

DOI: [10.32702/2307-2105-2021.10.11](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2021.10.11)

УДК: 338.51

I. М. Труніна,

*д. е. н., професор, завідувач кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
ORCID ID: 0000-0002-7416-1830*

К. А. Пряхіна,

*к. е. н., доцент, доцент кафедри бізнес адміністрування, маркетингу і туризму,
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
ORCID ID: 0000-0002-5747-9492*

М. С. Андрієнко,

*здобувач другого (магістерського рівня),
Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського
ORCID ID: 000-0002-5632-5758*

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ

I. Trunina

*Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Business Administration,
Marketing and Tourism, Kremenchuk Mykhailo Ostrogradskyi National University*

K. Pryakhina

*PhD in Economics, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Business
administration, marketing and tourism,
Kremenchuk Mykhailo Ostrogradskyi National University*

M. Andrienko

*applicant of the second (master's level)
Kremenchuk Mykhailo Ostrogradskyi National University*

PRICING IN THE HIGHER EDUCATION MARKET OF UKRAINE

У статті розглянуто особливості формування ціни на послуги у сфері вищої освіти. Дана галузь є специфічною, оскільки державні заклади вищої освіти є неприбутковими організаціями. Для розрахунку вартості найчастіше використовуються прості методи, що мають ряд недоліків. Ефективне планування ціни на освітню послугу повинне починатись, перш за все, за підтримки державної політики, такий шлях подолання недоліків підтверджений закордонним досвідом. Система вищої освіти України зазнає постійних реформ, у тому числі й вартість освітніх послуг. Так, в останні роки актуальності набуває індикативна вартість, що забезпечує більш прозоре конкурентне середовище на ринку освітніх послуг та змінює структуру попиту та пропозиції. Проте дана тенденція не є позитивною для усіх сторін (для закладу вищої освіти та для вступника), оскільки вартість на освітні послуги щорічно зростає.

The article considers the peculiarities of price formation for services in the field of higher education. This industry is specific because public higher education institutions are non-profit organizations which use simple methods to calculate the cost. But this methods have a number of disadvantages. The components of the cost of educational services are: labor costs of employees; accrual of wages in accordance with the law; direct costs and payment for services of other organizations; capital expenditures; indexation of wages, other expenses in accordance with current legislation.

Effective price planning for educational services should begin, first of all, with the support of state policy, this way of overcoming shortcomings is confirmed by foreign experience. The experience of other countries shows that the effective functioning of higher education is achieved through public policy aimed at supporting and developing higher education and effective management of financial resources at the level of higher education institutions.

Ukrainian higher education system is undergoing ongoing reforms, including the cost of educational services. Thus, in recent years has become indicative value relevant, which provides a more transparent competitive environment in the market of educational services and changes the structure of supply and demand. The resolution stipulates that the indicative cost is calculated based on the actual budget expenditures for the training of one applicant for higher education in the state form of education.

However, this trend is not positive for all parties (for higher education institutions and for entrants), as the cost of educational services is growing every year. Therefore, one of the priority areas of reforming the national education system in Ukraine should be reforming its economic foundations, aimed at optimizing the use of such funds and creating transparent financial and economic mechanisms for targeted accumulation and targeted use of funds needed to fully realize the constitutional rights of citizens to education.

Ключові слова: маркетинг; ціноутворення; вища освіта; індикативна вартість; освітні послуги.

Keywords: marketing; pricing; higher education; indicative cost; educational services.

