

КРУК О.Р., ст.гр. МЕК-31  
Наук. кер. Постніков В.С., к.е.н.  
Тернопільський національний економічний університет,  
м. Тернополь

## ОСОБЛИВОСТІ ЦІНОУТВОРЕННЯ В СФЕРІ ОСВІТИ

*На прикладі вищих навчальних закладів Тернопільської області досліджено особливості диференціації цін на освітні послуги, зокрема вартість підготовки фахівців галузі знань «Економіка підприємства» та вироблено рекомендації стосовно впровадження сучасних підходів до ціноутворення в сфері освіти.*

**Актуальність.** Цінова політика сучасного вищого навчального закладу, з одного боку, стосується життєвоважливих аспектів його існування і подальшого розвитку, а з іншого, значною мірою впливає на освітній рівень населення в сучасних умовах, що актуалізує важливе значення впровадження сучасних методів ціноутворення.

**Мета дослідження.** Розвиток теоретичних положень та вироблення практичних рекомендацій щодо ціноутворення в сфері освітніх послуг.

**Основна частина.** Закон України «Про освіту» передбачає можливість для вищих навчальних закладів залучення додаткових шляхів фінансування встановивши, що крім бюджетного, фінансування вищих навчальних закладів здійснюється за рахунок додаткових джерел фінансування, а саме коштів, одержаних за навчання, підготовку, підвищення кваліфікації та перепідготовку кадрів згідно відповідно укладених договорів; плати за надання додаткових освітніх послуг; коштів, одержаних за науково-дослідні роботи (послуги) та інші роботи, виконані навчальним закладом на замовлення підприємств, установ, організацій та громадян тощо. З іншого боку специфіка сфери освіти та її роль в соціальному житті держави вимагає особливого підходу в процесі формування ціни на освітні послуги.

В сучасних умовах ціна покупця формується під впливом таких чинників: рівня життя населення, його платоспроможності, престижності закладу, спеціальності, перспектив працевлаштування. З іншого боку ці фактори безперечно впливають і на попит на освітні послуги вищого навчального закладу.

На ціну вищого навчального закладу, в свою чергу, впливають: собівартість навчання студентів, норма прибутку, рівень інфляції, етап життєвого циклу освітньої послуги, рівень конкуренції, державне регулювання цін, маркетингова стратегія. Вищі навчальні заклади незалежно від форми власності мають право в ціну включати певний рівень прибутку, на який впливають такі чинники, як імідж вищого навчального закладу, його престиж; місцезнаходження закладу; наявність аналогічних вищих навчальних закладів у регіоні чи місті та ін. Відповідно до цього вартість платних освітніх послуг у державних закладах буде відрізнятися в розрізі ВНЗ, регіонів, окремих спеціальностей. У результаті збалансування ціни

покупця та ціни продавця отримують ринкову ціну освітньої послуги.

В умовах постійного зменшення чисельності випускників загальноосвітньої школи, що зумовлене демографічною кризою, між вищими навчальними закладами посилюється суперництво за покупців освітніх послуг. Одним із досить ефективних методів ведення конкурентної боротьби між ВНЗ є цінова конкуренція. Для того, щоб майбутні студенти-контрактники та їхні батьки віддали перевагу певному навчальному закладу, йому достатньо встановити плату за навчання на декілька сотень гривень нижчу, ніж у його конкурентів. У ситуації, коли вартість освітньої послуги по ідентичній спеціальності однакова в декількох ВНЗ, споживачі (суспільство, підприємство, фізична особа) надають перевагу тому, який, на їх погляд, по перше, має кращий імідж, по друге – здатний надати послугу кращої якості, по третє – надає більше можливості з використання отриманих знань на практиці.

Для аналізу було обрано ціни на спеціальність «Економіка підприємств» у вищих навчальних закладах Тернопільської області у 2012 році (див. таблицю). Таких закладів у області є два, решта - вищі навчальні заклади м. Тернополя. Інформація про вартість освітніх послуг у 2012 році була взята з офіційних сайтів ВНЗ. Варто зазначити, що окремі ВНЗ, такі як Галицький інститут імені В'ячеслава Чорновола, Тернопільський інститут соціальних та інформаційних технологій у правилах прийому та інформації для студента стосовно вартості навчання відобразили не повністю.

