

На правах рукописи



Беляева Ольга Владимировна

ПОТРЕБИТЕЛЬСКИЙ СПРОС НА РЕГИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ УСЛУГ
ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ
(на примере Курской области)

Специальность 22.00.03 – экономическая социология и демография

АВТОРЕФЕРАТ

диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Курск - 2006

Диссертация выполнена в ГОУ ВПО
«Курский государственный технический университет»
на кафедре «Философии и социологии»

Научный руководитель: доктор философских наук,
профессор П.Ф. Кравчук

Официальные оппоненты: доктор экономических наук
П.В. Сергеев
кандидат социологических наук
А.Г. Дроздов

Ведущая организация: ГОУ ВПО «Курский
государственный университет»

Защита состоится «29» декабря 2006 г. в 14.00 часов на заседании диссертационного совета К 212.105.04 по защите диссертаций на соискание ученой степени кандидата социологических наук при Курском государственном техническом университете по адресу: 305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Курского государственного технического университета (305040, г. Курск, ул. 50 лет Октября, 94)

Автореферат разослан « 28 » ноября 2006 года

Ученый секретарь
диссертационного совета



И.Б. Гайдукова

Актуальность исследования. В современных условиях развития общества рыночные отношения затронули практически все сферы жизнедеятельности человека. Не стала исключением и область высшего профессионального образования. Общее направление реформ, расширение возможностей получения образования в негосударственных вузах и на коммерческих отделениях государственных учебных заведений существенно повлияло на рост количества студентов. В условиях повышения спроса на высшее образование произошли изменения в структуре подготовки кадров, которая на данный момент уже не соответствует требованиям рынка труда. Все большее число выпускников трудоустраиваются не по специальности, полученной в вузе. Поэтому возникает необходимость анализа существующего спроса на образовательные услуги, обстоятельств, влияющих на его формирование, и личностных детерминант профессионального выбора. Проблема заключается не только в выявлении причин, оказывающих влияние на выбор той или иной образовательной услуги, но и в определении способа корректировки спроса с целью предотвращения значительного дисбаланса между рынками образовательных услуг и труда, который ведет к серьезным социальным и экономическим издержкам.

В современной России рынок образовательных услуг функционирует на уровне регионов, каждый из которых имеет свои особенности развития. Выявление особенностей в социально-экономической сфере регионов, а также изучение специфики приоритетов, ценностных ориентаций, жизненных планов населения приобретает в настоящее время все большую актуальность. Исследование условий формирования потребительского спроса на рынке услуг высшего профессионального образования даёт возможность учесть их при определении направления развития конкретного вуза в частности и регионального рынка образовательных услуг в целом.

Степень научной разработанности проблемы. В отечественной литературе накоплен обширный опыт изучения системы образования как социального института, путей ее реформирования, социального и профессионального становления личности студента и специалиста. Характерной особенностью методологии изучения образовательной проблематики является междисциплинарность, обусловившая значительный объем исследований данной сферы.

В советский период основными направлениями отечественных исследований были совершенствование планирования и прогнозирования потребностей народного хозяйства в квалифицированных кадрах, создание методов измерения экономической эффективности образования на общегосударственном уровне. Среди исследователей этих направлений выделяются А.Б. Дайновский, Е.Н. Жильцов, С.Л. Костянян, С.Г. Струмилин, Н.Л. Токаев, Д.И. Чупрунов. Большинство ученых отстаивалась недопустимость коммерциализации образования, что обусловлено существовавшими социальными отношениями.

Экономические проблемы высшего образования в переходный период, адаптация вузов к формирующемуся рынку образовательных услуг нашли свое отражение в работах Л.И. Ванчухиной, М. Лукашенко, С.М. Немцевой, Н.В. Никитенко, Л.Н. Родионовой, А.О. Ченцова, А.М. Шаммазова, В.К. Юдина и других.

Начиная с 1990-х годов значительное место в публикациях занимают вопросы развития высшего образования на региональном уровне. Эта тема разрабатывается в трудах С.И. Берил, Е.Н. Богданова, Е. Бурлюкиной, В.Н. Васильева, Н. Васильченко, А.В. Гуртова, Ю. Краковского, Н.А. Лоншаковой, А. Г. Мезенцева, Е.А. Питухина, В. Секерина, М.В. Суорова и других авторов.

