

УДК 37.015.6

Методичні особливості формування цін на платні послуги вищих навчальних закладів

Костриченко В.М.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства
Національного університету водного господарства та природокористування

Красовська Ю.В.

кандидат економічних наук, доцент,
доцент кафедри економіки підприємства
Національного університету водного господарства та природокористування

У статті показано специфіку ціноутворення на платні послуги вищих навчальних закладів (ВНЗ). Проведено критичний аналіз наявних методик визначення цін на такі послуги. Наведено алгоритм формування цін на платні послуги ВНЗ. Запропоновано методичні підходи до обґрунтування ціни на платні освітні послуги, серед яких виокремлюються послуги, що надаються на здобуття освіти (плата за навчання) та інші платні освітні послуги (додаткові освітні послуги), а також інші послуги ВНЗ, із використанням відповідної калькуляційної одиниці.

Ключові слова: освітні послуги, платні освітні послуги, вищі навчальні заклади, ціна, цінове рішення, обґрунтування.

Костриченко В.М., Красовская Ю.В. МЕТОДИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ ЦЕН НА ПЛАТНЫЕ УСЛУГИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ

В статье показана специфика ценообразования на платные услуги высших учебных заведений. Проведен критический анализ существующих методик определения цен на такие услуги. Приведен алгоритм формирования цен на платные услуги вузов. Предложены методические подходы к обоснованию цены на платные образовательные услуги, среди которых выделяются услуги, предоставляемые на получение образования (плата за обучение) и другие платные образовательные услуги (дополнительные образовательные услуги), а также прочие услуги вузов, с использованием соответствующей калькуляционной единицы.

Ключевые слова: образовательные услуги, платные образовательные услуги, высшие учебные заведения, цена, ценовое решение, обоснование.

Kostrychenko V.M., Krasovskaya Yu.V. METHODOLOGICAL FEATURES OF PRICES FORMATION FOR PAID SERVICES OF HIGHER EDUCATIONAL INSTITUTIONS

The article shows the specificity of pricing for paid services of higher educational institutions. A critical analysis of existing methodological approaches to price determination for such services has been carried out. The algorithm of price formation for paid services of higher educational institutions is given. Methodological approaches to the justification of the price for paid educational services are proposed. Among them, the services provided for education (tuition fees) and other paid educational services (additional educational services), as well as other services of higher educational institutions using the appropriate unit of account, are distinguished.

Keywords: educational services, paid educational services, higher educational establishments, price, price decision, justification.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Одним з аспектів реформаций у сфері освіти в Україні є надання ВНЗ автономії, яка передбачає самостійність, незалежність та відповідальність у прийнятті рішень, зокрема щодо фінансових питань діяльності. Фактично йдеться про розширення комерціалізації освітньої галузі. В Україні в структурі бюджетів державних ВНЗ спостерігається тенденція до певного зменшення частки бюджетних фінансових ресурсів і зростання позабюджетних коштів. Фактично вищі незалежно від форми власності

стають повноцінними суб'єктами специфічного ринку – ринку освітніх послуг. Від раціональної цінової політики сучасного ВНЗ залежать важливі аспекти його існування і подальшого розвитку. Пропонуючи споживачам переважно інтелектуальний продукт та послуги, вони мають вирішити проблему визначення ціни на такий особливий товар. Це актуалізує питання економічного обґрунтування рівня ціни на платні послуги ВНЗ.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженням проблеми ціноутворення на

ринку освітніх послуг займаються вітчизняні та зарубіжні науковці, а саме Т.М. Боголіб, І.С. Каленюк, С.Ю. Кучеренко, Т.Є. Оболенська, В.М. Огаренко, А.П. Панкрухін, Л.І. Цимбал, В.Д. Чухломін, Д.А. Шевченко, Д.А. Штефаніч. Однак, на нашу думку, потребують подальшого дослідження питання особливостей ціноутворення на платні послуги, що надаються ВНЗ, та методики обґрунтування цін на такі послуги.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є аналіз наявних методів ціноутворення на ринку освітніх послуг та розроблення пропозицій щодо диференціації методичних підходів в обґрунтуванні цін на різні види платних послуг ВНЗ.