Як показав аналіз, в межах даної спеціальності представлена значна цінова конкуренція. Звичайно, тон у ціновій політиці задають вузи Тернополя, де ціна на освітні послуги за певними спеціальностями у галузі знань «Економіка і підприємництво» порівняно з місцевими вищими навчальними закладами суттєво відрізняється. Найвища вона у Тернопільському національному технічному університеті імені І. Пулюя, що становить 9162 грн, а найнижча – 4000 грн у Бережанському агротехнічному інституті Національного університету біоресурсів і природокористування.

Таблиця

Ціна на освітні послуги ВНЗ м. Тернополя та Тернопільської області

| Назва вищого навчального закладу   | Освітньо-кваліфікаційні рівні<br>(вартість одного року навчання, грн) |                              |                           |
|--|---|------------------------------|---------------------------|
|  | Бакалавр<br>(денна/заочна)  | Спеціаліст<br>(денна/заочна) | Магістр<br>(денна/заочна) |
| Бережанський агротехнічний інститут Національного університету біоресурсів і природокористування | 4000/2350   | 6900/3800                    | 7550/5500                 |
| Бучацький інститут менеджменту і аудиту  | 4500/3000   | 4500/3550                    | 4500/3550                 |
| Галицький інститут імені В'ячеслава Чорновола  | 5840/-  | -                            | -                         |
| Тернопільський інститут соціальних та інформаційних технологій                                   | 4700/2700   | 5600/3950                    | -                         |
| Тернопільський комерційний інститут  | 5400/3500   | 5400/4000                    | 5400/4000                 |
| Тернопільський національний економічний університет  | 8200/5200   | 8900/5200                    | 8900/5200                 |
| Тернопільський національний технічний університет імені І. Пулюя                                 | 7970/4632   | 9162/5638                    | 12343/10200               |

Такий рівень диференціації свідчить про необхідність впровадження єдиних уніфікованих підходів до формування цін в даній сфері. Для ринку освітніх послуг пропонується використовувати методи встановлення ціни по трьох основних напрямках. Для першого напрямку характерним є визначення рівня ціни з урахуванням рівня витрат на надання освітніх послуг, перевагою є те, що встановлюється межа ціни, нижче якої вона може опускатися тільки за виняткових обставин і на обмежений період часу. Але існує і багато недоліків, один з яких є те, що ігнорується вплив цін конкурентів на попит. Другий напрям базується на визначенні можливостей освітнього закладу при наданні послуг, а точніше — фінансовий стан споживача, що передбачає встановлення такої ціни, при якій споживач має бажання заплатити за ту чи іншу освітню послугу. Згідно третього напрямку університети встановлюють свою ціну головним чином орієнтуючись на конкурентні властивості ринку і приділяють менше уваги власним витратам і попиту на продукцію. Конкурентні методи приваблюють багато вузів своєю простотою і оперативністю, можливістю обліку ринкової ситуації.

Проте варто зазначити, що на сьогоднішньому етапі використання якогось одного методу ціноутворення не забезпечує належного етапу, що в свою чергу актуалізує питання про формування цін на основі комплексного поєднання всіх методів.

**Висновки.** Таким чином, в сучасних умовах розмаїття цін на освітні послуги, вагомого значення набуває вироблення єдиних, сучасних підходів до встановлення цін в сфері освіти.

### **Бібліографічний список**

1. Корж, М. В. Маркетинг: навч. посібник / М. В. Корж. – К : ЦУЛ, 2008. – 344 с.
2. Кучеренко С. Ю. Ціноутворення на ринку освітніх послуг / С. Ю. Кучеренко // Економічний вісник університету. – 2011. – №17-1 ДВНЗ «Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Григорія Сковороди».
3. Про освіту [чинний від 1991-05-23] // Відомості Верховної Ради УРСР (ВВР). – 1991. – №34. – 451 с. – (Законодавчий акт).