



Сухий О. О.

МОДЕЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ АНАЛІТИЧНОЇ ЕКОНОМІЇ

Запропоновано нові підходи до формування вартості освітніх послуг з метою утримання частки ринку та доходної бази ВНЗ, забезпечення їх фінансової стійкості. Адаптовано ламану криву попиту до сучасного стану регіональних ринків освітніх послуг в Україні, запропоновано коефіцієнт ефективності цінового регулювання вартості освітніх послуг на підставі змін загального виторгу.

Ключові слова: вища освіта, ламана крива попиту, еластичність попиту, загальний виторг.

1. Вступ

Освіта тісно й напругу пов'язана з процесом формування людського капіталу — оскільки типово саме освіта вважається ключовим видом інвестицій в людський капітал. Проте в останні роки формування людського капіталу в системі вищої освіти відбувається в умовах наростаючих фінансових обмежень: з одного боку, це режим економії видатків державного бюджету, а з іншого — низький рівень доходів й купівельної спроможності більшості населення, а отже — потенційних інвесторів власного людського капіталу. Кризові економічні обмеження доповнилися демографічним спадом й малокомплектністю студентських груп, що ставить під загрозу достатнє фінансування самих ВНЗ як постачальників освітніх послуг й відтак актуалізує питання збільшення доходної бази ВНЗ.

З точки зору розвитку ринку під дією сил попиту та пропозиції слід підкреслити зростання попиту на вищу освіту в 2000-х роках, що поступово призвело до збільшення й пропозиції освітніх послуг (зокрема, нарощування ліцензійних обсягів та кількості викладачів). Натомість 2010-ті роки демонструють протилежні тенденції, а саме звуження попиту (яке можна охарактеризувати в межах прийнятого у світовій науці терміну demand shock), що ставить нові виклики перед постачальниками освітніх послуг. Такі фактори останніх років, як зменшення кількості випускників шкіл внаслідок демографічного спаду, посилення конкуренції між ВНЗ за рахунок можливості подання заяв після ЗНО в кілька ВНЗ одночасно, збільшення частки школярів, як поступають після 9-го класу в коледжі та технікуми для здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня «молодшого спеціаліста», підвищення прохідних балів для профільних предметів суттєво змінили ситуацію на ринку освітніх послуг, призвели до істотного зменшення доходної бази ВНЗ й актуалізували питання оптимальної цінової стратегії, а також наукового пояснення нових тенденцій в конкуренції між ВНЗ.

2. Аналіз літературних даних і постановка проблеми

Загальні концептуальні підходи до діяльності ВНЗ в нових ринкових умовах їх комерційного фінансування та відповідного маркетингу освітніх послуг уже знайшли

певне відображення у вітчизняній науковій літературі. Так, О. В. Костюкова та Т. І. Петрук [1] порівнюють фінансове забезпечення державних та приватних ВНЗ й доходять спільного для обох видів ВНЗ висновку щодо потреби диверсифікації джерел фінансування ВНЗ, зокрема через навчання іноземних студентів та систему безперервного навчання дорослих, проведення комерційних наукових досліджень тощо. В. М. Салогубова та Є. А. Івченко [2] розробили комплекс освітянського маркетингу, застосування якого дасть змогу підвищити конкурентоспроможність ВНЗ на ринку освітніх послуг, доповнюючи традиційну модель маркетингу ще трьома компонентами: управління персоналом, матеріальними активами та наданням послуг. С. Ю. Кучеренко, Ю. В. Рибченко [3] на підставі збільшення питомої ваги позабюджетних коштів у фінансових потоках ВНЗ роблять висновок про подальше розширення ринкових відносин в галузі освіти, що зумовлює, на їх думку, необхідність наукового вивчення й моделювання сучасного стану ринку освітніх послуг в Україні.

