

УДК 37.014.54

Алижанова Х.А.

ИССЛЕДОВАНИЕ КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ КАК УСЛОВИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОДГОТОВКИ

Ключевые слова: рынок, образовательная услуга, конъюнктура, исследование, экономическая подготовка.

На современном этапе развития общества важным условием эффективности образовательного процесса в складывающихся экономических условиях выступает овладение механизмами выявления спроса на услуги и продукцию, поскольку уровень подготовки отдельного индивида характеризуется количеством и качеством знаний, сформированностью практических умений и навыков по конкретной специальности, что предопределяет спрос предприятий и организаций, представляющих собой покупателя рабочей силы в лице подготовленных специалистов и государства, использующего рабочую силу в отдельных сферах народного хозяйства, и т.д.

С этих позиций в сфере образовательных услуг, в отличие от рынка производителей, ориентированного на «сбытовую» маркетинговую концепцию, происходит смещение к более перспективной потребительской, для которой характерно превышение предложения над спросом. При этом условия диктуют потребители, всеми способами усиливающие свое влияние на качество образовательных услуг, воздействующие на потенциал вуза, вследствие чего возникают ситуации, характерные для современного состояния рынка образовательных услуг, связанные:

- с изменением поведения ведущих вузов в плане стремления учитывать запросы предприятий;
- с конкуренцией между вузами в борьбе за потребителя образовательных услуг;
- с организацией производственной практики и трудоустройством выпускников;
- с локальным характером маркетинговых исследований, проводимых некоторыми вузами.

Следовательно, актуальное значение приобретают вопросы форми-

рования готовности субъекта экономического образования к выявлению спроса на образовательные услуги, осуществлению прогноза числа абитуриентов, анализу потребностей региона в высококвалифицированной рабочей силе, выявлению факторов эффективности образовательных услуг, количественной фиксации числа поданных заявлений от абитуриентов на одно место по плану приема и т.д.

Следует отметить, что технология включения в исследование конъюнктуры рынка образовательных услуг предполагает сравнительное изучение плана приема по конкретной специальности, представляющей собой «предложение вуза», своеобразный отклик на спрос, рассматриваемый в качестве возможности вуза по удовлетворению потребности. С этих позиций при определении спроса исследователю необходимо учитывать следующие особенности рынка образовательных услуг:

- наличие конкуренции, связанной с функционированием государственных и негосударственных вузов и других образовательных учреждений, а также научно-технических организаций, оказывающих аналогичные услуги;
- высокая неопределенность внешней среды, поскольку образовательные учреждения не всегда точно знают своего потребителя, его местонахождение, численность, потребительские предпочтения и т.д.;
- самостоятельность образовательных учреждений в осуществлении педагогической деятельности, включая возможность выбора направления подготовки специалистов и выполнения научных исследований, заключения договора, принятия и выполнения заказов и т.д.;
- существование современных стереотипов относительно престиж-

ности тех или иных профессий и специальностей.

После определения спроса характер рынка образовательных услуг приобретает более четкие контуры, позволяющие исследователю вычленивать особые требования, предъявляемые к количеству и номенклатуре специальностей на современном этапе развития, по которым осуществляется подготовка в системе высшего образования.

Анализ рынка образовательных услуг позволяет выявить наиболее престижные в массовом сознании общественности специальности (юридические, экономические и управленческие), которые пользуются спросом среди абитуриентов и на подготовку которых ориентированы высшие учебные заведения региона. Это подтверждают показатели роста выпуска дипломированных экономистов и юристов на фоне снижения масштабов подготовки инженерно-технических кадров до середины 1990-х гг., отражающие сдвиги в экономике и социальных отношениях.

Следующим этапом исследования выступает выявление причин престижности, спроса и его снижения. В условиях сокращения промышленного и сельскохозяйственного производства при росте торговли и сферы услуг действительно увеличивается потребность в специалистах в области менеджмента, маркетинга, хозяйственного права и т.д. с одновременным снижением потребности в специализированных инженерах. По мнению исследователей, со второй половины 1990-х гг. перекосы в профессиональной структуре высшей школы приобретают характер социально дестабилизирующего фактора, создавая опасный «перегрев» в некоторых нишах интеллектуального труда.