Виклад основні результати дослідження. Одним із найважливіших важелів позитивного впливу на вирішення низки проблем, пов'язаних із фінансуванням і конкурентоспроможністю ВНЗ, є надання ними платних освітніх та інших платних послуг за економічно обґрунтованими цінами. Процес ціноутворення на освітні послуги суттєво відрізняється не тільки від формування цін на товари, а й від розрахунку цін на інші послуги. Саме тому методичні підходи до визначення ціни освітньої послуги мають ураховувати її особливості.

Освітнім продуктом є знання, компетентності, навички, досвід, які у процесі навчання передаються тим, хто навчається. Освітня послуга, будучи специфічним товаром, володіє особливими характеристиками, а саме: споживач, отримавши освітню послугу, збагачується новими знаннями; освітні послуги неможливо сприйняти за допомогою будь-якого каналу сприйняття до моменту придбання; покупець не має можливості заздалегідь оцінити якість освітньої послуги; якість освітніх послуг залежить від їх виробників, а також від часу і місця їх надання; тривалий процес виробництва освітньої послуги (чотири-шість років) змушує покупця діяти в умовах невизначеності майбутнього попиту на працівників певних спеціальностей; освітня послуга невіддільна від свого джерела, її здійснення можливе лише в присутності виробників (викладачів), що її надають; освітня послуга може бути продана будь-яку кількість разів різним споживачам; освітню послугу неможливо зберігати для подальшого продажу або використання.

ВНЗ надають споживачам, окрім освітніх, цілий спектр різноманітних платних послуг, які можна класифікувати за різними ознаками: за

сферою надання послуг [1], типом ринкового середовища, структурою витрат (табл. 1).

Раціональний підхід до формування цін на платні послуги ВНЗ має враховувати особливості та різноманітність освітніх та інших послуг, представлених на ринку. За обставин, коли споживачеві складно отримати повну та достовірну інформацію про якість і надійність освітньої послуги, ключовим критерієм під час прийняття рішення щодо отримання освітньої послуги стає ціна.

В Україні сьогодні існує змішана форма фінансування освіти, за якої вона фінансується частково з державного і місцевих бюджетів, а частково – за рахунок фізичних та юридичних осіб. Освітня послуга стала товаром, який має свою ціну. Фактично ціна освітньої послуги – це ринкова ціна, яка формується під впливом попиту та пропозиції. Однак ціноутворення у ВНЗ, що належать до державної та комунальної форм власності, має принципові відмінності від аналогічного процесу у приватних навчальних закладах.

Ціна покупця (максимальна ціна, яку згодні платити споживачі) і попит на освітні послуги ВНЗ формуються під впливом таких факторів, як рівень життя населення, його платоспроможність, престижність закладу і спеціальності, перспективи працевлаштування. На ціну продавця (максимальна ціна, за яку згоден продавати свої послуги ВНЗ) впливають: собівартість навчання студентів, державне регулювання цін, етап життєвого циклу освітньої послуги, рівень конкуренції, норма прибутку, рівень інфляції, маркетингова стратегія. У результаті збалансування ціни покупця та ціни продавця отримують ринкову ціну освітньої послуги [2]. На ринку освітніх послуг ціна виконує роль регулятора й орієнтує всіх учасників такого ринку на пошук оптимальних параметрів діяльності ВНЗ.

Дослідники ціноутворення на ринку освітніх послуг розглядають методи формування цін у різному поєднанні: витратні і ринкові [3], витратні методи та методи, орієнтовані на споживача, конкурентів та корисність продукту [4], затратний метод, агрегатний, на основі поточних цін, на основі попиту, конкурентний [2]. Ми погоджуємося з тим, що ВНЗ як суб'єкт ринку освітніх послуг у ціновій політиці має використовувати комбінацію різних методів ціноутворення. Однак, поєднуючи традиційний і маркетинговий підходи, у практиці ціноутворення ВНЗ, на нашу думку, доцільно використовувати такі методи: витратні, ціннісний, з орієнтацією на конкурентів.