З іншого боку, в західних літературних джерелах в силу більшої поширеності й переважного застосування мікроекономічного інструментарію основний акцент переноситься на аналітичні дослідження факторів формування контингенту (набору) студентів й вибору оптимальних цінових стратегій для ВНЗ. Так, уваги заслуговує дослідження Дж. ДеЛіув (J. DeLeeuw), який оригінально поєднує аналіз двох чинників на набір студентів: не лише плати за навчання, але й рівня безробіття [4]. Автор отримує релевантні результати щодо впливу рівня зайнятості на набір студентів, які можна пояснювати, на наш погляд, також і через альтернативну вартість навчання у вигляді втрати заробітної плати (при вступі на стаціонар). Водночас, в даній роботі відзначено роль високоякісного маркетингу ВНЗ задля забезпечення набору студентів. Проте адаптація подібної методології до реалій вітчизняної економіки утруднюється через відсутність достовірної чутливої статистики зайнятості та безробіття; більше того, стабільно високий рівень реального, а також прихованого безробіття утруднює визначення подібного взаємозв'язку. Робота Р. Чена (R. Chen) заторкує іншу сторону попиту на вищу освіту, а саме враховує вплив обсягів наданої студентам фінансової допомоги на рівень відрахувань з вищих навчальних закладів, що, фактично, є іншою, протилежною до вступу (зарахування), стороною формування контингенту студентів [5].

Значний внесок у вивчення динаміки та формування цін на ринку освітніх послуг здійснено дослідниками з Гановер Ресерч (Hanover Reserach), які встановили за останні п'ять років тенденцію нижчих темпів зростання вартості навчання в приватних навчальних закладах, порівняно з державними. При цьому підкреслюється роль конкуренції між різними ВНЗ регіону як важливого фактору стримування чи зниження рівня цін на освітні послуги [6]. Врешті, в роботі Г. Брайдана і Т. Вілла [7] виявлено критичний рівень цін, вище якого і набори студентів, і доходи ВНЗ демонстрували різку динаміку до зниження, що пояснено перетоком студентів в інший ВНЗ регіону. З іншого боку, К. Браун, А. МакКларі, Дж. Белінгар (С. Brown, A. McClary, J. Bellinger) [8] дійшли висновку про найвищу чутливість попиту ($Ed = -1,8$) на освітні послуги залежно від вартості навчання саме для студентів з регіону, де розміщений аналізований ВНЗ, що ще раз доводить високу роль конкуренції й перетоку абітурієнтів саме на регіональному ринку освітніх послуг.

Таким чином, як видно із літературних джерел, особливо для умов вітчизняної економіки з урахуванням надбань світової науки, недостатньо дослідженими залишаються інтегральні взаємозв'язки між доходами ВНЗ, їх фінансовим забезпеченням та властивостями й змінами попиту на освітні послуги, зокрема в розрізі регіональних освітніх ринків, на яких за абітурієнта конкурують декілька відомих ВНЗ. Проблема загострюється тим, що в сучасних умовах (після 2010 року), не маючи взагалі наперед чітко визначеного обсягу набору в українські ВНЗ (насамперед, для платної форми підготовки) неможливо спрогнозувати наперед точну собівартість навчання одного студента (оскільки невідомо, на яку кількість студентів (чи 8, чи 12, чи 16 тощо) ділити загальні умовно постійні витрати ТФС на підготовку однієї студентської групи). Тому прогнозний показник собівартості підготовки одного студента в аспекті управлінського й економічного аналізу втрачає свою адекватність й в прикладних цілях на перше місце в нових умовах виходить показник загального отриманого доходу, який уже можна адекватно співставити із витратами на підготовку студентської групи (адже навчання студентів відбувається насамперед в рамках студентських груп).

У зв'язку з вищевикладеним, метою проведених досліджень була розробка нової наукової моделі функціонування регіонального ринку освітніх послуг з урахуванням загострення конкуренції, змін попиту та вимог щодо фінансової стійкості ВНЗ. Відповідно, ставилися такі завдання:

- 1) визначити зміни аналітичних характеристик попиту, зокрема його еластичності за ціною як одного з ключових факторів, що впливає на цінове регулювання вартості освітніх послуг з метою збільшення загальних доходів ВНЗ;
- 2) адаптувати модель ламаної кривої попиту до регіонального ринку освітніх послуг;
- 3) визначити динаміку формування загального доходу в умовах змін на регіональному ринку освітніх послуг Львівської області на основі відповідних аналітичних розрахунків;
- 4) запропонувати числові коефіцієнти щодо діагностики ефективності цінового регулювання вартості освітніх послуг з погляду доходної бази ВНЗ й доцільні межі (діапазон та крок) такого регулювання.

