

DOI: 10.17117/na.2015.12.01.330

<http://ucom.ru/doc/na.2015.12.01.330.pdf>

Поступила (Received): 21.12.2015

Свиридова Е.В.
**Учет влияния факторов рынка образовательных услуг
 при прогнозировании набора в вуз**

Sviridova E.V.
**Taking note of factors of the educational services market when
 forecasting a set in higher education institution**

Существует ряд факторов, оказывающих влияние на рынок образовательных услуг высшего профессионального образования. Более сложными для учета при прогнозировании набора являются неконтролируемые факторы. В текущих демографических условиях рождаемость и количество выпускников оказывают колоссальное влияние на коммерческий набор, что доказано на примере Астраханского государственного технического университета. С точки зрения маркетинга при таком малом количестве абитуриентов необходимо разрабатывать индивидуальный подход к потребителям

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, демография, высшее учебное заведение

There is a number of the factors having impact on the market of educational services of higher education. When forecasting a set uncontrollable factors are more difficult for the account. In the current demographic conditions birth rate and number of graduates have enormous impact on a commercial set that is proved on the example of the Astrakhan State Technical University. From the point of view of marketing at such small number of entrants it is necessary to develop an individual approach to consumers

Key words: market of educational services, demography, the higher educational institution

Свиридова Елена Викторовна

*Кандидат экономических наук, доцент
 Астраханский государственный технический университет*

г. Астрахань, ул. Татищева, 16

Sviridova Elena Viktorovna

*Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
 Astrakhan state technical university
 Astrakhan, Tatishchev st., 16*

Рынок образовательных услуг представляет собой комплексную и многофакторную модель взаимодействия государства, вузов, ссузов, школ, потребителей образовательных услуг, различного рода посредников.

Ряд факторов, чаще всего оказывающих влияние на рынок образовательных услуг высшего профессионального образования можно разделить на контролируемые и неконтролируемые со стороны производителей образовательных услуг.

К контролируемым относятся ассортиментная, ценовая, коммуникационная политика вузов.

Спектр неконтролируемых несколько шире, что значительно усложняет прогнозирование набора в вуз:

- изменение поведения потребителей;

– баланс спроса и предложения на рынке;
– фактическое количество потребителей (демографическая составляющая);
– уровень государственного финансирования (количество выделенных бюджетных мест);
– тенденции рынка труда, изменения средней зарплаты по отраслям;
– общеэкономическая, политическая, культурная ситуация в стране;
– изменения в законодательстве, регулирующем сферу образовательных услуг и др. [1, с.157].

Более сложными для учета при прогнозировании являются неконтролируемые факторы. Часто сегодняшний уровень зарплаты в той или иной отрасли предопределяет выбор профессии выпускниками до тех пор, пока в соответствующей отрасли не наступает пресыщение кадрами. Однозначно на набор влияет количество выделенных бюджетных мест на текущий год, и, стоит ожидать того, что все эти места будут заполнены. С коммерческим набором ситуация несколько сложнее. Прямое влияние на набор в сторону его увеличения будут оказывать уменьшение цен на образовательные услуги, введение востребованных специальностей, активная обратная связь с потребителем. Эти меры могут принести желаемый результат, если необходимо переманить потенциальных потребителей из конкурирующих вузов, если их количество из года в год практически неизменно. Но в текущих демографических условиях рождаемость и количество выпускников оказывают колоссальное влияние на коммерческий набор, даже если вуз старается установить цены на образовательные услуги на уровне минимальных. Ниже представлены доказательства прямого влияния демографических процессов на коммерческий набор в вуз на примере Астраханского государственного технического университета.

Из года в год наблюдается сокращение количества выпускников 11 классов, что напрямую влияет на набор абитуриентов в вузах. На количество выпускников влияет, прежде всего, общая демографическая ситуация в стране. На сегодняшний день она выравнивается, однако последствия от нее вузы будут ощущать еще долго. Сокращение в разы численности абитуриентов отразилось на всех участниках рынка образовательных услуг и повлекло изменения во всех факторах, влияющих на рассматриваемый рынок. Согласно статистическим данным число потенциальных абитуриентов будет продолжать уменьшаться ближайшие годы.