Постановка проблеми. Проблеми ціноутворення на освітні послуги постійно загострюються у зв'язку з динамічним розвитком і реформуванням системи вищої освіти. Також, важливо враховувати нематеріальність освітніх послуг, що зумовлює проблематику оцінки їх якості, складність порівняння аналогічних послуг та ін. Тому на сьогоднішній день актуальною є проблема визначення ціни на освітні послуги. Сфера вищої освіти постійно зазнає реформування, у тому числі у питанні вартості, проте досі залишається відкритою проблема результативного ціноутворення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Маркетинг у сфері освітніх послуг досліджували Кратт О.А., Лукашук О., Ласковец С., Нетесова А.; особливості ціноутворення на освітні послуги розглядали Затонацька Т., Сланов В., Шакуров А., Кукурудза І., Ромашенко К.; перспективи фінансування сфери вищої освіти та закордонний досвід вивчали Красільник О., Алішер Ш., Коверник Н., Скрипник А., Костенко І.

Виклад основного матеріалу. Ринок освітніх послуг є специфічним, що ускладнює маркетингові відносини. До основних суб'єктів маркетингової діяльності відносять освітні установи, споживачів освітніх послуг посередники в структурі системи освіти та зовнішні посередники, що забезпечують реалізацію освітніх процесів (органи управління освітою усіх рівнів, органи реєстрації, ліцензування й акредитації освітніх установ, служби зайнятості, біржі праці, рейтингові агентства, кредитно-фінансові установи, що зацікавлені у кредитуванні освітньої діяльності тощо), громадські організації та структури, які просувають освітні послуги на ринку. Щодо функцій маркетингу у просторі освітнього процесу, то такими є:

- дослідження і прогнозування кон'юнктури ринку;
- виявлення перспективних освітніх послуг;
- визначення оптимальних значень обсягу, якості, асортименту і сервісу, що надається;
- ціноутворення;
- комунікаційна діяльність;
- просування і продаж освітніх послуг, а також їх супровід у процесі споживання.

Ефективність просування освітніх послуг має відповідати наступним принципам:

1. Зосередження ресурсів установи на наданні таких освітніх послуг, які необхідні споживачам в обраних установою сегментах ринку.

2. Розуміння якості освітніх послуг як критерій задоволення потреби в них.
3. Широкий погляд на потреби ринку припускає, що кінцевому споживачу потрібен не диплом і навіть не сума знань, а зростання вартості його людського капіталу, як для роботодавців та суспільства, так і для самого споживача освітніх послуг.
4. Орієнтація на скорочення сукупних витрат і облік їх у ціноутворенні.
5. Активне застосування методів формування споживчого попиту на освітніх послуг проти класичних методів реагування на зміну попиту і його прогнозування.
6. Орієнтація на довгострокову перспективу взаємодії з партнерами.
7. Інтерактивна система збору й обробки інформації про кон'юнктуру ринку і його реакції, що спирається на ефективне багатofакторне моделювання ринкових перспектив.
8. Комплексність, інтеграція освітніх процесів, а також способів та інструментів їх здійснення.
9. Оптимальне сполучення централізованих і децентралізованих методів керування, залежно від потреб конкретного клієнта.

10. Ситуаційне керування процесами [1, с. 187].

Розглянемо детальніше цінове утворення на рику вищої освіти. Складовими вартості витрат на надання освітньої послуги є:

- витрати на оплату праці працівників;
- нарахування на оплату праці відповідно до законодавства;
- безпосередні витрати та оплата послуг інших організацій;
- капітальні витрати;
- індексація заробітної плати, інші витрати відповідно до чинного законодавства.

Оскільки державні заклади вищої освіти є неприбутковими установами, то у вартість навчання не закладається сума прибутку. Фактично освітня послуга реалізується за собівартістю на рівні попереднього календарного року, і у разі зміни економічної ситуації в країні ЗВО не буде можливості покривати фактичні видатки на надання освітньої послуги.

Також слід урахувати, що велика частка витрат при обрахунку освітньої послуги припадає на заробітну плату з нарахуваннями, розмір якої визначається штатом науково-педагогічних працівників і законодавчими актами про розмір заробітної плати працівників освітньої галузі. При обрахунку вартості навчання у державному ЗВО доцільно враховувати:

- покриття планових витрат при підготовці фахівця певної спеціальності;
- відповідність вартості освітньої послуги ринковому попиту та пропозиції;
- можливість своєчасного реагування на макро-економічні процеси, які відбуваються в державі.