3. Кардинальні зміни еластичності попиту на освітні послуги ВНЗ й перехід до нелінійних залежностей

Щоб чітко проілюструвати, наскільки сильно й принципово якісно змінилися параметри попиту і, відповідно, їх вплив на доходи ВНЗ (що є стержнем і цільовою функцією прикладного аналізу) проведемо порівняння ринку освітніх послуг за останні два десятиліття. Використаємо інструментарій цінової еластичності, яка є одним із ключових параметрів при науковому дослідженні попиту в аналітичній економіці. Так-от, в 1990-ті роки, коли дозволявся вступ лише в один обраний ВНЗ, попит на платні освітні послуги мав значно меншу еластичність, а в короткостроковому періоді вступної компанії взагалі ставав абсолютно нееластичним: абітурієнт або погоджувався на ціну в даному ВНЗ або взагалі цей рік навчання в нього «випадав». Оскільки ціна була відома наперед, то для вступників, які одразу націлювалися на платну форму навчання еластичність попиту в період вступної компанії за ціною фактично була нульовою й попит графічно можна було зобразити вертикальною лінією, що відповідає лінійному зростанню загального доходу. Така ситуація на ринку дійсно була, з нею пов'язані традиційні підходи до цінового регулювання, проте в останні роки параметри попиту кардинально змінилися, що потребує відповідної нової реакції учасників ринку з метою збереження як частки ринку, так і доходної бази.

В сучасних умовах, на нашу думку, особливо для регіонів, де діють кілька ВНЗ із однаковими чи суміжними спеціальностями, доцільно врахувати різний ступінь цінової еластичності попиту при цінах вищих та нижчих за середньоринкові, для чого ми пропонуємо використати модель ламаної кривої попиту (рис. 1). Адекватність застосування даної моделі до ринку освітніх послуг після 2010 року зумовлена появою значної взаємозалежності між учасниками ринку, істотним перетоком абітурієнтів в процесі вступної компанії між різними ВНЗ насамперед обласного центру чи одного регіону. Подібне моделювання уже широко апробоване аналітичною економією з виходом на науково обґрунтовані рекомендації оптимальної поведінки фірм, що ефективно уже використовуються, зокрема в конкуренції між такими двома компаніями українського ринку як Київстар та МТС, де також відбувається активний перетік клієнтів між конкуруючими фірмами.

Модель ламаної кривої попиту передбачає, що якщо один із учасників ринку підвищує ціни, то конкуренти не будуть наслідувати таку його економічну поведінку, а утримуватимуть попередній рівень цін з метою збільшення своєї частки на ринку. Внаслідок цього вище точки перелому (попереднього рівня середньоринкових цін) крива попиту стає більш пологою, попит характеризується відносною еластичністю [9]. Навіть невелике підняття цін на цій ділянці (наприклад, з P_1 до P_2 на рис. 1, а) призводить до істотного зменшення частки на регіональному ринку освітніх послуг і зниження загального доходу (з TR_1 до TR_2 на рис. 1, б) і навпаки — цінове регулювання в сторону середньоринкової ціни P_1 за інших рівних умов забезпечує зростання загального доходу й збільшення ринкової частки. Емпіричні дослідження наборів і доходів в умовах конкуруючих освітніх послуг різних ВНЗ, між якими студенти

мають альтернативний вибір, проведене Г. Брайаном і Т. Віплом [7] виявило зростання еластичності попиту й різке зменшення кількості вступників при перевищенні ціни найближчого конкурента навіть на 7–8 %, що також повністю узгоджується із запропонованим застосуванням моделі ламаної кривої попиту, виключи ділянки з її різними характеристиками, насамперед різною еластичністю попиту.

