

УДК 378.1

Алерборн Ольга Ивановна

Студент,

*Новосибирский государственный университет экономики и
управления,*

Россия, г. Новосибирск

**СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА РЫНКА ВЫСШЕГО
ОБРАЗОВАНИЯ НОВОСИБИРСКОЙ ОБЛАСТИ С ПОМОЩЬЮ
МАТРИЦЫ БКГ**

*Аннотация: в статье рассматривается применение
модифицированной матрицы БКГ для оценки популярности учреждений
высшего образования Новосибирской области среди поступающих, и в
соответствии с этим определение места каждого вуза на рынке
образовательных услуг.*

*Ключевые слова: образование, высшее учебное заведение,
образовательные услуги, студенты.*

Alerborn Olga Ivanovna

student,

Novosibirsk State University of Economics and Management,

Russia, Novosibirsk

**STATISTICAL ASSESSMENT OF THE HIGHER EDUCATION
MARKET OF THE NOVOSIBIRSK REGION USING THE BKG
MATRIX**

*Annotation: the article considers the application of the modified BKG
matrix for assessing the popularity of higher education institutions in the
Novosibirsk region among applicants, and in accordance with this, determining
the place of each university in the market of educational services.*

*Key words: education, higher education institution, educational services,
students.*

Роль образования в современной жизни неуклонно возрастает, опережая значимость средств производства и природных ресурсов. Образование является одной из важнейших сфер социально-экономической деятельности. Оно может быть не только способом накопления и передачи знаний, но и аккумулирует в себе культурное наследие нации, содействует расширению возможностей человека и закладывает его нравственные идеалы.

Становление общества знания, переход к новому технологическому укладу, появление новых приоритетов и форм деятельности способствовали изменению статуса образования в социальной жизни, превратив его в сферу образовательных услуг, на которую в значительной мере распространяются действия рыночного механизма с его законами спроса и предложения, конкуренции, маркетинга.

Трудно однозначно ответить на вопрос: «Что такое образовательная услуга?». Наиболее полное и всеохватывающее определение даёт доктор педагогических наук, профессор П.Н. Осипов. По его мнению, «образовательные услуги представляют собой комплекс целенаправленно создаваемых и предлагаемых населению возможностей для приобретения определённых знаний и умений, для удовлетворения тех или иных образовательных потребностей, разновидность социальных потребностей, полнота удовлетворения которых составляет необходимую предпосылку их нормального функционирования и успешного развития» [2].

Образовательная услуга теперь рассматривается как товар, а студент как клиент, потребитель услуги. И в условиях борьбы за студента (клиента) конкурентные отношения все в большей степени начинают охватывать рынок образовательных услуг. Соответственно, вузы пытаются занять свое место в бизнесе. Гипотетически, положение вуза на рынке образовательных услуг определяется его престижностью, популярностью среди абитуриентов.

В роли инструмента для оценки позиции каждого вуза на рынке образовательных услуг Новосибирской области в исследовании выступает модифицированная матрица БКГ, построенная на основании данных по общей численности студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры в высших учебных заведениях Новосибирской области за 2014 и 2020 годы.

Наброска типов происходит с помощью теоретического и качественного анализа. В нашем случае выделяется четыре типа: лидеры – крупные университеты с большим набором студентов, консерваторы – открытые и доступные вузы, экспансеры – вузы, активно набирающие студентов, и аутсайдеры – невостребованные вузы.

Выбор группировочных признаков является сложной процедурой. Априори берётся по оси У (интегратор внешних воздействий) – рост рынка, по оси Х (интегратор внутренней силы) – относительная доля рынка по сравнению с главным конкурентом. Предположительно, доля рынка определяется в соответствии с численностью обучающихся в вузе студентов. Ось Х делится на две части – низкая относительная доля рынка, высокая относительная доля рынка, ось У также разбивается на две позиции – низкие темпы прироста численности студентов и высокие темпы прироста численности студентов.

Прирост определяется за промежутки с 2014 по 2020 гг. Такие пределы измерений связаны с наличием данных на сайте мониторинга эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования Российской Федерации за самый ранний и самый поздний периоды.

Этап 3 – определение величины интервала сводится к поиску критических точек перехода одного качественного состояния в другое. При построении матрицы БКГ необходимо решить: какие темпы прироста являются высокими, а какие – низкими, какое соотношение долей

позволяет неустойчивому положению стратегической единицы на рынке перейти в устойчивое.

В качестве критических значений перехода одного состояния в другое для оси X берётся – 1 (высокая численность студентов вуза, низкая численность студентов вуза), сравнение проводится с рынком образовательных услуг Новосибирской области в целом, соответственно, для оси У – прирост численности студентов в целом по рынку [10].

Собственно, разбиение единиц совокупности по типам происходит при построении графика. Очевидно, что чем популярнее вуз среди потребителей образовательных услуг, тем больше у него конкурентных преимуществ: качество предлагаемых услуг, экономическое положение, престижность учебного заведения, инфраструктура, техническое оснащение [1].