В технологии включения в маркетинговое исследование сферы образовательных услуг важной составляющей

выступает анализ качества подготовки специалистов. При этом следует отметить быстрое увеличение контингента обучающихся экономике и праву, не всегда сопровождаемое обеспеченностью соответствующими квалифицированными преподавателями (кандидаты наук, доктора наук). Проведенный в рамках реализации технологии включения в исследование конъюнктуры рынка образовательных услуг анализ практики профильной подготовки указывает на незначительность доли специалистов высшей квалификации в различных филиалах вузов, находящихся в регионе. Из этой ситуации многие вузы и филиалы центральных

вузов выходят путем привлечения на условиях совместительства преподавателей из государственных вузов, головных университетов и академий, расположенных, как правило, в других городах. Такой характер занятости ведет к перегрузкам преподавателей, снижает уровень их методической и научной работы и в целом не способствует высокому качеству образования (табл. 1).

Результаты исследования позволяют предложить в качестве показателя аккредитации и лицензирования вузов и филиалов учитывать количество штатных сотрудников, работающих на полную ставку.

Таблица 1

Образовательный рынок Республики Дагестан

№	Наименование (филиалы)	Количество студентов, чел.	Качественный показатель	
			доктора	кандидаты наук
1	Дагестанский государственный университет	18851	111	407
2	Дагестанский государственный педагогический университет	22762	58	486
3	Дагестанский государственный технический университет	7119	31	173
4	Дагестанская государственная сельскохозяйственная академия	4091	28	156
5	Дагестанская медицинская академия	4082	92	318
6	Институт народного хозяйства	3995	2	18
7	Московская государственная юридическая академия	666	1	5
8	Московский автодорожный институт	782	6	33
9	Южный федеральный университет	415	4	11
10	Московский институт экономики и статистики	238	1	3
11	Санкт-Петербургская государственная инженерно-экономическая академия	206	1	6
12	Московский открытый университет	361	–	2
13	Московский государственный университет сервиса	546	1	2
14	Всероссийская государственная налоговая академия	153	1	9
15	Ростовский государственный экономический университет	66		1
16	Белгородский университет потребкооперации	108	–	3
17	Международный восточный университет	116	–	1
18	Институт искусства и культуры	566	–	1
19	Международный институт управления и бизнеса	3868	6	6
20	Институт «ЮЖДАГ»	2011	15	45
21	Международная академия Востока	105	4	20
22	Кавказский светский институт	146	3	3
23	Светский институт народов Кавказа	117	–	2

Следует отметить, что табл. 1 составлена по результатам исследования рынка образовательных услуг учащимися профильного класса лица № 51 г. Махачкалы.

Важной составляющей технологии включения в маркетинговое исследование рынка образовательных услуг выступает прогнозирование и выявление наиболее перспективных на сегодняшний день сфер деятельности, которое осуществляется на основе сопоставительного анализа современного статистического, социологического и маркетингового материала. Результаты данного опроса позволяют определить уровень востребованности выпускника в ближайшей перспективе, а также рейтинг и потребности работодателей. Проведенное учащимися в рамках технологии сравнение и сопоставление результатов определения престижности сферы деятельности показывает, что на ближайшие 5–6 лет престиж экономических и юридических специальностей в регионе сохранится, несмотря на падение спроса на эти специальности втрое. При этом потребность на сегодняшний день в специалистах по компьютерным технологиям повышается незначительно, несмотря на прогноз относительно достаточно высокого уровня, сохраняемого в этом направлении в ближайшей перспективе. При этом результаты исследования указывают на увеличение спроса по инженерно-техническим специальностям, которые, по прогнозам, через 5 лет будут занимать ведущее место, спрос на них составит 40%, фактически достигая уровня спроса на экономические и юридические специальности.

В качестве вывода учащиеся профильного класса, осуществляющие прогнозирование рынка образовательных услуг, выдвигают предположение о серьезном изменении в ближайшие

годы рынка специальностей в плане востребованности отдельных из них, и в особенности связанных с развитием рыночных отношений. При этом в качестве основного механизма решения данной проблемы рассматривается организация переподготовки специалистов, как правило, осуществляемая на коммерческой основе и в сокращенные сроки. Кроме того, важной составляющей данного этапа технологии включения в исследование конъюнктуры рынка образовательных услуг выступает выявление качества образовательных услуг, формальности и неформальности выполнения учебного плана, обеспечения качественного усвоения программного материала, предусмотренного Государственным образовательным стандартом.

Следовательно, не менее важной составляющей технологии включения в исследование конъюнктуры рынка образовательных услуг выступает мониторинг качества подготовки специалистов, особенно в тех случаях, когда она связана с переобучением кадров, поскольку кроме затрат государства, вызванных первоначальным обучением в вузе, утрачивается интеллектуальный потенциал в необходимых обществу сферах, который, как показывает приведенный выше анализ, может быть востребован в ближайшей перспективе. Видимо, целесообразнее в качестве механизма регулирования использовать предварительную экспертизу не только штатных формуляров, но и рабочих графиков, других документов по организации процесса подготовки специалистов, сокращать набор на временно не востребованные специальности и т.д.