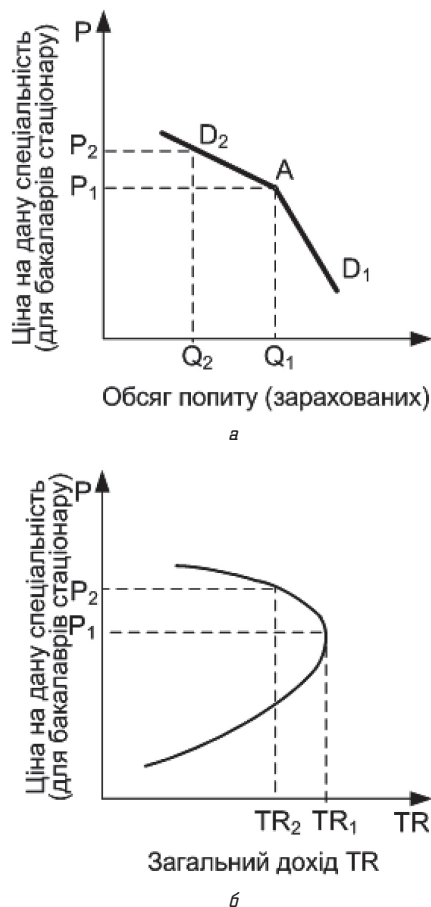


Рис. 1. Модель ламаної кривої попиту для малокомплектних спеціальностей (а) та вплив зміни ціни на виторг (б) для сучасних умов конкуренції й активного перетоку вступників між різними ВНЗ

З іншого боку, в моделі ламаної кривої попиту якщо хтось з учасників ринку починає знижувати ціни, то інші учасники теж його наслідують [9]. Щодо умов ринку платних освітніх послуг, фактичним аналогом зниження реальних цін в останні роки стала відмова низки ВНЗ від підвищення цін на темп інфляції (для вступників на стаціонарну форму навчання), що є своєрідним виявом жорсткого сегментарного заморожування цін. Важливо підкреслити, що такі дії цілком закономірно виявились не поодинокими, а учасники ринку почали їх наслідувати (і не з альтруїстичних міркувань, а з погляду саме економічних інтересів!), що повністю узгоджується із висновками моделі «ламаної» кривої попиту щодо вибору оптимальної, виграшної стратегії в умовах сучасного стану ринку. Так, один із досліджуваних ВНЗ з найвищою часткою на ринку платної форми навчання і найвищим рівнем загальних доходів від платного навчання за 4 останні роки підняв ціни для вступників на бакалаврат стаціонару лише на

300 грн. (що відповідає середньорічному підвищенню на 100 грн. в рік за 2011–2014 роки) не переходячи для цілого рядку спеціальностей психологічної межі в 7000 грн.; в той же час наше обстеження виявлено, що інший провідний ВНЗ регіону на 2014 рік встановив ціни навіть символічно дещо нижчі за ціни 2012 року (тобто, за 2012–2014 роки — повне заморожування чи навіть символічне зменшення цін для стаціонару). Основна мета таких дій — враховуючи уже нелінійний характер змін загального доходу (рис. 1, б), зберегти свою частку ринку комерційного навчання, не доступити переходу на висхідну пологу високоеластичну ділянку попиту (вище середньоринкових цін обраної для аналізу спеціальності та форми навчання, що є економічно не вигідним в умовах олігопольної конкуренції) і, відповідно, націлення на максимально можливе збереження своєї доходної бази.

Для отримання правильних, науково-обґрунтованих результатів та рекомендацій потрібно чітко визначити мету й цільову функцію фінансово-економічного аналізу ринку освітніх послуг методами аналітичної економії. Враховуючи звуження фінансування вищої освіти й подальше високе боргове навантаження економіки, що актуалізує проблему як підтримання попиту в цілому, так і попиту на освітні послуги, гостру потребу достатнього фінансового забезпечення ВНЗ [1] цільовою функцією для максимізації у фінансово-економічному аспекті потрібно обирати, на наш погляд, загальний дохід TR , отриманий ВНЗ від студентів того курсу, форми навчання та спеціальності, які обрані для дослідження. При цьому найвищий ступінь конкуренції й еластичності попиту простежується для вступників на стаціонарну форму навчання на перший рік навчання, що й може виступити першочерговим об'єктом для відповідного аналізу та управлінського регулювання.

4. Результати моделювання ринку освітніх послуг на підставі показника загального доходу та його граничних змін

Для правильного застосування й ілюстрації впливу цінового регулювання на обсяг попиту й загальний дохід використовуємо метод сценаріїв й інструментарій еластичності попиту за ціною (Ed) до конкретної ринкової ситуації (табл. 1). За початковий рівень ціни взято гіпотетичну цінову відмітку 7800 грн. при якій гіпотетичний рівень набору для малокомплектної спеціальності становить 10 студентів на платну форму навчання. Застосовано розрахунок еластичності попиту за ціною згідно формули середньої точки, на підставі якої оцінено нові величини попиту Q й загальний виторг TR . Наведені розрахунки є особливо актуальними для малокомплектних студентських груп в умовах пологої ділянки «ламаної» кривої попиту.

