

УДК 338.534

*Ганнич Марина Миколаївна**

ОБГРУНТУВАННЯ ЕФЕКТИВНОЇ ЦІНОВОЇ ПОЛІТИКИ НА ОСВІТНІ ПОСЛУГИ

Анотація. Узагальнено основні підходи до формування цінової політики на освітні послуги, проаналізовано рівень цін на аналогічну освітню послугу в університетах-конкурентах. За допомогою регресійного аналізу визначено вплив ціни на кількість абітурієнтів та величину надходжень від платних освітніх послуг. Запропоновано використовувати комбінований метод ціноутворення на освітні послуги.

Ключові слова: цінова політика, вартість освітніх послуг, методи ціноутворення.

Вступ. Щороку кількість вищих навчальних закладів зменшується з одночасним скороченням кількості абітурієнтів у зв'язку зі складною демографічною ситуацією та реформуванням освіти, що в свою чергу змушує вищі навчальні заклади боротися за абітурієнтів. До недавнього часу головними факторами вибору вищого навчального закладу були додаткові можливості, якість освіти та можливість працевлаштуватися по закінченню навчання. Проте, в зв'язку з політичною та фінансовою ситуацією в Україні, яка мала значний вплив на купівельну спроможність населення, зокрема на споживачів освітніх послуг, додається і стає домінуючим ціновий критерій у виборі вищого навчального закладу. В результаті чого постала необхідність ведення вузами обгрунтованої та ефективної цінової політики.

Питання ціноутворення на ринку освітніх послуг досліджували як українські, так і зарубіжні вчені, такі як Базилевич В.Д., Оболенська Т.Є., Огаренко В.М., Панкрухін О.П., Федосов В.М. та ін. У своїх працях науковці розглядають різні методичні підходи до визначення вартості освітніх послуг, акцентуючи увагу на активізації застосування ринкових методів ціноутворення та вдосконаленні витратних. Проте, незважаючи на значну кількість наукових праць, нині серед дослідників не існує єдиного підходу щодо визначення оптимального рівня ціни освітньої послуги, багато аспектів цієї проблеми залишаються дискусійними або взагалі не вирішеними. Тому обгрунтування ефективної цінової політики на освітні послуги з урахуванням економічної та демографічної ситуації в Україні є актуальною проблемою для вітчизняних науковців та практиків.

Постановка задачі. Метою дослідження є аналіз існуючих підходів до визначення вартості освітніх послуг вищими навчальними закладами України та обгрунтування ефективної цінової політики вузу на прикладі ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана».

* **Марина Миколаївна Ганнич** – магістрант кафедри стратегії підприємств «ДВНЗ «Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана», marina.gannych@gmail.com

Дослідження виконувалось із застосуванням таких методів: порівняльний аналіз цін вузів-конкурентів, аналіз попиту на освітні послуги, регресійний аналіз залежності кількості вступників від рівня ціни на освітні послуги та рівня доходів населення.

Результати. Ринку освітніх послуг економічного напрямку міста Києва притаманні риси олігополістичної ринкової структури, що характеризується відносно невеликим числом вищих навчальних закладів, які надають освітні послуги в галузі економіки. Більша частина продажів здійснюється кількома великими вузами, такими як ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», КНУ ім. Т. Шевченка, КНТЕУ, НТУУ КПІ та НаУКМА. Кожен з цих вузів має значні розміри і суттєву частку ринку, що пояснює наявність конкуренції, а це в свою чергу змушує навчальні заклади шукати ефективні підходи до формування конкурентних переваг, традиційним серед яких є цінова політика.

Механізм ціноутворення у сфері послуг відбувається за схожою схемою до ціноутворення у будь-якій іншій сфері торгівлі [1]. Початковим та ключовим етапом у формуванні цінової політики університету є вибір методу ціноутворення. В цілому виділяють дві групи методів визначення вартості освітніх послуг: витратні та ринкові. Дослідники акцентують увагу на використанні вищими навчальними закладами саме витратних методів ціноутворення [2].

Розрахунок ціни на платні освітні послуги здійснюється на базі економічно обґрунтованих витрат, пов'язаних з її наданням, а саме: витрати на оплату праці, матеріальні витрати, амортизація основних фондів, які використовуються в процесі надання послуг, проведення поточного ремонту та інші. Крім зазначених витрат, до ціни послуги включаються обов'язкові податки та відрахування. Калькуляційною одиницею при цьому є вартість отримання відповідної платної освітньої послуги однією фізичною особою за весь період її надання у повному обсязі [3].

