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: $y = e \wedge 5{,}5128 * x \wedge (-1{,}5978)$.

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).