Описані взаємозалежності (згідно закону великих чисел) тим більш чітко проявляються, чим більше число спостережень. Тому, навіть неочікуваний результат на одній окремо взятій спеціальності в окремо взятій вступній компанії не може бути достовірною підставою для кінцевих висновків. Враховуючи відсутність великих вибірок й стохастичний характер аналізованих величин, більш надійний аналіз наслідків може проявитися за дві-три вступні компанії при аналізі змін за декількома напрямками підготовки. Це повністю узгоджується із

першочерговою рекомендацією дослідників з Арт-енд-Сайенс груп (англ. Art&Science Group) щодо трактування цінового регулювання вартості навчання як довгострокового стратегічного питання, а не лише як короткострокового інструменту для зведення витрат і доходів навчального закладу [10]. Тому, на наш погляд, наукового обґрунтовано буде говорити про формування тривалої стратегії моніторингу середньоринкових цін в розрізі спеціальностей, підвищення конкурентоздатності ВНЗ як за ціновими, так і за неціновими інструментами в їх спільному синергетичному поєднанні, коли ефективність лише одного інструменту виявляється набагато нижчою, а тому найбільш доцільною стає їх спільна взаємопосилююча дія.

Таблиця 1

Зміни попиту та загального доходу при еластичності попиту $|Ed| = 1,6$ (для підготовки бакалаврів на стаціонарній формі навчання в малокомплектних групах при ціні вищій за середньоринкову)

P Ціна, грн	Q Величина попиту	Загальний дохід TR за підготовку бакалавра (тис. грн.)	ΔTR Зміни загального доходу (тис. грн.)	% ΔTR Відносна зміна загального доходу (%)	$\Delta TR/\Delta P$ Граничний виторг за ціною
6200	14,3	355	43	13,9	27,2
6400	13,7	349	37	12,0	26,8
6600	13,0	344	32	10,1	26,4
6800	12,4	338	26	8,3	26,0
7000	11,9	332	20	6,6	25,6
7200	11,4	327	15	4,8	25,2
7400	10,9	322	10	3,2	24,9
7600	10,4	317	5	1,6	24,5
7800	10,0	312	—	—	—
8000	9,6	307	-5	-1,5	-23,5
8200	9,2	303	-9	-3,0	-23,1
8400	8,9	298	-14	-4,3	-22,6
8600	8,6	294	-18	-5,7	-22,2
8800	8,2	290	-22	-7,0	-21,8

Примітка: розроблено автором

Щоб виявити ефективність здійсненого цінового регулювання розраховано зміни загального доходу в абсолютному вимірі (ΔTR) та у відносному вимірі. Якщо навіть абсолютна зміна цільового показника не є визначальною важливою, проте вибір правильної успішної стратегії цінового регулювання й цінової диференціації (зміна цільового показника загального доходу в правильному напрямку) зміцнює конкурентну позицію ВНЗ й принесе більш вигоди в умовах піднесення ринку, зокрема в середньостроковій перспективі.

Нами запропоновано відносний показник — коефіцієнт ефективності ціноутворення, який по суті виступає як показник граничного виторгу за ціною ($MR_p = \Delta TR/\Delta P$). Наприклад, показник граничного виторгу 26,8 при ціні 6400 грн. (табл. 1) означає, що при зміні ціни до такого рівня на кожну одну гривню зменшення ціни в даному діапазоні припадає 26,8 гривень додаткового отриманого доходу! І навпаки — при заданій

еластичності попиту за умови підвищення ціни на аналізовану малокомплектну спеціальність до 8400 грн. на кожну гривню підняття ціни для бакалаврів стаціонару загальний дохід зменшується на 22,6 грн. (граничний виторг при ціні 8400 становить -22,6).

Згідно наведених розрахунків, важлива умова успішності цінового регулювання, по-перше, це застосування невеликих змін цін (до 10–15 %), які дають змогу використовувати інструментарій граничного аналізу аналітичної економії. Підтвердження цільової залежності із значним позитивним відносним показником може бути підставою для подальшої зміни цін (однак знову в межах не більше 10–15 % та з урахуванням нової середньоринкової ціни). По-друге, враховуючи низхідну гілку ламаної кривої попиту (рис. 1, а), не бажано істотно опускатися нижче середньоринкових цін.