Таблиця 1

Класифікація платних послуг, що надаються ВНЗ

Класифікаційна ознака	Види послуг	Мета класифікації
Сфера надання послуг	1. Послуги у сфері освітньої діяльності	Раціоналізувати калькулювання вартості послуг; здійснити організаційне забезпечення послуг підрозділами, які мають відповідну матеріально-технічну базу та кадровий склад.
	2. Послуги у сфері наукової та науково-технічної діяльності	
	3. Послуги у сфері міжнародного співробітництва	
	4. Послуги у сфері охорони здоров'я, відпочинку, дозвілля, оздоровлення, туризму, фізичної культури та спорту	
	5. Побутові послуги	
	6. Транспортні послуги	
	7. Житлово-комунальні послуги	
	8. Інші послуги	
Тип ринкового середовища	1. Послуги, що надаються на ринку освітніх та наукових послуг на конкурентних засадах	Виявити послуги, у сфері яких ВНЗ може бути ціновим лідером або на які може встановлювати монополійні ціни.
	2. Інші послуги, що надаються ринку на конкурентних засадах	
	3. Послуги, що надаються ринку на монополійних засадах	
Структура витрат	1. Трудомісткі (в структурі витрат переважають змінні витрати)	Виявити послуги, які забезпечують більший економічний ефект.
	2. Матеріаломісткі (в структурі витрат переважають змінні витрати)	
	3. Фондомісткі (в структурі витрат переважають постійні витрати).	

Джерело: сформовано авторами

Витратні методи вважаються найпростішими і досить часто застосовуються у практиці ціноутворення вітчизняних ВНЗ, оскільки гарантують отримання достатнього доходу для покриття усіх понесених витрат. Вихідною базою у ціноутворенні є розрахунок собівартості освітньої послуги. Передбачається, що ціна має відшкодувати валові витрати ВНЗ. У складі цих витрат розрізняють постійні витрати, які не залежать від чисельності зарахованих на навчання студентів, і змінні витрати, які залежать від річного плану підготовки фахівців і можуть коливатися. Різновидом витратних методів є метод беззбиткового ціноутворення (або метод маржинальних витрат), а також розрахунок ціни з урахуванням інфляції. Для державних і комунальних ВНЗ вартість навчання встановлюється на рівні собівартості. Приватні освітні заклади до ціни освітніх послуг включають прибуток, величина якого залежить від попиту на ринку. Загалом ціна освітньої послуги (вартість контракту) враховує собівартість, рівень інфляції та норму прибутку.

Однак для визначення оптимальної ринкової ціни витратні методи не є доцільними,

оскільки орієнтовані на власні інтереси освітнього закладу, його витрати, не відображають цінність послуги з позиції споживача, не враховують реальної ситуації на ринку освітніх послуг. Цей метод фактично ігнорує такі ринкові фактори, як попит і споживчий вибір на основі корисності послуги як товару.

Принципово іншим методом, що дає змогу реалізувати маркетинговий підхід ВНЗ до ціноутворення, є метод розрахунку ціни з орієнтацією на попит. В основі даного методу лежить суб'єктивна оцінка споживачем цінності освітньої послуги. Цінність послуги характеризує її оцінку з погляду учасників економічних відносин; це суб'єктивно сприйнята споживачем корисність послуги. Тому ціна, розрахована цим методом, враховує передусім цінність послуги, попит на неї та платоспроможність споживачів освітніх послуг. Однак застосування цього методу має певні складності: враховуючи специфіку освітніх послуг, потенційні споживачі не завжди здатні об'єктивно оцінити їх корисність, а отже, й цінність. Рішення щодо придбання освітніх послуг споживач приймає на підставі ціни, розраховуючи, що

вища вартість навчання має забезпечити кращу якість послуг.