На сьогодні в Україні ще не досягнуто європейського рівня якості та доступності освіти. Обмежене фінансування освіти і науки з державного та місцевих бюджетів призвело до погіршення стану матеріально-технічної бази навчальних закладів та їх соціальної інфраструктури, що гальмує впровадження сучасних інноваційних технологій і засобів навчання [2, с. 38].

Управлінське рішення в освіті має ґрунтуватися на новітніх методологічних розробках як українських, так і закордонних науковців, а також унікальних особливостях освітніх систем кожної країни.

Слід зазначити, що на сьогодні більшість ЗВО в Україні для розрахунку вартості освітніх послуг використовують стандартні методи ціноутворення: витратний, орієнтований на споживача, орієнтований на корисність продукту (послуг, що надається), орієнтація на конкурентів. Найпростішим методом ціноутворення на ринку освітніх послуг є витратний, який базується на розрахунку собівартості освітньої послуги, збільшену на заплановану норму прибутку. Стратегія ціноутворення на освітні послуги залежить від чинників:

- платоспроможний попит;
- підвищення цін на освітні послуги;
- зростання чи зниження інвестицій у науку та техніку;
- зміни валютного курсу;
- рівень конкуренції на ринку послуг;
- регулювання законодавством;
- демографія та рівень безробіття [3, с. 58].

Пріоритетним напрямком у стратегічному плануванні цін у сфері вищої освіти є досягнення показника відповідності ціни та якості. Задля цього у маркетинговій програмі розвитку ЗВО мають бути узгоджені цінова політика, політика якості, набір послуг та методи стимулювання. При цьому зміна параметрів будь-якого з цих елементів потребує перегляду цінової політики, тому необхідно враховувати весь маркетинговий комплекс. Таким чином, етапи та методи утворення цін на освітні послуги мають наступний вигляд (рис. 1).