Для адекватної оцінки отриманих результатів й порівняння між різними роками, необхідно може виявитися корекція аналізованих показників на індекс зміни загальної кількості абітурієнтів. Наприклад, загальне зменшення абітурієнтів в 2014 році на напрям «Економіка та підприємництво» яке можна оцінити за результатами реєстрації на ЗНО на рівні 13,2 % (порівняно з 2013 роком) вносить свої корективи у співставлення між вступними компаніями різних років [11, 12]; і це означає, що при інших рівних умовах дохід від набору на перший курс в 2014 році мав би зменшитися на 13,2 %. Тому навіть незмінність доходу чи попередження настільки глибокого його падіння (13,2 %) для набору 2014 року буде уже вказувати на ефективність здійсненого цінового регулювання.

5. Висновки

В умовах недостатнього фінансування, суттєвого загострення конкуренції між ВНЗ й малокомплектності студентських груп ключовим показником фінансового забезпечення ВНЗ стає загальний дохід. Цей показник в нових умовах конкуренції (після 2010 року) й значних недоборів уже втрачає прямолінійну залежність від цінового фактору. При цьому спостерігається посилення домінуючого вирашного тренду середньоринкової ціни в розрізі кожної напряму підготовки на регіональному ринку освітніх послуг.

Заморожування або ж покрокова поступова корекція та регулювання цін в напрямку середньоринкових на освітні послуги (насамперед на стаціонарну форму навчання), мають бути покликані збільшити загальні доходи ВНЗ; з цією метою науково рекомендована поступова корекція (зміна) цін в межах граничного аналізу аналітичної економії, що базується на малих змінах (наприклад, не більше 10–15 % з можливим застосуванням психологічно привабливих цін 6900 грн., 7900 грн. тощо), проте не нижче середньоринкової ціни для аналізованого напряму підготовки в регіоні.

Отримані наслідки за кілька років доцільно вимірювати поєднанням абсолютних та відносних показників. По-перше, це абсолютні зміни результуючого показника загального доходу від набору на певну спеціальність, на певний курс і певну форму навчання (стаціонар/заочне); по-друге, це відносний показник ефективності цінового регулювання, який відповідно до обраної цільової функції запропоновано розраховувати як граничний дохід за ціною. Запропоновані показники мають бути

скориговані на зміни загальної кількості абітурієнтів в даній вступній компанії, порівняно з попередньою, для проведення адекватних порівнянь між різними роками.

Першочерговою увагою з погляду корекції та регулювання заслуговують найбільш висококонкурентні сегменти ринку освітніх послуг, де спостерігається найвищий рівень конкуренції й перетоку абітурієнтів, а саме вступ на підготовку бакалаврів на стаціонарній формі навчання, вступ місцевих заочників з міста базування ВНЗ. Доцільно також глибше вивчити фактори перетоку абітурієнтів в інші ВНЗ саме на платну форму навчання з метою здійснення впливу на них. Відповідно, полем для подальших досліджень можуть виступити уже вузькоспеціалізовані маркетингові дослідження характеристик попиту та середньоринкових цін в розрізі кожного окремого напрямку підготовки.

Література

1. Костюкова, О. В. Фінансове забезпечення діяльності державних та приватних вищих навчальних закладів України [Текст] / О. В. Костюкова, Т. І. Петрук // Економічний вісник Донбасу. — 2012. — № 1(27). — С. 113–115.
2. Салогубова, В. М. Роль комплексу маркетингового впливу у формуванні конкурентоспроможності ВНЗ [Електронний ресурс] / В. М. Салогубова, Є. А. Івченко // Матеріали XIX науково-практичної конференції «Університет і регіон» з проблем сучасної освіти, 31 жовтня — 1 листопада 2013 року. — Луганськ: СНУ ім. В. Даля, 2013. — Режим доступу: \www/URL: <http://dspace.snu.edu.ua:8080/jspui/bitstream/123456789/3414/1/24.pdf>.
3. Кучеренко, С. Ю. Плата за надання освітніх послуг як одне з джерел фінансування державного вищого навчального закладу [Електронний ресурс] / С. Ю. Кучеренко, Ю. В. Рибченко // Матеріали конференції «Наука і інформаційного века-2014». — Режим доступу: \www/URL: http://www.rusnauka.com/8_NMIW_2014/Economics/3_161775.doc.htm.
4. DeLeeuw, J. Unemployment Rate and Tuition as Enrollment Predictors [Electronic resource] / J. DeLeeuw. — Monroe, 2012. — 13 p. — Available at: \www/URL: <http://www.monroecc.edu/institutionalresearch/analyses.htm>.
5. Chen, R. Financial Aid and Student Dropout in Higher Education: A Heterogeneous Research Approach [Text] / R. Chen // Higher Education. Handbook of Theory and Research. — Springer Science + Business Media, 2008. — Vol. XXIII. — P. 209–239. doi:10.1007/978-1-4020-6959-8_7.
6. Analysis of Tuition Pricing Strategies [Electronic resource]. — Hannover research, 2013. — 23 p. — Available at: \www/URL:

