -Воронеж, 2000.
2. Воронежская область в 1998 году: Статистический сборник. - Воронеж, 1999.