Згідно чинного законодавства України вищий навчальний заклад має право змінювати плату за навчання у порядку, передбаченому договором, не частіше одного разу на рік і не більш як на офіційно визначений рівень інфляції за попередній календарний рік [4].

Відповідно до вище зазначених вимог збільшення вартості освітніх послуг ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» в 2015/2016 н. р., порівняно з попереднім 2014/2015 н. р. відбулося диференційовано в межах затверджених ректоратом відсотків, які не перевищують встановленого індексу інфляції за попередній 2014 рік (124,9%). В результаті річна вартість контракту за спеціальністю «Економіка підприємства» для бакалаврів становить 16600,00 грн на денній формі навчання та 7450,00 грн на заочній. З огляду на встановлену вартість, збільшення ціни в поточному році порівняно з попереднім складає 15% та 24,5%. Для магістрів вартість навчання на денній формі становить 17600,00 грн та на заочній — 9700,00 грн (відсоток до збільшення складає 15%). Варто зазначити, що підвищення ціни за освітньо-кваліфікаційним рівнем «магістр» на денній формі зумовлене виключно збільшенням терміну навчання з 1 року до 1 року 6 місяців.

Проте, існуючий підхід до визначення вартості освітньої послуги є недостатньо ефективним через неврахування попиту та ігнорування політики конкурентів. Оскільки вартість освітньої послуги має бути достатньо гнучкою та корегуватися залежно від зміни кон'юнктури ринку.

Ефективна цінова політика вузу має базуватися на розробці адаптивного механізму ціноутворення, шляхом комплексного поєднання методів визначення вартості, зокрема, витратних та ринкових, орієнтованих як на споживачів, так і на конкурентів, залежно від популярності, престижності, профільності ВНЗ і ряду інших факторів, базуючись на так званому «магічному трикутнику» цінової політики. Зміст «трикутника» полягає в тому, що при встановленні цін університет має усвідомлювати тісний зв'язок зі споживачами й конкурентами і, спираючись на ці чинники, вибудовувати власні цінові рішення. Інакше кажучи, для успішного функціонування в конкурентному середовищі треба добре знати всі сторони стратегічного трикутника і можливі взаємозв'язки між ними.

Сьогодні в теорії і практиці ціноутворення склалися два принципово різних методологічних підходи до встановлення цін на освітні послуги [5, с. 220—226; 6, с. 86—99].

Перший підхід полягає у формуванні на першому етапі ціни, що забезпечує окупність усіх витрат і отримання достатнього рівня грошових надходжень та її корегування на подальших етапах з урахуванням інформації про рівень цін, що склався на ринку. Рекомендовані межі цін для вузу можуть бути визначені на основі ринкових методів, орієнтованих на конкурентів, зокрема, використовуючи метод поточних ринкових цін, наслідування цін вузу-лідера та середнього рівня цін на ринку.

Відповідні межі цін для ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» за спеціальністю «Економіка підприємства» були визначені з урахуванням інформації про ціни на аналогічні освітні послуги найближчих конкурентів вузу та наведені в табл. 1.

Таблиця 1

**ЦІНОВІ МЕЖІ ТА ПРОГНОЗ ПРИРОСТУ ВИРУЧКИ НА ОДНОГО АБИТУРІЄНТА
В ДВНЗ «КНЕУ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА» ЗА СПЕЦІАЛЬНІСТЮ
«ЕКОНОМІКА ПІДПРИЄМСТВА»**

№	Показник	Приріст виручки на рік			
		Бакалавр		Магістр	
		Денна форма	Заочна форма	Денна форма	Заочна форма
1	Верхня цінова межа, грн	23000,00	16000,00	23000,00	16000,00
	Приріст виручки, в т. ч.				
1.1	у гривнях	6400,00	8550,00	5400,00	6300,00
1.2	у відсотках	27,83	53,44	23,48	39,38

Закінчення табл. 1

№	Показник	Приріст виручкина рік			
		Бакалавр		Магістр	
		Денна форма	Заочна форма	Денна форма	Заочна форма
2	Середня ціна на навчання, грн	18362,00	10728,13	20094,00	11452,50
	Приріст виручки, в т. ч.				
2.1	у гривнях	1762,00	3278,13	2494,00	1752,50
2.2	у відсотках	9,59	30,56	12,41	15,30

Враховуючи визначений ціновий діапазон, університет має значний потенціал для маневрування ціною на освітні послуги за аналізованою спеціальністю. Зокрема, значний приріст виручки спостерігається за умови підвищення вартості навчання до середнього рівня цін на ринку. Підвищення вартості до максимального серед конкурентів рівня забезпечить ще більший приріст виручки.