Современные исследования Л.И. Бойко, Н.С. Браун, Л.В.Коптяевой, В.Г. Чумака выявляют социальные факторы и тенденции, определяющие развитие высшего профессионального образования.

В работах Ю.Р. Вишневого, А.Г. Здравомыслова, Д. Константиновского, Т.Н. Мартыновой, В.А. Попова, Б.Ф. Поршнева, Г.А. Чередниченко, В. Шубкина, В.А. Ядова и других были рассмотрены не только проблемы высшего образования как социального института, но и мотивация выбора профессии, вопросы ценностных ориентаций молодежи, ее образа жизни, организации свободного времени.

Проблема формирования личности в системе высшего образования, творческих способностей, развития личностного потенциала исследовалась П.Ф. Кравчук, В.Ф. Овчинниковым, Л.В. Сохань, С.Г. Спасибенко и другими.

Необходимость взаимодействия рынка образовательных услуг и рынка труда обосновывается в работах И. Гривиной, Г.Е. Зборовского, И. Ивановой, Е. Илясова, В. Карезина, Г.П. Кулешовой, Е.И. Нестеровой, С.А. Павловой, С.Г. Сваловой, Ю. Солдак, Л. Ширяевой и других.

Зарубежный опыт функционирования системы высшего образования проанализирован С.Ю. Алашеевым, А. Волковым, А. И. Галаганом, О.А. Замулиным, Б.Г. Капустиным, Т.Г. Кутейницыной, В.А. Матюхиным, Н.Ю. Посталюк и другими авторами.

В настоящее время маркетинговыми исследованиями рынка образовательных услуг занимаются В.Н. Зотов, И. Кратко, Л. Латышова, Э. Новаторов, А.П. Панкрухин, О.В. Сагинова, Д.А. Шевченко, А. Эфендиев и другие.

Вместе с тем, недостаточное внимание уделяется исследованию спроса на рынке образовательных услуг высшей школы в рамках социологического подхода. Сегодня назрела необходимость системного исследования факторов, оказывающих влияние на профессиональное самоопределение личности во взаимосвязи с потребностями региональной экономики и интересами общества в целом. Социологический анализ потребительского спроса на услуги высшего образования является перспективным направлением в решении возникшей проблемы

значительного дисбаланса между подготовкой специалистов на рынке образовательных услуг и потребностью в квалифицированных кадрах на рынке труда. Уровень исследования проблемы определил объект, предмет, цель и задачи данной диссертационной работы.

Объектом исследования является рынок образовательных услуг высшей школы на современном этапе развития общества.

Предмет исследования: особенности формирования потребительского спроса на региональном рынке услуг высшего профессионального образования (на примере Курской области).

Цель и задачи исследования. Цель исследования – выявить условия и факторы формирования спроса на образовательные услуги в сфере высшего профессионального образования.

Цель исследования определила постановку ряда взаимосвязанных задач:

- 1) уточнить понятие «образовательная услуга» в сфере высшего профессионального образования;
- 2) определить особенности развития рынка образовательных услуг в Российской Федерации;
- 3) изучить основные мотивы, определяющие потребительский спрос на высшее профессиональное образование в современных условиях;
- 4) проанализировать современное положение рынка образовательных услуг высшей школы Курской области;
- 5) исследовать особенности формирования потребительского спроса на услуги высшего профессионального образования;
- 6) выявить перспективы изменения спроса на услуги высшего образования в Курской области в среднесрочном периоде.

Основная рабочая гипотеза диссертационного исследования заключается в том, что на потребительский спрос в сфере высшего образования, кроме профессионального самоопределения личности,

оказывают влияние региональные особенности рынка образовательных услуг высшей школы.

Теоретико-методологические основы исследования. В качестве методологической основы диссертационного исследования применялся диалектический метод, предполагающий изучение экономических и социальных явлений в их постоянном развитии и взаимосвязи. В работе использовался экономико-статистический метод обработки данных, традиционные приемы экономического и социологического анализа – наблюдения, группировки, обобщения, социологический опрос. В качестве метода сбора первичной информации использован метод анкетирования.

Теоретической базой для исследования послужили труды отечественных и зарубежных специалистов. Основу данной работы составляют общие методы социологического анализа (А.Г. Здравомыслов, В.Г. Чумак, В.А. Ядов), социально-психологического анализа (Б.Ф. Ломов, Б.Ф. Поршнев), экономического анализа (Э. Новаторов, А.П. Папкрухин, Д.А. Шевченко).