Применительно к теме нашего исследования, в качестве стратегических единиц выступают высшие учебные заведения Новосибирской области. Стратегическая единица на графике представляется в виде кружка, диаметр которого в данном случае пропорционален доле студентов в общей численности студентов всех вузов.

Как описывалось ранее, оси X и У разбиваются на две части, в итоге получаем четыре сегмента рынка: лидеры, консерваторы, экспансеры и аутсайдеры, изображённые на рисунке 1.

Позиция «экспансер» характеризуется низкой относительной долей рынка, что предполагает неустойчивое положение на рынке образовательных услуг, с другой стороны – высокими темпами роста рынка вследствие активного набора студентов. Такие вузы не особенно популярны, поэтому заманивают студентов наличием хороших общежитий, новой техники, используемой в процессе обучения, низкой ценой обучения и т.д.

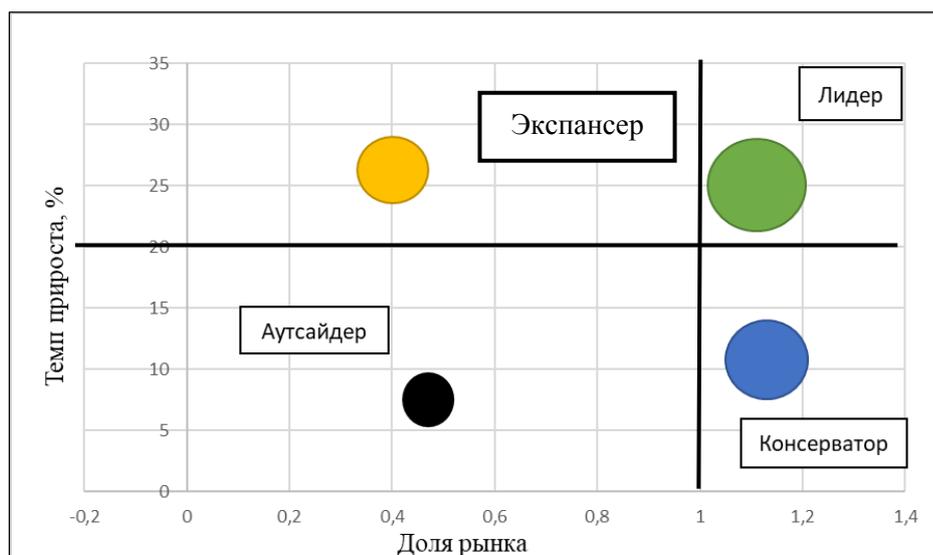


Рисунок 1. Матрица БКГ

Лидер – высокие темпы прироста численности студентов и высокая относительная доля рынка. Это престижные учебные заведения, имеющие хорошую репутацию.

Консерваторы отличаются высокой относительной долей рынка при низких темпах прироста численности студентов. Крупные учебные заведения высшего образования, в прошлом весьма популярные среди абитуриентов, но в настоящем ведущие не особенно большой набор, вследствие возможного сокращения бюджетных мест или ослабления положения на рынке образовательных услуг.

Аутсайдеры – низкие темпы прироста и низкая относительная доля рынка. Маленькие вузы, не особенно привлекательные среди абитуриентов. Такие учебные заведения не могут обеспечить необходимый прирост численности студентов и находятся на грани закрытия.

Данные по общей численности студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры за 2014 и 2020 годы были собраны по 23 вузам Новосибирской области с официального сайта мониторинга эффективности деятельности образовательных

организаций высшего образования Российской Федерации и представлены в таблице 1 [4].

Таблица 1. Численность студентов вузов Новосибирской области

Вуз	Общая численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры 2014 год, чел	Общая численность студентов, обучающихся по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры 2020 год, чел
СИМОР	325	152
НГТИ	192	247
НОУ ВПО НИЭПП	191	130
НГК имени М.И. Глинки	487	468
НГУ	6 485	7 690
НГАУ	8 919	7 575
НГАСУ	5 159	4 141
НГМУ	4 809	5 090
НГПУ	15 436	12 911
НГТУ	14 293	13 234
НГАХА	1 222	1 130
СГУВТ	3 807	3 432
СГУГиТ	6 666	5 103
СГУПС	8 825	7 495
СибГУТИ	5 658	5 016
НГУЭУ	9 331	8 136
САФБД	1 594	12
СибУПК	4 466	4 173
Куйбышевский филиал НГПУ	783	523
НТИ (филиал) РГУ имени А.Н. Косыгина	807	632
НЮИ (филиал) ТГУ	1 590	1 129
СИУ РАНХиГС	9 271	8 285
Филиал СПб ИВЭСЭП	706	90

При построении модифицированной матрицы БКГ по оси У откладывается прирост численности студентов вуза за четыре года, по оси Х – относительная доля рынка стратегической единицы по сравнению со средним значением показателя на рынке образовательных услуг Новосибирской области. Точками перехода одного состояния в другое являются для оси Х – 1 (высокая численность студентов вуза, низкая численность студентов вуза), для оси У – прирост численности студентов по рынку образовательных услуг Новосибирской области в целом (-12,82).