Самостоятельный анализ вопросов, связанных с подготовкой и аттестацией специалистов высокой квалификации, показывает, что в настоящее время

она не в полной мере соответствует уровню развития рыночных отношений, экономическим показателям, особенно в условиях, когда государство практически прекратило финансирование некоторых сфер образования. Создается парадоксальная ситуация, когда качественные показатели рынка образовательных услуг снижаются, несмотря на то, что республика является депрессивным трудоизбыточным регионом, а по уровню экономического развития занимает одно из последних мест среди субъектов Российской Федерации. При этом Дагестан можно отнести к числу регионов, обладающих мощным образовательным потенциалом, поскольку число студентов на десять тысяч человек населения в среднем по России составляет 207 человек, а в республике этот показатель достигает 307,4.

Следовательно, регулирование республиканского рынка образовательных услуг на основе современных маркетинговых подходов, подготовка действительно востребованных на рынке специалистов приобретает первостепенное значение. С этих позиций функционирующие на сегодняшний день в республике шесть государственных и четырнадцать негосударственных вузов или их филиалов (см. табл. 1) ориентированы на подготовку специалистов для народного хозяйства. Причем число государственных высших учебных заведений за последние 7 лет остается неизменным, в то время как значительно увеличилось количество негосударственных вузов (с 5 в 2001 г. до 14 в 2008 г.). Результаты маркетингового исследования в рамках технологии указывают на возросшее влияние государственных и негосударственных вузов, а также их филиалов из других регионов на региональный рынок образовательных услуг, где увеличилась

конкурентная борьба, соревновательность в стремлении приобрести статус университетов и академий, открытие нехарактерных для профиля образовательных учреждений экономических и юридических специальностей и т.д. Так развитие рыночных отношений привело к изменению социального статуса и типологии вузов республики, вследствие чего политехнический и педагогический институты стали университетами, а сельскохозяйственный и медицинский приобрели статус академий. Кроме того, государственные вузы и филиалы государственных вузов из других регионов России сосредоточены в основном в г. Махачкале, а негосударственные вузы и их филиалы – преимущественно в других городах и районах республики. При этом следует отметить, что освоение российскими вузами дагестанского рынка образовательных услуг носит не естественный, а хаотический характер, выступающий дестабилизирующим фактором единства образовательного пространства (табл. 2), поскольку среди учебных заведений преобладают:

- «ведомственные» филиалы российских государственных вузов, придерживающиеся политики головного вуза, узкоориентированные на определенный сегмент рынка, для которых характерна недостаточная мобильность, не позволяющая учитывать региональные особенности;
- новые, чаще негосударственные вузы, стремящиеся «урвать» на конъюнктуре малых рынков, используя имеющиеся денежные ресурсы населения региона, и не всегда заботящиеся о качестве предоставляемых услуг.

Маркетинговое исследование рынка образовательных услуг приведенных вузов показывает, что они привлекают абитуриентов престижностью ди-

Таблица 2

Динамика развития высшего образования в Республике Дагестан

Наименование показателей	2001/2002 учебный год	2003/2004 учебный год	2005/2006 учебный год	2007/2008 учебный год
Количество высших учебных заведений (единиц)	11	21	22	20
государственных	6	6	6	6
негосударственных	5	15	16	14
Количество студентов	35,3	63,0	68,7	74,9
в государственных вузах	30,9	54,6	60,3	67,2
в негосударственных вузах	4,4	8,4	8,4	7,7
На 10 тысяч человек населения	147,4	256,2	278,6	307,4
Принято студентов, тыс. чел.	8,2	15,2	15,9	16,9
в государственные вузы	7,2	13,5	14,3	15,3
в негосударственные вузы	1,0	1,7	1,6	1,6
Выпущено специалистов, тыс. чел.	4,2	7,6	7,7	9,5
из государственных вузов	4,1	6,8	6,9	7,8
из негосударственных вузов	0,1	1,7	0,8	1,7
На 10 тыс. человек населения	19,8	31,9	32,1	35,7

пломов, брендом и маркой столичных или центральных вузов, работающих без лицензии, но с разрешения городской и районных администраций. При этом важной характеристикой системы образовательных услуг выступает возможность обучаться, не выезжая в другую местность. Как показывает практика, дипломы подобных вузов не котируются на рынке труда и не пользуются спросом у работодателей.

Анализ результатов маркетингового исследования в рамках технологии показывает, что в реальных показателях спроса в течение последних лет наблюдается рост числа студентов, обучающихся в вузах республики. Так, в 2000 г. численность студентов составляла 35,3 тыс. человек, к 2007 г. она увеличилась в два раза и составила 74,9 тыс. человек. При этом рост в основном происходит за счет государственных вузов, что позволяет считать данную тенденцию позитивной, сохраняемой и в будущем, поскольку количества студентов, обучающихся на платной основе, в целом составляет незначительную долю.