В основу рассмотрения теории экономического поведения личности положены модели П. Хейне, Дж. Кейнса, теория рационального выбора М. Вебера.

Выявление особенностей формирования потребительского спроса на рынке образовательных услуг осуществлялось исходя из «социальных ресурсов студенчества» (Е.М. Аврамова, Д.М. Логинов, А.А. Шубунова), «мотивационных предпочтений абитуриентов» (О.В. Виштак), «поведения потребителей на рынке образовательных услуг» (А.А. Романов).

Региональная специфика рынка образовательных услуг рассматривалась на основе концепции регулирования регионального рынка социально значимых услуг (Ю.В. Вертакова, Т.Н. Полякова) и стратегического анализа регионального рынка образовательных услуг (Ю. Краковский).

В основу методики среднесрочного прогнозирования изменения потребительского спроса положены исследования С.Ю. Алашеева, В.А. Гуртова, А.Г. Мезенцева, Е.А. Питухина.

Эмпирическая база исследования была сформирована на основе результатов социологических опросов, проведенных автором в 2004 – 2005 гг. среди абитуриентов и студентов курских высших учебных заведений, с общим объемом выборочной совокупности 823 респондента. Выборка респондентов являлась представительной по половозрастной структуре и направлениям обучения. Полученные данные были сгруппированы с помощью Microsoft Excel. Результаты проведенного исследования систематизированы и обработаны в среде Delphi 7.0., которая функционирует в операционной системе Windows XP.

Результаты диссертационного исследования подкреплены исследованиями мотивов получения высшего образования, структуры мотивации и социальных ресурсов современной молодежи, проводимыми Центром социологических исследований (ЦСИ) МГУ им. М.В. Ломоносова (г. Москва мониторинг 2000-2004 гг. N от 262 до 992), Балаковским институтом техники, технологии и управления Саратовского государственного технического университета (БИТТУ СГТУ) (г. Балаково мониторинг 1999-2001 гг.), Институтом социально-экономических проблем народонаселения (ИСЭПН) РАН (г. Москва, г. Вологда 2003 г. N = 600).

Научная новизна исследования заключается в следующем:

1. На основе сравнительного теоретического анализа уточнено понятие образовательной услуги в сфере высшего профессионального образования, под которой мы понимаем социально значимое благо, заключаемое в передаче знаний, опыта, направленное на удовлетворение личных познавательных потребностей и общественного спроса на специалистов.

2. Выявлены основные особенности развития рынка образовательных услуг высшей школы в Курской области, которые непосредственно влияют на формирование спроса: низкий уровень рождаемости, сильное старение населения, относительно невысокий уровень безработицы, устойчиво пониженные доходы населения, рост количества высших учебных заведений в основном за счет филиальной сети.
3. На основе проведенного социологического исследования выявлены и проанализированы основные мотивы, формирующие спрос со стороны населения на рынке услуг высшего профессионального образования в регионе, приоритетными из которых являются «возможность сделать карьеру», «престиж специальности», «спрос на рынке труда», «важность специальности для общества», «чувство призвания».
4. Разработан прогноз изменения потребительского спроса на региональном рынке услуг высшего профессионального образования в среднесрочной перспективе, учитывающий демографический, социально-экономический и социокультурный факторы развития Курской области.

Практическая значимость результатов исследования.

Теоретические выводы и практические результаты проведенного исследования могут использоваться при формировании и реализации региональной политики, в частности при оценке текущего состояния и перспектив развития регионального рынка образовательных услуг и быть основой для выработки стратегии поведения субъектов этого рынка. Итоги работы и соответствующие рекомендации адресуются федеральным и региональным органам государственной власти, управления образованием, Департаменту федеральной государственной службы занятости населения (ФГСЗН) Курской области, отдельным учебным заведениям,

заинтересованным в повышении эффективности предоставления образовательных услуг. Полученные результаты могут быть использованы в учебном процессе при разработке курсов: «Социология образования», «Социология рынков», «Социология труда и экономическая социология» и других.