Для составления прогнозных значений на ближайшие 3 года (до 2018г.) необходимо определить общую демографическую тенденцию за 10-15 лет, когда происходил спад рождаемости, вплоть до года рождения абитуриентов, которые будут поступать в 2018 году. Для рассмотрения предлагается взять года с 1988 по 2001. С 1988г. по 1993г. шел сильный спад рождаемости, с 1993г. по 1999г. спад стал очень плавным. Исходя из данных по рождаемости 1999-2001гг. можно констатировать стабилизацию ситуации, прекращение падения рождаемости.

Относительную стабилизацию можно отследить и по демографическому коэффициенту, отражающему прирост рождаемости по отношению к базовому году, за который принят 1988г. (таблица 1).

Таблица 1

Год рождения	Количество родившихся по РФ*	Демографический коэффициент по РФ по отношению к базовому году	Количество родившихся по АО	Демографический коэффициент по АО по отношению к базовому году	кол-во Астраханских выпускников 1988-97г.р.	Год поступления
1988	23484,94	-	17212	-	8400	2005
1989	21605,59	0,92	16052	0,93	7500	2006
1990	19888,58	0,85	15067	0,88	7400	2007
1991	17946,26	0,76	13938	0,81	7000	2008
1992	15876,44	0,68	12131	0,70	5900	2009
1993	13789,83	0,59	10384	0,60	5114	2010
1994	14081,59	0,60	10811	0,63	4637	2011
1995	13638,06	0,58	10362	0,60	3406	2012
1996	13046,38	0,56	9944	0,58	4185	2013
1997	12599,43	0,54	9976	0,58	4040	2014
1998	12832,92	0,55	9798	0,57	3700	2015
1999	12146,89	0,52	9662	0,56	-	2016
2000	12668,00	0,54	10027	0,58	-	2017
2001	13116,04	0,56	10549	0,61	-	2018

* приведенные данные (уменьшены в 100 раз) [2,3]