Другий підхід — метод зворотного ціноутворення, заснований на абсолютно протилежній логіці, яка припускає визначення на першому етапі ринкової ціни з подальшим корегуванням постійних і змінних витрат університету для забезпечення достатнього обсягу грошових надходжень від реалізації послуг. Така орієнтація стимулює противитратну діяльність навчального закладу та відноситься до безперечних переваг даного методу, вигідно відрізняючи його від витратного.

Проте, не дивлячись на такі явні переваги методу зворотного ціноутворення, в даний час відсутній чіткий алгоритм його застосування з метою встановлення вартості навчання у ВНЗ. Внаслідок чого сьогодні навчальні заклади не мають в своєму розпорядженні дієвого механізму, що дозволяє об'єктивно оцінити прийнятний для себе рівень цін на освітні послуги, виходячи з рівня ринкових цін і тих або інших цільових установок (отримання достатньо високого рівня надходжень від реалізації послуг (цільовий прибуток); забезпечення повного покриття (або різного рівня покриття) постійних витрат і т. п.).

Встановлюючи вартість освітніх послуг, вуз має враховувати, що її збільшення може призвести до зменшення загальної кількості вступників та негативним чином вплине на фінансові показники його діяльності. Тому важливим етапом формування ефективної цінової політики на освітні послуги є аналіз впливу цін та інших факторів на кількість вступників до ВНЗ.

Проаналізувати вплив ціни на кількість прийнятих студентів можливо шляхом розрахунку показника цінової еластичності, який покаже ступінь чутливості попиту до зміни ціни. Даний показник для ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» становить 1,755 ($E(d) > 1$), тому можна зробити висновок про те, що попит на освітні послуги вузу є еластичним, тобто відносна зміна у величині попиту є більшою за відносну зміну ціни, що графічно зображено на рис. 1.

Крім цінової політики, на кількість вступників до навчального закладу впливають й інші фактори, такі, наприклад, як загальна кількість абітурієнтів та реальна середньомісячна заробітна плата в Україні. Оцінити вплив відповідних чинників можливо на основі регресійного аналізу, підсумкові показники якого наведені в табл. 2.

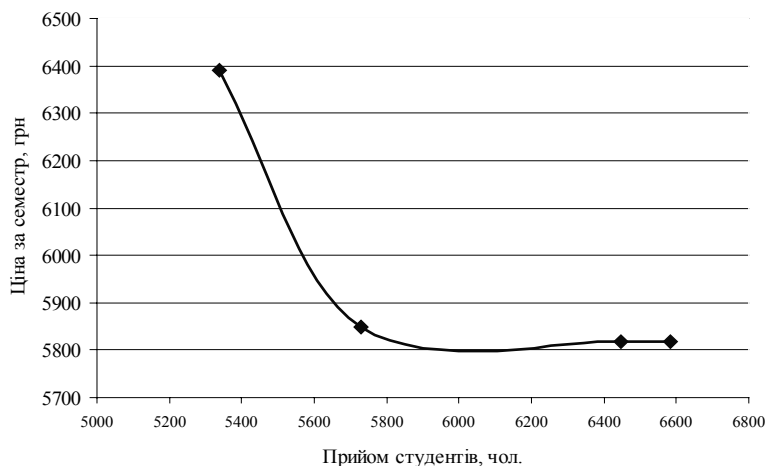


Рис. 1. Крива попиту на освітні послуги ДВНЗ «КНЕУ імені Вадима Гетьмана» за 2012—2015 рр.