Апробация результатов исследования. Основные положения диссертационного исследования обсуждались на XIII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов - 2006» МГУ им. М.В. Ломоносова г. Москва, на VII Всероссийском форуме молодых ученых и студентов «Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире» г. Екатеринбург, на 5-ой межрегиональной научно-практической конференции ВЗФЭИ «Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы» г. Курск, на научной конференции КурскГТУ «Инновационные процессы в сфере образования», на заседаниях кафедр «Финансы и кредит», «Философия и социология» Курского государственного технического университета.

Результаты исследований опубликованы в 7 научных работах общим объемом 2,56 п.л., в том числе одна статья в научном журнале «Вестник Московской академии рынка труда и информационных технологий», который входит в перечень журналов и изданий, рекомендуемых ВАК.

Структура диссертации Диссертация состоит из введения, двух глав, заключения, библиографического списка и 10 приложений. Текст диссертации содержит 16 таблиц, 7 рисунков.

Основное содержание работы

Во введении обосновывается актуальность темы исследования, характеризуется степень ее научной разработанности, формулируются цель, задачи, объект и предмет исследования, определяется теоретическая и методологическая база диссертации, показана научная новизна, теоретическая и практическая значимость, апробация работы.

В первой главе «Рынок услуг высшего профессионального образования как объект научного исследования» рассматриваются теоретические основы функционирования рынка образовательных услуг высшей школы. Глава состоит из трех параграфов.

Первый параграф «Образовательные услуги: сущность, критерии классификации» посвящен уточнению понятия «образовательная услуга», выявлению особенностей, признаков и критериев классификации образовательных услуг высшей школы. Исследователи не дают однозначного определения понятия «образовательная услуга», что объясняется изучением различных аспектов проблем, связанных со сферой образования. Сущность образовательной услуги определяется как результат деятельности учебного заведения (Т.А. Сон), как процесс (Д.А. Шевченко), как система или совокупность знаний (Н.С. Браун, В.Н. Зотов, Л.В. Коптяева) и как отношение (А.Л. Гопоненко, М.В. Исаева). Проанализировав основные подходы к определению этого понятия, мы предлагаем определение этой категории с точки зрения экономической социологии: образовательная услуга в сфере высшего профессионального образования - это социально значимое благо, заключаемое в передаче знаний, опыта, направленное на удовлетворение личных познавательных потребностей и общественного спроса на специалистов.

Образовательные услуги предоставляются, как правило, в комплексе с созданием духовных ценностей, развитием личности ее потребителя. Эти услуги обеспечивают реализацию познавательных интересов обучающихся, удовлетворяют потребности личности в духовном и интеллектуальном развитии, вносят вклад в создание условий для их самоопределения и самореализации, участвуют в формировании, сохранении и развитии разнообразных способностей человека к труду, в специализации, профессионализации и повышении его квалификации. Результатом потребления образовательных услуг является комплекс приобретенных знаний и навыков.

Нет единого подхода и к классификации образовательных услуг. Одни авторы производят классификацию, четко указывая различные признаки образовательных услуг. Так, С.М. Немцева выделяет три критерия классификации (уровень, форма, срок обучения), О.В. Сагинова – пять признаков (уровень образования, ориентация на определенную специальность, форма обучения, методы обучения, наличие дополнительных компонентов). Другие авторы (Л.И. Ванчухина, Л.Н. Родионова, А.М. Шаммазов, В.К. Юдин) ограничиваются при классификации образовательных услуг лишь перечислением их основных видов без указания принципов классификации.

Анализ основных подходов к определению критериев классификации образовательных услуг, позволяет сделать выводы: во-первых, образовательные услуги имеют ряд характерных особенностей, обусловленных спецификой всей сферы образования в целом; во-вторых, выделение особенностей и классификация образовательных услуг важны в условиях рыночной модели системы образования, поскольку они раскрывают сущность, цели и результат образовательной деятельности; в-третьих, в современных условиях без учета этих особенностей образовательному учреждению практически невозможно занять свою нишу на рынке.

Во втором параграфе «Особенности функционирования рынка образовательных услуг высшей школы» рассматриваются взаимодействие субъектов рынка и влияние рыночных законов на сферу высшего образования.