Метод з орієнтацією на конкурентів базується на аналізі цін, які пропонують інші ВНЗ – найближчі конкуренти. Під час використання цього методу виш орієнтується не на рівень власних витрат і ринковий попит, а на ціни конкурентів, тому чим сильніші позиції ВНЗ на ринку освітніх послуг за конкретними спеціальностями, тим менша в нього потреба орієнтуватися на ціни інших вишів і слідувати за конкурентами.

Ціноутворення на ринку освітніх послуг буде раціональним, якщо базова ціна формується ВНЗ із використанням витратних методів, а подальше її корегування та оптимізація будуть здійснюватися на основі ринкових методів.

На практиці встановлення вартості платних освітніх послуг державних ВНЗ регламентується затвердженим «Порядком надання платних освітніх послуг державними та комунальними навчальними закладами» (далі – Порядок) [1] і здійснюється на базі економічно обґрунтованих витрат, пов'язаних з її наданням. Однак Порядок передбачає використання тільки витратних методів ціноутворення на платні послуги ВНЗ, не надає алгоритм розрахунку оплати за весь період навчання, не визначає методу розрахунку вартості навчання за окремими спеціальностями, не враховує дії ринкових факторів на ціну послуги. Керуючись Порядком, можна розрахувати середню вартість навчання одного студента. Тому виші на практиці змушені використовувати загальну (точніше суб'єктивну) методу оцінки вартості навчання. Під час її формування доцільно врахувати: покриття планових витрат за даною спеціальністю; відповідність вартості ринковому попиту й позиції, забезпечивши ліцензійний набір студентів; можливість оперативного реагування на макроекономічні процеси [5].

Порівняльний аналіз калькуляції вартості навчання студентів бюджетної та контрактної форм показав, що виші змушені фінансувати поточний і капітальний ремонт, розвиток матеріально-технічної бази за рахунок вартості навчання студентів-контрактників. У результаті фактична вартість навчання за бюджетні кошти та за рахунок фізичних і юридичних осіб не відображає реальної вартості наданих освітніх послуг.

Законом України «Про вищу освіту» (ст. 73, п. 7) [6] передбачене право ВНЗ змінювати плату за навчання не частіше одного разу

на рік і не більш як на офіційно визначений рівень інфляції за попередній календарний рік. Однак така норма не вирішує проблеми компенсації втрат від інфляції. Необхідно враховувати, що витрати на освітні послуги багатокomпонентні і більшу частину вартості навчання становлять витрати на оплату праці, які не є жорстко прив'язаними до рівня інфляції. Щоб визначити загальний рівень збільшення ціни за таких умов, пропонується спочатку встановити індекси зростання цін на окремі складники собівартості, а після цього «зважити» їх, тобто врахувати частку всіх цих складників у загальній ціні освітніх послуг [7, с. 249].

Під час формування вартості платної освітньої послуги, на нашу думку, мають враховуватися такі методичні імперативи:

1. Вартість платних освітніх послуг, що надаються державними і комунальними ВНЗ як неприбутковими організаціями, встановлюється на рівні собівартості і не може включати прибуток. Приватні виші до плати за навчання включають прибуток, величина якого регулюється ринковими факторами.

2. Калькуляційною одиницею є вартість отримання відповідної платної освітньої послуги однією фізичною особою за весь період її надання у повному обсязі.

3. До складу витрат, що враховуються під час встановлення вартості платних освітніх послуг, включаються також капітальні витрати на придбання або створення основних засобів, капітальне будівництво, придбання, ремонт, реконструкцію та реставрацію приміщень тощо (до 10% у межах вартості платної освітньої послуги).

4. Ціни на освітні послуги в умовах високого рівня інфляції потребують корегування, однак воно має здійснюватися з використанням не єдиного інтегрального коефіцієнта, а зваженого показника індексів зростання цін на окремі складники вартості.

5. Вартість освітніх послуг не може бути нижчою, ніж сума прямих витрат, пов'язаних з їх наданням, а зниження вартості навчання можливе лише за рахунок непрямих витрат.