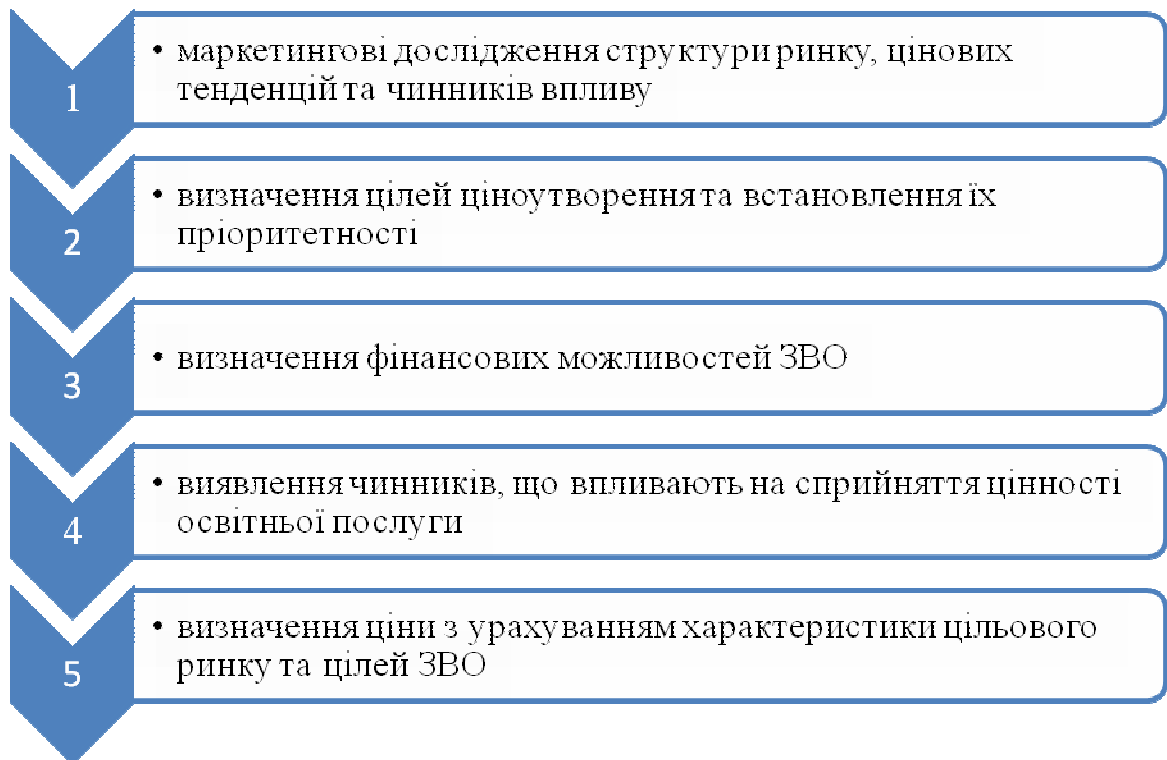


Рисунок 1. Етапи та методи утворення цін на освітні послуги

Джерело: складено на основі [4, с. 29–35]

Таким чином, при встановленні ціни на свої послуги, ЗВО має досягти балансу між низкими показниками, які не забезпечують прибуток та високими показниками, що не забезпечують попит.

Слід зазначити, що вищенаведені етапи супроводжуються такими кроками:

- формулювання цілей ціноутворення, аналіз місткості ринку, розрахунок собівартості освітніх послуг;
- визначення витратної ціни освітніх послуг, за яку навчальний заклад може продати освітні послуги;
- аналіз цін на аналогічні освітні послуги закладів-конкурентів, співставлення цін;
- корегування ціни, адаптація ціни до реальних умов. На останньому етапі може сформуватись система знижок та націнок [5, с. 51].

Досвід інших країн свідчить, що ефективне функціонування вищої освіти досягається за рахунок державної політики, спрямованої на підтримку і розвиток вищої освіти та ефективного управління фінансовими ресурсами на рівні вищих навчальних закладів.

Велика увага приділяється фінансовому плануванню видатків на освіту, об'єктом якого переважно виступають фінансова діяльність суб'єкта бюджетної установи та відповідне коло фінансових операцій. Фінансове планування здійснюється з метою обґрунтування ефективності управлінських рішень з урахуванням їх забезпеченості джерелами фінансування, оптимізації затрат і позитивних економічних результатів. Планування видатків здійснюється згідно з принципами об'єктивної потреби, комплексності, науковості, достатності, ефективності та контролю за використанням отриманих бюджетних та позабюджетних ресурсів [6, с. 115].

Європейська модель фінансування освіти базується на видатках із державного бюджету та контролюється урядом (Франція та Німеччина). Видатки навчальних закладів покриваються за рахунок державних стипендій, вартості навчання та комерційних надходжень [7, с. 42].

На сьогоднішній день в Україні джерелами формування кошторису є як бюджетні кошти, так і кошти, отримані з інших джерел (від надання закладом додаткових освітніх послуг, прибутки від реалізації навчально-виробничої продукції, від здачі приміщень в оренду, кредити банківських установ, добровільні внески тощо). При цьому співвідношення між бюджетними та позабюджетними фінансовими ресурсами змінюється залежно від наявності бюджетних ресурсів та адекватної державної політики у сфері освіти, темпів економічного розвитку, форми власності навчального закладу, співвідношення між державним та недержавним секторами економіки тощо [8, с. 179].

Вибір закладу освіти потенційним абітурієнтом зумовлений багатьма факторами – місце розташування, форма власності, бренд, а також вартість освітніх послуг, конкурс на одне ліцензійне місце, обмеження щодо бюджетних місць, витрати на рекламу [9]. Саме ціна на освітні послуги є важливим фактором при ухваленні споживчих рішень на ринку освітніх послуг.