На рынке образовательных услуг действуют, с одной стороны, производители образовательных услуг, создающие предложение, с другой – их потребители, определяющие спрос на образовательные услуги. Идеальная ситуация возникает тогда, когда спрос и предложение уравновешивают друг друга. Законы спроса и предложения позволяют прогнозировать поведение производителей и потребителей

образовательных услуг, так как они представляют собой функции факторов, определяющих их изменение. Следовательно, рынок образовательных услуг представляет собой особый институт, развивающийся по законам спроса и предложения и регулирующий экономические отношения по поводу купли-продажи образовательных услуг. Но, в силу особенностей образовательной сферы, государство во многом задаёт общие её параметры и определяет условия «допуска» потенциального потребителя на рынок образовательных услуг высшей школы (нормативно оформленная невозможность поступления в вуз без законченного среднего образования, зачисления в аспирантуру без диплома об окончании вуза). Всё это превращает государство в доминантного субъекта данного рынка, во многом определяющего его динамику, параметры и условия формирования потребительского спроса.

Поскольку основным плательщиком в вузе являются не столько потенциальные работодатели, сколько непосредственно население, то спрос на те или иные специальности определяется не потребностями региона, а престижем профессии, порожденным общественным сознанием. В этих условиях неизбежны серьезные диспропорции между спросом на рынке труда и спросом (и как следствие, предложением) на рынке образовательных услуг.

В этом контексте значительный интерес представляет механизм формирования спроса на образовательные услуги в зарубежных странах. Международный опыт в области прогнозирования занятости и подготовки специалистов показывает, что необходимо развивать институциональные формы регулирования взаимодействия рынка труда и образовательных услуг на региональном уровне.

Вузы, осуществляя подготовку кадров, формируют образовательный потенциал регионов, увеличивая контингент с более высоким уровнем образования и, как следствие, оказывают влияние на социальную структуру населения

Таким образом, современный рынок образовательных услуг предполагает комбинирование рыночного механизма и государственного регулирования.

В третьем параграфе «Мотивация получения высшего образования и выбора профессии личностью на современном этапе развития общества» рассмотрены мотивы выбора профессии и этапы поведения потребителя образовательных услуг.

Потребность в получении работы, потребность в творчестве и самореализации, потребность в общении оформляются в виде запросов к выбираемой специальности, к характеристике учебного заведения, цене и качеству образовательных услуг. В конечном итоге, происходит распределение абитуриентов по вузам — своеобразный процесс самоорганизации. Такая самоорганизация построена, главным образом, на основе субъективных потребностей потребителей.

Потребности проявляют себя в мотивах. Содержание мотива раскрывается через систему ценностей, на которую ориентируется личность при выборе поведения. В системе ценностей зафиксированы критерии социально признанного и одобряемого в данном обществе поведения. Усвоение этих критериев составляет необходимую основу формирования личности и оказывает существенное влияние на профессиональный выбор. Многими исследователями отмечается тесная связь мотивационной сферы личности с ее ценностными ориентациями (Ю.Р. Вишневский, Т.Н. Мартынова, Г.А. Чередниченко). На наш взгляд, характер этой связи двусторонний. С одной стороны, ценностные ориентации формируются уже на базе сложившихся потребностей человека, с другой – усвоение тех или иных ценностей социальной среды может стать базисом для формирования новых потребностей. Чем выше потребность личности в познании, тем быстрее удовлетворяется потребность в самовыражении и раскрывается творческий потенциал личности.

Огромную роль в формировании и развитии мотивационной сферы личности играют общественные институты, в том числе и система образования. С точки зрения социальных функций, образование является механизмом реализации целей общества, средством подготовки того типа личности, который нужен обществу для его успешного функционирования и развития. Однако для личности большое значение имеют интерес к профессии, индивидуальные способности и склонности к данному виду деятельности. Проблема в том, что субъективные намерения молодого человека сталкиваются с объективно существующими общественными структурами, которые ограничивают возможности получения высшего образования: во-первых, набор на те или иные специальности имеет определенные пределы, а в новых условиях сдерживающим моментом являются материальные ресурсы семьи; во-вторых, структура и наличие рабочих мест в экономике могут не соответствовать не только намерениям, но и объему и структуре выпуска специалистов из учебных заведений в городе, области, регионе. Особую остроту данная проблема приобретает в современной ситуации, поэтому важным качеством для молодых людей становится способность переучиваться, применять свои знания и умения в разных сферах деятельности.