Анализ системы высшего профессионального образования в Республике Дагестан за последние годы показывает, что сложившаяся система в полной мере удовлетворяет потребности республики в специалистах гуманитарного и экономического профилей. При этом, учитывая, что в негосударственных вузах и их филиалах не готовят специалистов технических профилей, а прием в основном осуществляется на экономические и юридические специальности, не требующие больших затрат, следует ожидать дальнейшего роста спроса на специалистов-технологов.

Исследование в рамках технологии показателя привлекательности вуза и образовательного процесса в нем показывает, что самым крупным вузом республики по количеству студентов (22 762 человека) является Дагестанский государственный педагогический университет, за которым следует Дагестанский государственный университет (18 851 человек), и на третьем месте находится Дагестанский государственный технический университет (7119 че-

ловек). Следовательно, конкурентная борьба ведется между этими вузами, каждый из которых стабильно занимает свою нишу, несмотря на то, что ни один из них не имеет своей четкой маркетинговой стратегии, поскольку ими не проводятся исследования рынка труда, в результате чего динамика регионального образовательного рынка остается низкой и не связанной с реальными потребностями предприятий и организаций.

Поскольку государственные и негосударственные вузы региона проводят стихийную маркетинговую политику, чему подтверждением их ориентированность на социально-экономическое, юридическое и гуманитарные специальности, можно констатировать факт заведомо низкой востребованности, отсутствия сферы применения выпускников, что приводит к депрессивности и трудоизбыточности в регионе. Кроме того, дефицит действительно необходимых в регионе специалистов вызван стихийностью маркетинговой политики негосударственных вузов, главной причиной которой выступает отсутствие собственных квалифицированных кадров для преподавания дисциплин и привлечение их из государственных вузов, где преобладают специалисты по экономическим, юридическим и гуманитарным специальностям. В технологии исследования рынка образовательных услуг важной характеристикой выявления привлекательности образовательного процесса выступает уровень острепенности педагогов, который в государственных вузах республики соответствует среднероссийскому показателю и составляет 57,9%, в том числе 10,1% докторов наук и 47,8% кандидатов наук. По этим показателям негосударственные вузы и филиалы значительно отстают от среднероссийских значений.

Обобщая все вышеизложенное, следует отметить, что на сегодняшний день технология включения учащихся в исследование рынка образовательных услуг способствует формированию у них знаний об инфраструктуре, многих значимых компонентах и связях, особенностях взаимодействия, овладению механизмами рыночных отношений и т.д. На наш взгляд, технология включения учащихся в исследование образовательных услуг, маркетинговую деятельность в сфере образования способствует практическому накоплению опыта маркетинга.

Широкомасштабное применение технологии включения в маркетинговые исследования и учет их результатов в образовательной деятельности в настоящее время сдерживаются трудностями методологического и методического плана, различными аспектами организации маркетинговой деятельности, вследствие чего важной задачей выступает разработка методики организации учебного маркетингового исследования и т.д.

Литература

1. Амблер, Т. Практический маркетинг / Т. Амблер; под общ. ред. Ю.Н. Каптуревского. СПб., 1999.
2. Березин, И.С. Маркетинг и исследование рынков / И.С. Березин. М., 1999.
3. Берман, Б. Маркетинг / Б. Берман, Дж. Эванс. М., 1993.
4. Владимиров, В. Организационная структура российских вузов / В. Владимиров // Высшее образование в России. 2001. № 5. С. 5–11.
5. Галетова, Н.Л. Организация маркетинговой деятельности на рынке образовательных услуг (на примере второго высшего экономического образования): автореф. дис. ... канд. эконом. наук / Н.Л. Галетова. М., 2000.
6. Голубков, Е.П. Маркетинговые исследования: Теория, практика и методология / Е.П. Голубков. М., 1998.
7. Зиннуров, У.Г. Маркетинг в деятельности вузов: теория и методы решения / У.Г. Зиннуров. М.; Уфа., 1993.
8. Лисаускене, М. На образовательном рынке / М. Лисаускене // Высшее образование в России. 2001. № 4. С. 34–42.

9. *Логачев, В.* Система качества для образовательных услуг / В. Логачев // Высшее образование в России. 2001. № 1. С. 20–24.
10. *Панкрухин, А.П.* Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании / А.П. Панкрухин. М., 1995.
11. *Ясвин, В.А.* Образовательная среда / В.А. Ясвин. М.: Смысл, 2001.