6. Вартість навчання за кошти фізичних та юридичних осіб не може бути нижчою, ніж вартість підготовки за кошти державного бюджету.

7. Зважаючи на конкурентний характер платних освітніх послуг, ціна на них має корегуватися з урахуванням привабливості та цінової еластичності попиту за певною спеціальністю.

8. Використання диференційованих цін, тобто встановлення цін певних послуг на рівні нижчому, ніж ціни на послуги підвищеного попиту (наприклад, за спеціальностями юриспруденція, економіка, менеджмент, підприємство).

9. Передбачати формування та використання системи знижок і націнок до ціни освітньої послуги.

10. Під час розрахунку вартості навчання за контрактом урахувати рівень доходів населення по регіону.

Алгоритм розрахунку вартості платної освітньої послуги, що надається на здобуття освіти (плати за навчання), як ми вважаємо, повинен включати такі етапи:

Етап 1: розрахунок суми прямих витрат на оплату праці працівників, нарахувань на оплату праці відповідно до законодавства, інших прямих витрат з урахуванням прогнозного показника інфляції.

Етап 2: корегування розрахованої суми витрат з урахуванням нормативу приведення чисельності студентів на одну ставку викладача чи іншого працівника.

Етап 3: розрахунок величини прямих витрат на одного студента на один рік навчання.

Етап 4: визначення суми розподілених непрямих, адміністративних та капітальних витрат у розрахунку на одного студента на один рік навчання.

Етап 5: визначення повної собівартості надання послуги на одного студента за рік.

Етап 6: визначення повної собівартості надання послуги на одного студента протягом усього терміну надання послуги.

Етап 7: корегування вартості навчання на показник привабливості, який ураховує фактори впливу на якість навчального процесу.

Етап 8: розрахунок раціональної (оптимальної) ціни освітньої послуги з урахуванням ринкових чинників: цін конкурентів, цінової еластичності попиту.

ВНЗ, окрім платних освітніх послуг, що надаються на здобуття освіти, пропонують інші платні освітні послуги, зокрема підвищення кваліфікації кадрів, підготовка до вступу до вишу та зовнішнього незалежного оцінювання; прийом кандидатських екзаменів та ін. Для таких додаткових платних освітніх послуг калькуляційною одиницею може бути людино-година, тобто надання послуги одній людині протягом однієї години.

Алгоритм розрахунку вартості інших платних освітніх послуг, який пропонується нами, повинен включати такі етапи:

Етап 1: розрахунок прямих витрат, пов'язаних із наданням послуги протягом одної людино-години.

Етап 3: розрахунок непрямих, адміністративних та капітальних витрат на надання послуги протягом одної людино-години.

Етап 4: визначення повної собівартості надання послуги протягом одної людино-години.

Етап 5: визначення повної собівартості надання послуги протягом усього терміну надання послуги.

Етап 6: корегування вартості з урахуванням інфляції та ринкових факторів: цін конкурентів, цінової еластичності попиту, якості послуг та можливих ринкових переваг.

Запропоновані алгоритми передбачають, що під час обчислення вартості платних освітніх послуг розрахунок доцільно проводити за статтями калькуляції, які безпосередньо корелюють із регламентованими [8] елементами витрат. Таким чином, даною методикою пропонується враховувати витрати в такій послідовності: прямі витрати на оплату праці з нарахуваннями, інші прямі витрати, розподілені непрямі витрати (включаючи оплату послуг інших організацій), розподілені адміністративні витрати, а також капітальні витрати в розмірі до 10% у межах вартості платної освітньої послуги. Враховуючи високу трудомісткість платних освітніх послуг, доцільно проводити розподіл непрямих та адміністративних витрат пропорційно прямим витратам на оплату праці. Це забезпечить методологічну узгодженість та правильний порядок урахування витрат у вартості платних освітніх послуг.

Під час формування вартості інших платних послуг ВНЗ, на нашу думку, мають ураховуватися такі методичні вимоги:

1. Встановлення вартості інших платних послуг, які надають державні ВНЗ, здійснюється на базі економічно обґрунтованих витрат, пов'язаних з її наданням, тобто на рівні собівартості, а для приватних ВНЗ – з урахуванням прибутку.