Неопределенность в развитии реального сектора экономики в краткосрочной и среднесрочной перспективе оказывает влияние на поведение потребителей. Такая ситуация трансформирует складывающиеся модели поведения, усиливая профессиональную и отраслевую мобильность рабочей силы.

Таким образом, структура потребностей в услугах высшего образования оказывается деформированной в пользу установок на получение образования как свидетельства об определенном социальном статусе «человека с дипломом» или как способа замещения иных форм социальной деятельности (служба в армии, поиск работы). Но такие установки не могли полностью вытеснить традиционные ценности

получения высшего образования. Ориентация на получение профессиональных и общекультурных знаний и навыков, расцениваемых нами как одни из основных факторов жизненного успеха, сохраняется в обществе.

Вторая глава «Потребительский спрос на образовательные услуги высшей школы: региональный аспект (на примере Курской области)» содержит анализ статистической информации, выводы по результатам проведенного социологического исследования и прогноз изменения спроса на рынке образовательных услуг высшей школы региона в среднесрочном периоде. Глава состоит из трех параграфов.

В первом параграфе «Характеристика регионального рынка образовательных услуг» использован метод сравнительного анализа по ряду показателей, позволяющих выявить региональные особенности рынка образовательных услуг Курской области. Рыночное реформирование экономики придало дополнительный импульс развитию системы высшего образования на территории области. В регионе появились многочисленные филиалы образовательных учреждений. Нами был рассчитан индекс приоритетного расходования средств на образование, определяющий целесообразность вхождения на региональный рынок новых производителей образовательных услуг. Этот показатель учитывает возможность приобретения потребителем образовательной услуги в зависимости от его материального положения и рассчитывается как отношение доли расходов на образование в совокупных расходах населения конкретного региона к аналогичному показателю в целом по России. В 2004 году данный индекс, по результатам расчета, составил 0,35, это означает, что куряне в три раза меньше средств тратят на образование, чем в среднем по стране. Такая ситуация объясняется устойчиво пониженными доходами населения Курской области по сравнению с другими регионами.

В системе высшего образования, как и во всей социальной сфере, сильна зависимость от накопленного человеческого и социального капитала, традиций и сложившейся инфраструктуры. В качестве информативного показателя, позволяющего оценить состояние Курской области на фоне других регионов, был рассмотрен индекс развития человеческого потенциала (ИРЧП), содержащийся в Докладах о развитии человеческого потенциала в Российской Федерации. Он включает в себя такие показатели, как средняя продолжительность предстоящей жизни, уровень образования взрослого населения и реальный ВВП на душу населения. Индекс развития человеческого потенциала по Курской области - 0,743, что ниже среднероссийского индекса, равного 0,766. В последние годы наблюдается положительная тенденция в изменении этого показателя. Сравнительный анализ основных социально-экономических показателей позволил выявить региональные особенности Курской области, оказывающих влияние на рынок образовательных услуг: низкий уровень рождаемости; сильное старение населения; повышенный уровень бедности; невысокий уровень безработицы; рост количества высших учебных заведений, в основном за счет филиальной сети.

Второй параграф «Социальные детерминанты потребительского спроса на услуги высшего профессионального образования» содержит анализ результатов социологического исследования по изучению образовательной мотивации абитуриентов, выявлению неценовых факторов, формирующих спрос на образовательные услуги вуза.

Профессиональное самоопределение молодёжи рассматривается как процесс её интеграции в социально-профессиональную структуру общества, который реализуется на личностном уровне. В сознании абитуриентов формируется система приоритетов, целей, ценностей, влияющая на выбор вуза (специальности). Группировка сочетаний ответов позволила выделить основные образовательные мотивации абитуриентов:

1. Приоритетной является статусная функция будущей специальности, которая включает несколько факторов («возможность сделать карьеру», «престиж специальности», «уровень доходов») суммарный удельный вес от общего количества ответов, выбранных респондентами составил 40,1%.
2. Мотивы социальной значимости профессии («важность специальности для общества», «спрос на рынке труда») - 27,2%.
3. Содержательная мотивация («творческий характер профессии», «соответствие способностям, знаниям, умениям», «чувство призвания») – 13,3%.

Сходство в ведущих мотивах выбора профессии в группах юношей и девушек может свидетельствовать об отсутствии ярко выраженной гендерной поляризации в вопросах профессионального самоопределения современной молодежи.