Слід зазначити, що українська система вищої освіти постійно зазнає реформування. Так, відповідно до Закону України «Про Державний бюджет України на 2020 рік» [10], розроблено порядок мінімального розміру плати за навчання для здобуття вищої освіти у закладах вищої та фахової передвищої освіти, наукових

установах тощо. Регулювання вартості навчання стосується найбільш затребуваних популярних спеціальностей (спеціалізацій), для яких встановлюються граничні (мінімальні) ціни на платні послуги з підготовки фахівців за рівнями вищої освіти. Постанова передбачає, що індикативна собівартість розраховується, виходячи з фактичних бюджетних витрат на підготовку одного здобувача вищої освіти державної форми навчання. Застосування положень зазначеної вище постанови покликане забезпечити отримання закладом обґрунтованих надходжень від надання платної послуги, які будуть покривати необхідні видатки на якісну підготовку фахівця.

Впровадження такої норми формування вартості платної освітньої послуги державних закладів вищої освіти забезпечить справедливе конкурентне середовище на ринку освітніх послуг, змінить структуру попиту та пропозиції як у державних, так і приватних закладах.

За даними Міністерства освіти і науки [11], мінімальна вартість навчання (індикативна собівартість) враховує доходи людей і не може бути вищою за три середні зарплати у області. Це поширилось на 38 найбільш популярних спеціальностей у державних університетах і приватних, які будуть отримувати державне фінансування.

Індикативна собівартість навчання на контракті у 2020 році коливалась між шести та 39 тис. грн. Проте дана тенденція не є позитивною для вступників, оскільки вартість навчання щорічно зростає. Так, у 2020 р. мінімальний розмір плати за рік навчання за контрактом становив 60% величини індикативної собівартості, у 2021 р. цей показник склав 70%.

Висновки. Тож, одним із пріоритетних напрямів реформування національної системи освіти в Україні має бути реформування її економічних засад, спрямоване на оптимізацію використання таких коштів та створення прозорих фінансово-економічних механізмів цільового накопичення та адресного використання коштів, необхідних для реалізації в повному обсязі конституційних прав громадян на освіту. Процедура формування цін на освітні послуги включає: маркетингові дослідження структури ринку, цінових тенденцій та чинників впливу, визначення цілей ціноутворення та встановлення їх пріоритетності, визначення фінансових можливостей ЗВО, виявлення чинників, що впливають на сприйняття цінності освітньої послуги, визначення ціни з урахуванням характеристики цільового ринку та цілей ЗВО. Проте наразі варто враховувати важливий чинник ціноутворення – «індикативна собівартість», яка розраховується, виходячи з фактичних бюджетних витрат на підготовку одного здобувача вищої освіти державної форми навчання.

Список літератури.