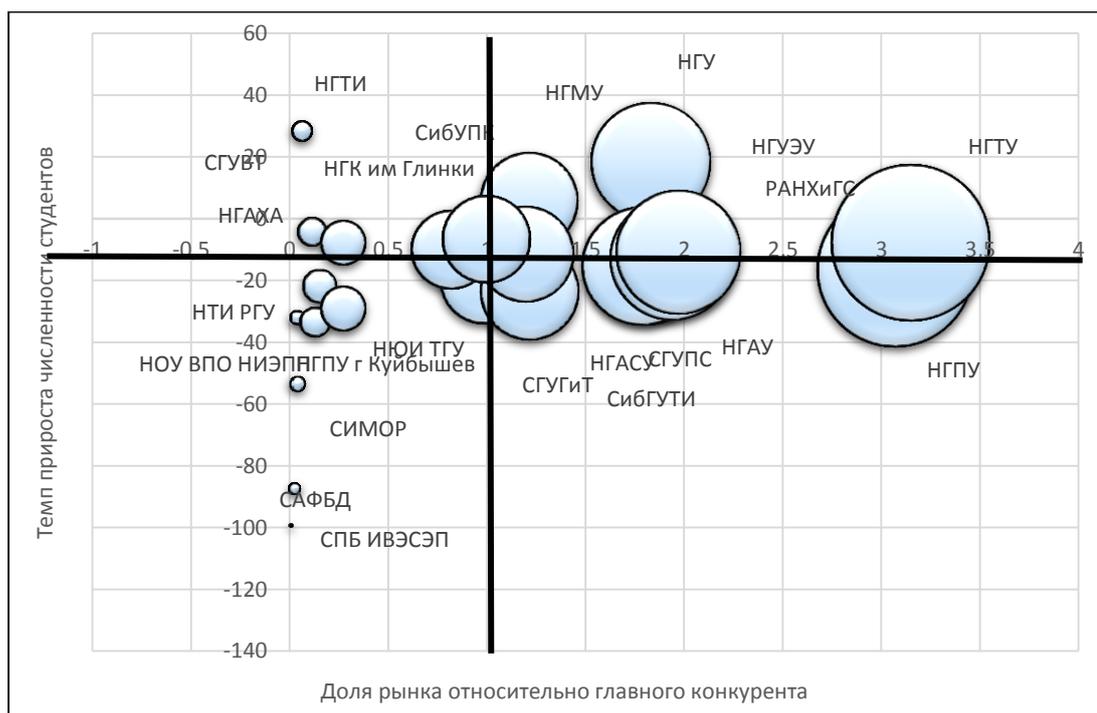


Рисунок 2 – Модифицированная матрица БКГ по общей численности студентов вуза

Таким образом, рынок образовательных услуг Новосибирска выглядит следующим образом:

1) Пять вузов являются лидерами – НГУ, НГМУ, НГУЭУ, НГТУ, РАНХиГС. Ведущие университеты, имеющие высокую численность студентов, положительные темпы прироста численности. Являются самыми востребованными вузами области, предлагающими высококачественные образовательные услуги.

2) Шесть вузов занимают позиции консерваторов: СибГУТИ, СГУГиТ, СГУПС, НГАУ, НГПУ, НГАСУ – крупные престижные вузы, обучающие большое количество студентов, но имеющие маленькие темпы прироста численности. Они уже захватили свою долю рынка, однако за последние четыре года численность обучающихся в каждом из них снизилась.

3) Семь вузов – аутсайдеры: Куйбышевский филиал НГПУ, САФБД, НГИ РТУ, НЮИ ТГУ, СПб ИВЭСЭП, СИМОР, НОУ ВПО НИЭПП. Этот вариант соответствует отставанию вузов от остальных объектов. В большинстве своём представленные учебные заведения маленькие по размеру, не особенно популярные и востребованные, поэтому неудивительно, что в них обучается небольшое количество студентов. Все филиалы кроме РАНХиГС, находящиеся в Новосибирске, входят в группу аутсайдеров.

4) Пять институтов входит в группу экспансеров – НГК имени М.И. Глинки, СГУВТ, НГАХА СибУПК, НГТИ. Вузы развиваются бурными темпами количественного роста основной деятельности (объём приёма студентов). Имеют относительно высокие темпы прироста численности студентов на рынке образовательных услуг, но занимают весьма маленькую долю. Вероятно, вузы не имеют возможности обучения большого числа студентов.

Использованные источники:

1. Глинский В.В. Статистические методы поддержки управленческих решений. – Новосибирск: НГУЭУ, 2008. – С. 256.

2. Осипов П.Н. Рынок образовательных услуг и образовательные потребности молодёжи // Казанский педагогический журнал. – 2013. – №3. – С. 42-47.

3. Старовойтова Т.А. Формирование и развитие рынка образовательных услуг в России // Научные записки. – 2009. - №2. – С. 519–522.

4. Официальный сайт мониторинга эффективности деятельности образовательных организаций высшего образования Российской Федерации [Электронный документ]. – URL: http://indicators.miccedu.ru/monitoring/_vpo/inst.php?id=2007