Используя материалы исследования, мы построили кривые спроса по трем направлениям обучения: техническому, гуманитарному и естественнонаучному. Спрос на образовательные услуги всех направлений обучения является относительно неэластичным, что объясняется сильным влиянием на него цены и ряда неценовых факторов. Цена во многом определяет доступность высшего образования для населения. Только четвертая часть опрошенных считает для себя приемлемым уровень сложившейся цены на выбранную специальность. Наиболее весомыми из неценовых факторов являются «возможность трудоустройства по окончании обучения» и «поддержка родителей». Большая часть поступающих рассчитывает трудоустроиться по специальности после окончания вуза (27% уверены в этом, а 56% не теряют надежды). Родители оказывают существенное влияние на выбор будущей профессии своих детей – «решение приняли совместно» - так считают 65,2% респондентов, 5,5% - утверждают, что решение приняли родители, 27% - уверены, что самостоятельно определились с выбором и лишь 2% пошли против воли

родителей, которые не одобряют сделанный выбор. Рассматривая возможность получения высшего образования на коммерческой основе, ответы на вопрос: «Кто оплатит обучение?» распределились среди респондентов следующим образом: родители, супруг, родственники – (62,1%); никто (я не буду учиться на коммерческой основе) – (22,3%); сам располагаю необходимой суммой (заработаю) – (9,6%), организация – работодатель – (3,4%); кредитные организации (кредит на обучение) – (1,4%). Следовательно, большинство абитуриентов допускают возможность получения платного образования, рассчитывая на помощь семьи.

Среди факторов, которые могут способствовать поступлению в вуз, значительное место занимают «занятия с репетитором» - на него указали 40,3% респондентов, на дополнительную подготовку в спецклассе (школе), подготовительных курсах ссылаются 27,2% опрошенных, 20% могут предъявить медаль после окончания школы (красный диплом после окончания техникума), около 5% - медаль призёра районных, областных и российских олимпиад по выбранному направлению. Среди прочих факторов были отмечены «самостоятельная подготовка», «желание поступить», «уверенность в себе».

Свидетельством низкой результативности профессиональной ориентации и недостаточной информированности выпускников школ о конъюнктуре и перспективах рынка труда стал тот факт, что среди источников информации о специальности и о вузе ведущими являются сведения, полученные от друзей, знакомых, выпускников вуза и студентов. В связи с этим, на следующем этапе исследования было установлено соответствие между социальными ресурсами вуза и ожиданиями потребителей образовательных услуг, которое существенно влияет на характеристику вуза, и, следовательно, может рассматриваться в качестве неценового фактора формирования потребительского спроса. Исследование осуществлялось на основе пятифакторной модели.

Среди неценовых факторов выбора вуза по количеству ответов лидирует «престиж вуза» (35,3%), «советы друзей и родителей» (30%); «удобное месторасположения вуза»(8%) и «данной специальности нет в других вузах» (7%).

В целом, анализ полученных результатов позволяет сделать следующие выводы: отношение молодежи к получению высшего образования и выбору профессии в современных социально-экономических условиях становится прагматичным; преобладают результирующие, экономические мотивы; роль семьи в профессиональном самоопределении абитуриента, его социальной адаптации значительна; условиями поступления в вуз становятся предварительная дополнительная подготовка к экзаменам и накопление средств для оплаты обучения.

В третьем параграфе «Формирование спроса на образовательные услуги в среднесрочной перспективе» сделан прогноз возможного изменения спроса на образовательные услуги высшей школы под воздействием факторов, определяющих специфику региона - демографических, социально-экономических, социокультурных.

В качестве основного метода формирования прогноза мы использовали экстраполяцию тренда, предположив, что сложившиеся закономерности будут проявлять себя и в последующем.

