# Моделирование эластичности спроса на образовательные услуги (на примере программ магистратуры)

Володина Е.В., Ермакова П.А., Шепелина Н.А., Кудрина Т.В., Домашкина А.С.
*Курганский государственный университет*

Основным источником возникновения спроса на высшее образование на современном этапе развития системы высшего профессионального образования в РФ является удовлетворение социально-экономических потребностей, с одной стороны, и требование подавляющего большинства работодателей – с другой. Происходящие изменения в сфере высшего образования во многом связаны с переходом к «рыночной модели политики высшего образования», основой которой является ориентация вузов на потребности рынка труда [1]. На рынке происходит взаимодействие спроса и предложения на образовательные услуги, и современные ВУЗы проявляют большую заинтересованность в изучении рыночных механизмов, главным образом, объема спроса и его платежеспособности. Также важную роль играет изучение возможных реакций со стороны экономических агентов на изменение цены [2].

В настоящее время при исследовании экономических явлений и процессов часто используются математические методы и модели. Математическое моделирование эластичности спроса, на наш взгляд, является эффективным средством при решении проблем ценообразования.

В данной работе мы изучили эластичность спроса по цене на образовательные услуги на примере магистерских программ. В марте 2014 г. нами был проведен социологический опрос студентов-бакалавров третьего курса в трех ВУЗах Курганской области: курганском филиале Академии труда и социальных отношений (АТиСО), Курганском государственном университете (КГУ), курганском филиале Уральского института экономики, управления и права (УИЭУиП). Были опрошены студенты, обучающиеся по направлениям «Экономика» и «Управление персоналом» в АТиСО, на экономическом факультете и факультетах транспортных систем и математики и информационных технологий в КГУ, по направлениям "Экономика" и "Менеджмент" в УИЭУиП. Нами было опрошено по 50 человек в каждом ВУЗе.

Исследование показало, что большинство студентов-бакалавров третьего курса желают продолжить обучение в магистратуре. Так в АТиСО желающих пойти учиться в магистратуру - 58% от общего количества опрошенных студентов, а в КГУ и УИЭУиП данный показатель составил 76%. Среди опрошенных больше всего студентов отдало предпочтение экономическим направлениям. Так в КГУ отдало предпочтение направлениям «Экономика» и «Менеджмент» 20% и 6% опрошенных соответственно.

В АТиСО среди ответивших положительно на вопрос о желании продолжить обучение в магистратуре в своем ВУЗе больше всего студентов отдало предпочтение направлениям «Экономика» и «Управление персоналом» (10% и 8% человек соответственно). Далее следует направление «Менеджмент».

Среди опрошенных студентов-бакалавров в УИЭУиП, ответивших положительно на вопрос о желании продолжить обучение в магистратуре в своем ВУЗе, больше всего студентов отдало предпочтение направлению «Экономика» (10%), далее следуют направление «Юриспруденция» (6%).

С помощью встроенной функции ЛИНЕЙН в MS Excel 2010 нами были построены степенная и линейная модели эластичности спроса. Качество моделей подтверждено значениями коэффициента Фишера и коэффициента множественной детерминации.

Степенная модель имеет вид: y = e ^ 5,5128 * x ^ (-1,5978).

По данной модели по показателю степени X = - 1,5978 можно сделать вывод о том, что спрос на магистерские программы является эластичным: при увеличении цены на 1 % спрос снижается в среднем на 1,6 %.

Линейная модель имеет вид: y = 86,27 – 7,2125x.

Используя линейную модель по коэффициенту при X = - 7,2125 также можно сделать вывод об эластичности спроса. В денежных и натуральных показателях эту зависимость можно представить таким образом: при увеличении цены на магистерские программы на каждые 10 000 руб., спрос на них будет сокращаться на 7,2 человека.

На наш взгляд, цифра в 7,2 человека достаточно велика, такая эластичность является существенной для принятия управленческих решений и информация о её величине позволяет руководителям ВУЗов проводить обоснованную политику ценообразования, быть готовыми к изменению спроса на образовательные услуги, оказывать влияние на регулирование рынка образовательных услуг.

Список литературы:

1. Уральский федеральный университет. Пресс-центр [Электронный ресурс] // http://urfu.ru/home/press/news/article/vedushchii-v-strane-luchshii-na-urale/ (дата обращения: 11.05.2014)
2. Электронная библиотека BookC.org [Электронный ресурс] // http:// http://bookc.org/book_kurs-mikroekonomiki_611_page_60 (дата обращения: 11.05.2014).