<http://www.hanoverresearch.com/insights/analysis-of-tuition-pricing-strategies/?i=higher-education>. — 22.06.2014.

7. Bryan, G. A. Tuition Elasticity of the Demand for Higher Education among Current Students: A Pricing Model [Text] / G. A. Bryan, T. W. Whipple // The Journal of Higher Education. — 1995. — Vol. 66, № 5. — P. 560–574. doi:10.2307/2943936.
8. Brown, C. C. Determinants of student demand at Florida Southern College [Electronic resource] / C. C. Brown, A. McClary, J. Bellinger // Journal of Case Research in Business and Economics. — July 2012. — Vol. 5. — Available at: \www/URL: www.aabri.com/manuscripts/11861.pdf.
9. Панчишин, С. Аналітична економія [Текст] / за ред. С. Панчишина, П. Островерха. — Кн. 2. — К.: Знання, 2010. — 437 с.
10. Strategies to Avoid Costly Tuition Pricing Mistakes [Electronic resource] / Market Intelligence Brief. — 2008. — Vol. 1, Is. 1. — Available at: \www/URL: www.artsci.com/market/MIB%20Pricing.pdf.
11. Офіційний звіт про проведення ЗНО у 2013 р. [Текст] / Український центр оцінювання якості освіти. — Київ, 2013. — 480 с.
12. Розподіл абітурієнтів ЗНО-2014 за регіонами станом на 29.03.2014 р. [Електронний ресурс]. — Львів, 2014. — 8 с. — Режим доступу: \www/URL: http://www.lvtest.org.ua/files/doc_site/RegRegions.pdf.

МОДЕЛИРОВАНИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ АНАЛИТИЧЕСКОЙ ЭКОНОМИКИ

Предложены новые подходы к формированию стоимости образовательных услуг с целью удержания доли рынка и доходной базы ВУЗа, обеспечения их финансовой устойчивости. Адаптировано ломаную кривую спроса до современного состояния региональных рынков образовательных услуг в Украине, предложено коэффициент эффективности ценового регулирования стоимости образовательных услуг на основании изменений общей выручки.

Ключевые слова: высшее образование, ломаная кривая спроса, эластичность спроса, общая выручка.

Сухий Олег Орестович, кандидат економічних наук, доцент, кафедра економічної теорії, Львівська комерційна академія, Україна, e-mail: osukhy@ukr.net.

Сухий Олег Орестович, кандидат економічних наук, доцент, кафедра економічної теорії, Львівська комерційна академія, Україна.

Sukhyi Oleh, Lviv Academy of Commerce, Ukraine, e-mail: osukhy@ukr.net

УДК 336:330.322

Давиденко Н. М.

ДОСЛІДЖЕННЯ ПОТЕНЦІАЛУ ПАЙОВИХ СЕРТИФІКАТІВ В АГРАРНОМУ СЕКТОРІ

В статті визначені основні національні риси підприємств аграрного сектору та сформовані стратегічні завдання аграрного сектору економіки України, яких можливо досягти через залучення в інвестиційний оборот коштів приватних інвесторів. Доведено, що перспективним джерелом залучення фінансових ресурсів є пайові сертифікати. Запропоновано включати пайові сертифікати в лістинг локально-регіональних ринків цінних паперів.

Ключові слова: фінансовий ринок, фінансові ресурси, цінні папери, пайові сертифікати, фермерське господарство.

1. Вступ

Побудова інноваційної моделі сучасної економіки держави вимагає активізації інвестиційних процесів

в усіх галузях народного господарства, зосередження уваги на аналізі всіх можливостей мобілізації наявних та потенційних джерел фінансових ресурсів і створення умов для їх ефективного використан-