Тренд определяет долгосрочное направление движения (роста или снижения) количества абитуриентов, происходящего в результате основных изменений в численности населения. На основании официальных данных территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Курской области, мы построили график, в котором отразили долю абитуриентов в общем количестве родившихся 17 лет назад в Курской области за период с 2000 г. по 2005 г. Тренд позволяет графически отображать тенденции определенных показателей и прогнозировать их. Используя регрессионный анализ, мы продлили линию тренда в диаграмме за пределы фактических значений с целью

прогнозирования анализируемого параметра. Прогнозное значение доли абитуриентов в числе родившихся 17 лет назад в Курской области в 2012 г. составит 84,6%, что свидетельствует о стремлении молодежи к всеобщему высшему образованию. Но в количественном выражении произойдет резкое снижение числа поступающих в вузы вследствие двукратного спада рождаемости в период с 1985 года (когда рождалось 13,9 человека на 1000 жителей области) по 1999 год (7,7 человек на 1000 жителей области). Неблагоприятные демографические процессы начнут проявляться в спросе на высшее образование начиная с 2008 года. С данного момента спрос на рынке на образовательные услуги (при прочих равных условиях) начнет сокращаться.

Влияние на рынок образовательных услуг высшей школы региональных социально-экономических факторов, в частности повышение способности населения оплачивать услуги вузов можно охарактеризовать как относительно благоприятное и экстраполировать данную ситуацию на среднесрочную перспективу.

Росту востребованности высшего образования способствует укоренение социальных представлений о его желательности и престижности, о необходимости и эффективности инвестирования в «человеческий капитал». К социокультурным показателям региона мы относим характер межнациональных отношений, которые весьма благоприятны для развития международной деятельности высшими учебными заведениями. В этой связи представляется целесообразным пополнение контингента студентов за счет иностранных граждан ближнего и дальнего зарубежья. Вместе с тем, современная экономика формирует новую структуру предложения на рынке труда на профессии, по которым ранее не производилась образовательная подготовка. Поэтому недостаточно учитывать только текущую потребность в кадрах по традиционным сферам деятельности в регионе, необходимо начинать

подготовку специалистов по профессиям, которые возникают в связи с развитием научно-технического прогресса.

Учитывая, что спрос на образовательные услуги формируют молодые люди, которые в большинстве своем испытывают определенные трудности с профессиональным выбором, мы считаем целесообразным создание на базе Департамента федеральной государственной службы занятости населения по Курской области координационного центра региональной профессиональной ориентации молодежи. Такой Центр мог бы стать недостающим связующим звеном между потребителями рынка образовательных услуг и представителями региональных структур, предъявляющих спрос на специалистов, и вместе с тем оказывать помощь молодым людям в их профессиональном самоопределении в соответствии с личными склонностями и потребностями экономики.

В заключении подводятся итоги работы, делается ряд практических и теоретических выводов, предлагаются рекомендации, способствующие решению выявленных проблем.

Основные положения диссертационной работы изложены в следующих публикациях:

1. Беляева, О.В. Понятие образовательной услуги в экономической социологии [Текст] / О.В. Беляева, П.Ф. Кравчук // Научный журнал «Вестник Московской академии рынка труда и информационных технологий».- 2006 - №9(31).- С. 34-40.

2. Беляева, О.В. Модель соответствия ожиданий потребителей образовательных услуг социальным ресурсам вуза [Электронный ресурс]: Материалы XIII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2006» МГУ, - 1 электрон. опт.диск.

3. Беляева, О.В. Перспективы развития регионального рынка образовательных услуг (на примере Курской области) [Текст] / О.В. Беляева //Сборник «Конкурентоспособность территорий и предприятий во взаимозависимом мире» : Материалы 7 Всероссийского форума молодых ученых и студентов.-Екатеринбург: изд-во Урал.гос.экон.ун-та, 2004.- Ч.3.- С. 22.

4. Беляева, О.В. Взаимодействие воспитательного и учебного процесса в системе вуза [Текст] / О.В. Беляева, П.Ф. Кравчук, З.А. Кондратьева // Научное издание «Известия Курского государственного технического университета». -2004 - №2(13).- С. 210-213.

5. Беляева, О.В. Необходимость взаимодействия рынка труда и рынка образовательных услуг [Текст] / О.В. Беляева // Социально-экономическое развитие России: проблемы, тенденции, перспективы: Сборник научных статей Курского филиала ВЗФЭИ/ Курск, 2003.- С. 19-21.

6. Беляева, О.В. Анализ поведения потребителей услуг высшего профессионального образования [Текст] / О.В. Беляева // Современные проблемы науки и образования. - 2006-№3.- С.36-37.

7. Беляева, О.В. Воздействие высшего образования на развитие личности [Текст] / О.В. Беляева //Научно-теоретический журнал «Успехи современного естествознания».-2005-№1.- С. 86.