Таблиця 2

ПІДСУМКОВІ ПОКАЗНИКИ ДЛЯ ПОБУДОВИ РЕГРЕСІЙНОЇ МОДЕЛІ КІЛЬКОСТІ ВСТУПНИКІВ ДВНЗ «КНЕУ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Параметр	Коефіцієнти (параметри моделі a_i)
Y-перетин	8159,056
Середня вартість навчання за семестр, грн (X1)	-0,722
Кількість прийнятих студентів до ВНЗ III-IV рівнів, тис. чол. (X2)	16,001
Реальна середньомісячна заробітна плата в Україні, грн (X3)	-0,935

Таким чином, рівняння регресії для аналізованого вузу має вигляд (1):

$$Y = 8159,056 - 0,722 * X1 + 16,001 * X2 - 0,935 * X3 \quad (1)$$

Побудована регресійна модель для ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» є адекватною, оскільки 99,99 % результуючого показника, а саме кількості прийнятих студентів безпосередньо залежить від досліджуваних факторів. Окрім цього, визначені параметри регресійної моделі мають вагомий економічний зміст. Зокрема, параметр a_1 , який дорівнює $-0,72$, вказує на зміну кількості прийнятих

студентів в залежності від зміни середньої вартості навчання за семестр. Тобто кожні додаткові 10 грн до вартості навчання призводять до скорочення кількості зарахованих до ВНЗ студентів на 7 чол.

Так само, за другим чинником, де параметр a_2 становить 16,001, можна зробити висновок, що збільшення загальної кількості абітурієнтів в Україні на 1 тис. чол. спричинить збільшення кількості зарахованих студентів до ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана» на 16 чол.

Останнім чинником моделі є реальна середньомісячна заробітна плата в Україні. Значення параметра a_3 (-0,93), свідчить про обернений вплив цього чинника на кількість прийнятих студентів. В даному випадку, збільшення реальної середньомісячної заробітної плати в Україні на 10 грн призводить до скорочення кількості прийнятих до вузу студентів на 9 чол.

На основі побудованої регресійної моделі можна визначити вартість контракту та кількість абітурієнтів, які забезпечать максимальні надходження від реалізації освітніх послуг. Підсумкові показники проведених розрахунків зведені в табл. 3.

Таблиця 3

**ПОРІВНЯННЯ НАЯВНИХ ПОКАЗНИКІВ ПРИЙОМУ ТА ВАРТІСТІ НАВЧАННЯ
З МОЖЛИВИМИ У ДВНЗ «КНЕУ ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»**

Показник	Приїом, чол.	Вартість на рік, грн	Дохід, тис. грн
Наявні	5338	12779,4	68216,5
Можливі	8063	9529,21	76831,36
Різниця (Δ)	2725	-3250	8615

Отримані результати свідчать про те, що за умови реалізації цілі цінової політики ДВНЗ «КНЕУ ім. В. Гетьмана», яка полягає у максимізації надходжень, навчальному закладу варто знизити вартість навчання на 3250 грн, при цьому вдасться залучити абітурієнтів на 2725 чол. більше, що в свою чергу дозволить збільшити загальний обсяг грошових надходжень від реалізації освітніх послуг на 8,615 млн грн.

Тому, концептуально схема ціноутворення на освітні послуги в даному випадку може виглядати таким чином: на основі аналізу попиту визначається базова ціна; ця ціна зіставляється з цінами конкурентів на аналогічні освітні послуги і при необхідності коригується.

Висновки. Проведені дослідження дозволяють зробити висновок, щодля вищих навчальних закладів доцільним буде синтезувати ціну освітніх послуг на основі комплексного поєднання витратних та ринкових методів, застосовуючи при цьому економетричні моделі, які дозволять коригувати вартість контракту залежно від ринкових умов. Адже вартість навчання, встановлена вузом для чергового набору студентів, повинна забезпечувати окупність витрат по даній освітній послугі та відповідати ринковому попиту й пропозиції, забезпечивши ліцензійний набір студентів.

Означене обумовлює доцільність інвентаризації та систематизації законодавчого поля України у цій сфері з подальшою підготовкою пропозицій щодо змін та допов-

нень до чинного законодавства в частині удосконалення основних підходів до формування вартості на послуги сфери освіти в Україні шляхом розробки та затвердження на загальнодержавному рівні методів ціноутворення, якими можуть користуватися навчальні заклади в процесі встановлення ціни реалізації освітніх послуг.

Враховуючи вище викладене, можна констатувати, що питання формування вартості освітніх послуг лишається відкритим і являє собою проблемне поле для подальших досліджень за даним напрямом.