2. ВНЗ, ураховуючи широту спектру та неоднорідність таких послуг (від наукової діяльності до житлово-комунальних послуг), самостійно визначає калькуляційну одиницю за кожною платною послугою, щодо якої здійснюється розрахунок вартості.

3. У складі інших є як трудомістки, так і фондомістки платні послуги, тому при обчисленні вартості таких послуг, слід поєднувати методи розподілу непрямих та адміністративних

витрат ВНЗ пропорційно, відповідно до прямих витрат на оплату праці і прямих витрат на експлуатацію основних засобів (наприклад, пропорційно вартості однієї машино-години експлуатації одиниці техніки).

4. Вартість деяких інших платних послуг ВНЗ, які переважно надаються на монопольних засадах, обмежується з боку держави (наприклад, вартість проживання в гуртожитку).

5. Вартість тих послуг, що носять конкурентний характер, установлюється з урахуванням ринкової привабливості, якості послуг та рівня конкуренції на ринку таких послуг.

У методиках розрахунку вартості інших платних послуг ураховуються вимоги нормативно-правових актів, які регулюють надання послуг у відповідній сфері діяльності.

Висновки з цього дослідження. В умовах загострення конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг ціна стає основним її інструментом. Споживачі освітніх послуг, обираючи ВНЗ, надають перевагу тому, який, на їхню думку, по-перше, має кращий імідж, по-друге, здатний надати послугу кращої якості, по-третє, надає більше можливостей із використання отриманих знань на практиці [9, с. 237]. Однак ключовим фактором, що впливає на вибір абітурієнтів, є величина плати за навчання. Запропонований методичний підхід до формування вартості платних освітніх та інших платних послуг дасть змогу вищу приймати раціональні цінові рішення, що позитивно вплине на його конкурентоздатність на ринку освітніх послуг та поліпшить фінансове забезпечення.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися навчальними закладами, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності : Постанова КМУ від 27 серпня 2010 р. № 796 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://static.klasnaocinka.com.ua/uploads/editor/249/61047/sitepage_45/file/postanovi_kabminukmu_796.pdf.
2. Штефаніч Д.А Особливості ціноутворення на ринку освітніх послуг / Д.А. Штефаніч, С.Б. Семенюк // Науковий вісник Волинського національного університету імені Лесі Українки. – 2008. – Вип. 7. – С. 29–33.
3. Іванова Н.Ю. Ціноутворення на ринку освітніх послуг / Н.Ю. Іванова, А.В. Волкотруб [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://ekmair.ukma.edu.ua/bitstream/handle/123456789/3622/Ivanova_Tsinoutvorennia_na_rynku_osvitnikh_poslul.pdf?sequence=3.
4. Ромащенко К.М. Ціноутворення на освітні послуги в державних вищих навчальних закладах / К.М. Ромащенко, Т.І. Ромащенко // Інвестиції: практика та досвід. – 2014. – № 7. – С. 83–85.
5. Левицька С. Фінансування діяльності вітчизняних державних вищих навчальних закладів в умовах сталого національного розвитку / С. Левицька, Ю. Харчук // Нова педагогічна думка. – 2013. – № 1. – С. 7–11.
6. Закон України «Про вищу освіту» № 2145-VIII від 05.09.2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18>.
7. Матвіїв М.Я. Методологія та організація маркетингового менеджменту в сфері вищої освіти : [монографія] / М.Я. Матвіїв. – Тернопіль : Економічна думка, 2005. – 560 с.
8. Про затвердження порядків надання платних послуг державними та комунальними навчальними закладами : Наказ Міністерства освіти і науки України від 23.07.2010 № 736/902/758 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z1196-10>.
9. Боголіб Т.М. Роль освіти і науки у постіндустріальному розвитку України : [монографія] / Т.М. Боголіб. – К. : Корпорація, 2010. – 408 с.