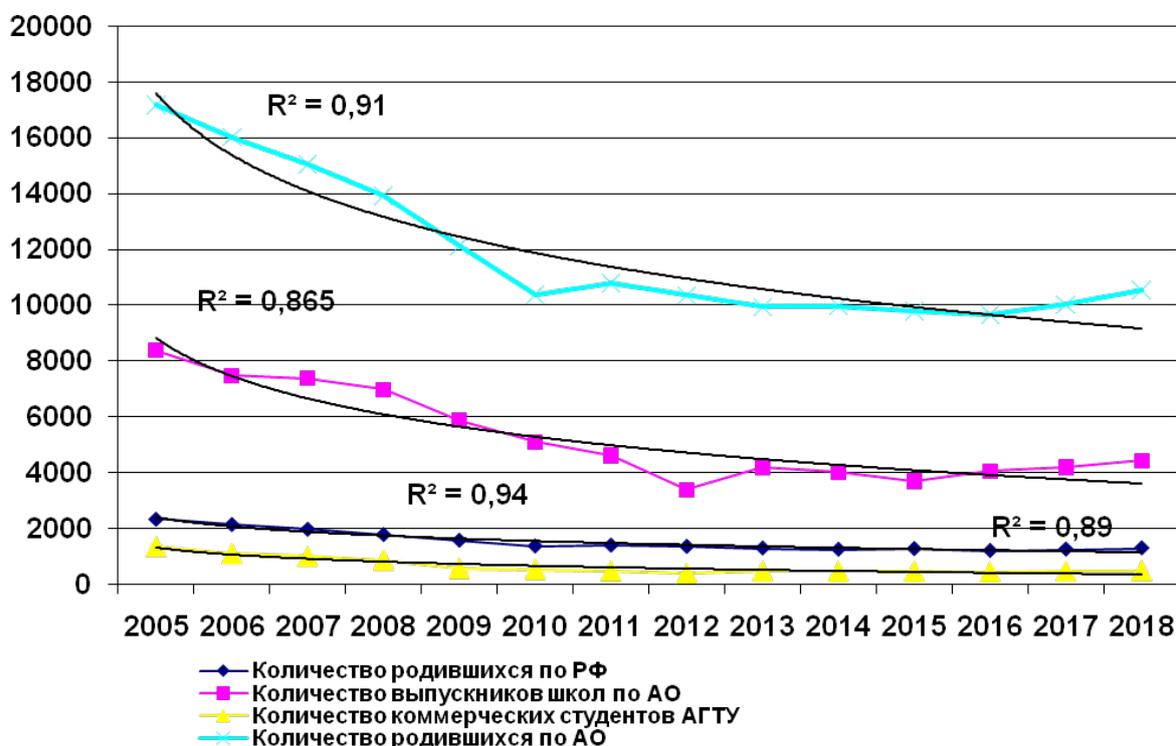


Рис. 2. Зависимость между уровнем рождаемости в Российской Федерации, уровнем рождаемости по Астраханской области, количеством выпускников школ Астраханской области и коммерческим набором ФГБОУ ВПО «АГТУ»

Исходя из имеющихся цифр и коэффициентов, можно с определенной долей вероятности просчитать прогнозируемое значение количества выпускни-

ков школ последующих годов и спрогнозировать как общий, так и коммерческий набор в вуз. Стоит отметить, что коэффициент корреляции между представленными рядами данных начинается с 0,96, что говорит о практически прямой зависимости переменных. На примере АГТУ была проанализирована зависимость коммерческого набора от демографии в регионе, которая также показала коэффициент корреляции 0,96.

При этом самая высокая зависимость между рождаемостью по Астраханской области и количеством выпускников, а также между рождаемостью по РФ и коммерческим набором. В соответствии с полученными зависимостями, прогноз количества выпускников ориентирован на рождаемость по Астраханской области, а прогноз коммерческого набора на рождаемость по РФ.

В результате была построена диаграмма (см. рис. 2).

Для построения общей картины были взяты года поступления абитуриентов с 2005 по 2018, использованы рассчитанные прогнозные значения количества выпускников школ Астраханской области и коммерческий набор в АГТУ. Учитывая большую разницу между значениями рождаемости по РФ и тремя другими переменными, рождаемость была приведена к тысячным значениям. Это пропорциональное снижение всех значений рождаемости за каждый год не повлияет на наличие зависимости, если таковая имеется. Для наглядности была построена линия тренда для каждого массива данных. Просчитанный уровень аппроксимации свидетельствует о высокой точности линий тренда. Исходя из графика, можно сделать вывод, что все четыре переменные зависят друг от друга. Следует отметить, что среди факторов, которые влияют на погрешность прогнозов:

1. выпускников школ:

- миграционные процессы;
- сложность сдачи ЕГЭ;
- ежегодное изменение количества 9-классников, которые решают поступить в 10 класс и затем получить высшее образование;
- экономическое положение домохозяйств, которые видят среднее образование как финансово более доступный способ повышения квалификации;

2. коммерческого набора:

- миграционные процессы, возможность обучения на бюджетной основе в столичном регионе;
- закрытие «неэффективных» вузов и их филиалов;
- изменение количества бюджетных мест в вузах;
- нежелание все увеличивающегося количества выпускников колледжей получать высшее образование по очной форме обучения.

С точки зрения маркетинга при таком малом количестве абитуриентов необходимо разрабатывать индивидуальный подход к потребителям. Дополнительными мерами могут стать:

- предварительная беседа со школьниками и их родителями на стадии выбора будущей профессии (10 – начало 11 класса);
- предложение индивидуального графика оплаты;

- предоставление скидок за оплату студентам с высокими баллами ЕГЭ, медалями, призовыми местами на олимпиадах и иными научными и спортивными достижениями, возможность перевода на бюджетную основу;
- предоставление образовательного кредита;
- предложение перспектив продолжения обучения в магистратуре, аспирантуре, за рубежом.

Список используемых источников:

1. Романцова Е.В. Воздействие демографической составляющей на рынок образовательных услуг города Астрахани // Вестник АГТУ. 2013. №1 (июнь). С. 157-161.
2. URL: asrtastat.gks.ru
3. URL: gks.ru

© 2015, Свиридова Е.В.

Учет влияния факторов рынка образовательных услуг при прогнозировании набора в вуз

© 2015, Sviridova E.V.

Taking note of factors of the educational services market when forecasting a set in higher education institution