Література

1. Особливості ціноутворення в сфері послуг. [Електронний ресурс]. — Джерело доступу: // <http://fd.ru/articles/24850-osobnosti-tsenoobrazovaniya-v-sfere-uslug>
2. Іванова Н.Ю. Ціноутворення на ринку освітніх послуг/ Н.Ю.Іванова, А.В. Волкотруб // Наукові записки НаУКМА. — Економічні науки. — Том. 120. — С. 107—110.
3. Наказ Міністерства освіти і науки України, Міністерства фінансів України, Міністерства економіки України «Про затвердження порядків надання платних послуг державними та комунальними навчальними закладами» від 23 липня 2010 року N 736/902/758. [Електронний ресурс]. — Джерело доступу: // http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE18491.html
4. Закон України «Про вищу освіту» від 01.07.2014 № 1556-VIII з змінами і доповненнями, внесеними Законом України від 28 грудня 2014 року N 76-VIII. [Електронний ресурс]. — Джерело доступу: // http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T141556.html
5. Оболенська Т.Є. Освітні послуги в Україні//Проблеми формування ринкової економіки: Міжвідомчий науковий збірник. Вип. 8. — К.: КНЕУ. — 2000. — С. 220—226.
6. Огаренко Т. Аналіз особливостей попиту на освітні послуги з метою прогнозування // Вища школа. — 2009. — №10. — С. 86—99.
7. Офіційний сайт Державної служби статистики України. [Електронний ресурс]. — Джерело доступу: // <http://www.ukrstat.gov.ua/>

References

1. «Osoblivosti Cinoutvorennya v Sferi Poslug» Finansovij Direktor. Accessed October 31, 2015. <http://fd.ru/articles/24850-osobnosti-tsenoobrazovaniya-v-sfere-uslug>.
2. Ivanova, N.Ju., and A.V. Volkotrub. «Cinoutvorennya Na Rinku Osvitnih Poslug.» *Naukovi Zapiski Na UKMA Ekonomichni Nauki*. Vol. 120:107—110.
3. «Nakaz Ministerstva Osviti i Nauki Ukrai'ny, Ministerstva Finansiv Ukrai'ny, Ministerstva Ekonomiki Ukrai'ny «Pro Zatverdzhennja Porjadkiv Nadannja Platnih Poslug Derzhavnimi Ta Komunal'nimi Navchal'nimi Zakladami.» July 23, 2010. http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/RE18491.html.
4. «Zakon Ukrai'ny «Pro Vishhu Osvitu» № 1556-VII Iz Zminami i Dopovnennjami, Vnesenimi Zakonom Ukrai'ny Vid 28 Grudnja 2014 Roku N 76-VIII.» July 1, 2014. http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/T141556.html.
5. Obolens'ka, T. Y. «Osvitni Poslugi v Ukraïni.» *Problemi Formuvannja Rinkovoi Ekonomiki* 8 (2000): 220—26.
6. Ogarenko, T. «Analiz Osoblivostej Popitu Na Osvitni Poslugi Z Metoju Prognozuvannja.» *Vishha Shkola*, no. 10 (2009): 86—99.
7. Oficijnij Sajt Derzhavnoi Sluzhbi Statistiki Ukrai'ny. <http://www.ukrstat.gov.ua>.

ОБОСНОВАНИЕ ЭФФЕКТИВНОЙ ЦЕНОВОЙ ПОЛИТИКИ НА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ

М.Н. Ганныч, магистрант
кафедры стратегии предприятий,
ГВУЗ «Киевский национальный
экономический университет
имени Вадима Гетьмана»

Аннотация. Обобщены основные подходы к формированию ценовой политики на образовательные услуги, проанализирован уровень цен на аналогичную образовательную услугу в университетах-конкурентах, с помощью регрессионного анализа определено влияние цены на количество абитуриентов и величину поступлений от платных образовательных услуг. Предложено использовать комбинированный метод ценообразования на образовательные услуги.

Ключевые слова: ценовая политика, стоимость образовательных услуг, методы ценообразования.

DEFINING EFFICIENT PRICE POLICY FOR EDUCATIONAL SERVICES

M.M. Hannych, Master's degree
student of the Department strategy
of enterprises, Kyiv national
economic University named after
Vadym Hetman

Summary. The article is devoted to the problem of defining efficient price policy for educational services in Ukraine in the conditions of declining the amount of abiturients. The main approaches to the formation of price policy for educational services were summarized. The study identified constraints of using cost-based price methods. The research conducted by analysis the price level for the same educational services in universities competitors. Regression analysis allows to determine the effect of prices on the number of applicants and the amount of revenue from paid educational services. It is proposed to use the combined method of pricing for educational services.

Keywords: pricing policy, the cost of educational services, pricing methods.

Стаття надійшла до редакції 25.11.2015