1. Лукашук О. С. Особливості маркетингової діяльності у сфері освітніх послуг. *Вісник ХНПУ імені Г. С. Сковороди «Філософія»*. № 40 (1). 2013. С. 182-192.
2. Затонацька Т. Зарубіжний досвід фінансування розвитку освіти: перспективи застосування в Україні. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. Серія: Економіка, № 139. 2012. С. 36-39.
3. Сланов В.П., Шакуров А.А. Методологические основы ценообразования на рынке образовательных услуг при маркетинговом подходе к управлению. *Экономика и управление*. № 5. 2018. С. 56-61.
4. Ласковец С. В., Нетесова А. В. Роль вузов в трудоустройстве выпускников: маркетинговые исследования. *Проблемы теории и практики управления*. № 11. 2010. С. 28-35.
5. Кукурудза І.І., Ромащенко К.М. Ринок освітніх послуг у трансформаційній економіці: Монографія. Черкаси: ЧНУ ім. Б. Хмельницького, 2013. 156 с.
6. Красільник О.В. Проблеми та перспективи фінансування вищих навчальних закладів України. *Вісник Київського національного університету ім. Тараса Шевченка*. Серія: Економіка. №. 2 (167). 2015. С. 110-117.
7. Алішер Ш. Б. Зарубіжний досвід фінансування системи вищої освіти. *Економіка і бізнес: теорія і практика*. №. 5 (1). 2019. с. 41-43.
8. Коверник Н. В. Оптимальні шляхи фінансового забезпечення освіти в Україні. *Економічний вісник університету. Збірник наукових праць учених та аспірантів*. № 27 (1). 2015. С. 178-183.
9. Скрипник А. В., Костенко І. С. Економетричний аналіз попиту та пропозиції освітніх послуг за спеціальністю 051 «Економіка». *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 279-288.
10. Деякі питання запровадження індикативної собівартості: постанова Кабінету Міністрів України від 03 бер. 2020 р. № 191: веб-сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/npas/deyaki-pitannya-zaprovom030320-adzhennuyaindikativnoyi-sobivartosti> (дата звернення 03.10.2021).
11. Міністерство освіти і науки України. веб-сайт. URL: <https://mon.gov.ua/ua> (дата звернення 03.10.2021).
12. Труніна І. М. Забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів підприємницької діяльності: Монографія. Харків: Видавництво «Точка», 2013.

References.

1. Lukaschuk, O. S. (2013), "Features of marketing activities in the field of educational services", *Visnyk KhNPU imeni H. S. Skovorody «Filosofia»*, vol. 40, pp. 182-192.
2. Zatonats'ka, T. (2012), "Foreign experience in financing the development of education: prospects for application in Ukraine", *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu im. Tarasa Shevchenka. Serii: Ekonomika*, vol. 139, pp. 36-39.
3. Slanov, V.P. and Shakurov, A.A. (2018), "Methodological bases of pricing in the market of educational services at the marketing approach to management", *Ekonomyka y upravlenye*, vol. 5, pp. 56-61.

4. Laskovets, S. V. and Netesova, A. V. (2010), "The role of universities in the employment of graduates: marketing research", *Problemy teoryy y praktyky upravleniya*, vol. 11, pp. 28–35.
5. Kukurudza, I.I. and Romaschenko, K.M. (2013), *Rynok osvitynih posluh u transformatsijnij ekonomitsi* [The market of educational services in a transformational economy], Cherkasy: ChNU im. B. Khmel'nyts'koho, Ukraine.
6. Krasil'nyk, O.V. (2015), "Problems and prospects of financing higher educational institutions of Ukraine", *Visnyk Kyivs'koho natsional'noho universytetu im. Tarasa Shevchenka*, vol. 2, pp. 110-117.
7. Alisher, Sh. B. (2019), "Foreign experience in financing the higher education system", *Ekonomika i biznes: teoriia i praktyka*, vol. 5, pp. 41-43.
8. Kovrnyk, N. V. (2015), "Optimal ways of financial support of education in Ukraine" , *Ekonomichnyj visnyk universytetu. Zbirnyk naukovykh prats' uchenykh ta aspirantiv*, vol. 27, pp. 178-183.
9. Skrypnyk, A. V. and Kostenko, I. S. (2020), "Econometric analysis of demand and supply of educational services in the specialty 051 «Economics»", *Biznes Inform*, vol. 4, pp. 279–288.
10. Cabinet of Ministers of Ukraine (2020), Resolution "Some issues of introducing indicative cost", available at: <https://www.kmu.gov.ua/npas/deyaki-pitannya-zaprovadzhennyaindikativnoyi-sobivartosti> (Accessed 3 October 2021).
11. Ministry of Education and Science of Ukraine (2021), available at: <https://mon.gov.ua/ua> (Accessed 3 October 2021).
12. Trunina, I.M. (2013), *Zabezpechennia konkurentospromozhnosti subiektiv pidpriemnyts'koi diial'nosti* [Ensuring the competitiveness of business entities], Tochka Publishing House, Kharkiv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 20.10.2021 р.