

ЦІНОУТВОРЕННЯ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Стаття містить аналіз ринку освітніх послуг в Україні та визначення ефективного методу ціноутворення на прикладі факультету економічних наук Національного університету «Кієво-Могилянська академія».

Ключові слова: ціноутворення, ринкові методи ціноутворення, ринок освітніх послуг.

Вступ

Щороку кількість вищих навчальних закладів зростає з одночасним скороченням кількості абітурієнтів у зв'язку зі складною демографічною ситуацією та реформуванням освіти. Тому вищі навчальні заклади змушені боротись за абітурієнта. До 2008–2009 рр. головними факторами вибору навчального закладу були додаткові можливості (вивчення іноземних мов, творчі гуртки, можливість навчання за кордоном тощо), якість освіти та можливість працевлаштування по закінченню навчання. Після фінансової кризи, яка мала значний вплив на купівельну спроможність населення, зокрема на споживачів освітніх послуг, та ускладнила процес кредитування, додається і стає домінуючим ціновий критерій у одборі вищого навчального закладу. Тому постала необхідність проведення обґрунтованої та ефективною цінової політики.

Постановка проблеми

Питання ціноутворення на ринку освітніх послуг досліджували як українські, так і зарубіжні науковці, а саме: Т. Є. Оболенська, В. М. Огаренко, А. П. Панкрухін. У своїх працях ці дослідники акцентували увагу на застосування витратного методу ціноутворення на ринку освітніх послуг [3]. Такий метод ціноутворення використовується і в Національному університеті «Кієво-Могилянська академія». Цей метод не враховує такі важливі ринкові фактори, як попит на освітні послуги та платоспроможність споживачів освітніх послуг. Недосконалість витратного методу визначення вартості контрактної форми навчання наочно демонструє ситуація, що склалася на факультеті економічних наук НаУКМА. За період з 2008 по 2010 рр. відбулося стрімке зростання плати за контрактну форму навчання. За спеціальностями «Економічна теорія» та «Фінанси і кредит» плата за контракт зросла на 47 % та 82 %, відповідно, і становила 25 000 грн та 31 000 грн. Це призвело до невиконання плану набору студентів контрактної

форми навчання на усі напрямки підготовки; зменшення навантаження на викладачів; зменшення надходжень від укладання договорів з абітурієнтами про контрактну форму навчання; зниження рівня освіченості студентів через недоступність освіти середньому класу. Все це негативно вплинуло на якість навчання студентів факультету.

Зазначене вище і визначило мету написання статті: обґрунтування ефективного методу ціноутворення на ринку освітніх послуг для спеціальностей факультету економічних наук НаУКМА та визначення величини плати за контракт для цих спеціальностей..

Дослідження питання

Одним із найважливіших факторів успішності підприємства є цінова політика. Загальновідомим є той факт, що визначення стратегії ціноутворення суттєво залежить від типу ринку, в якому функціонує підприємство. Як показали дослідження, ринок освітніх послуг можна вважати монополістичною конкуренцією, оскільки послуги освіти пропонує велика кількість навчальних закладів (в Україні на початок 2010–2011 навчального року зареєстровано – 350 вищих навчальних закладів III–IV рівня акредитації [2]), кожен з яких втілює власну цінову політику, а послуги освіти не є абсолютно замінними, оскільки освітні програми кожного закладу різняться характеристиками.

Виділяють дві групи методів ціноутворення: витратні та ринкові. Дослідники ціноутворення на ринку освітніх послуг більше акцентували увагу на використанні вищими навчальними закладами витратних методів ціноутворення, тобто вартість контракту враховує собівартість навчального процесу, рівень інфляції та норму прибутку. Проте даний метод виявився неефективним через неврахування попиту, суб'єктивність підходу до визначення норми прибутковості та ігнорування політики конкурентів. Ринкові методи ціноутворення передбачають аналіз цінової стратегії конкурента та оцінки попиту на

ринку. З точки зору авторів, застосування саме ринкових методів з використанням економетричних моделей є доцільним на даному ринку [1, с. 97–108].

Для оцінки попиту на ринку та побудови функції було проаналізовано фактори, які найбільш впливові на обсяги попиту (тобто на кількість абітурієнтів, які виявили бажання навчатися на даній спеціальності). У цьому випадку – вартість контракту та зміна доходів населення. Для аналізу також було взято до уваги ціни найближчих конкурентів, а саме: Національного університету ім. Тараса Шевченка (КНУ) та Київського національного економічного університету (КНЕУ), проте, як показали розрахунки, кореляція між показниками низька, а коефіцієнти не є статистично значущими.

У результаті застосування економетричного аналізу було побудовано економетричні моделі попиту та пропозиції на спеціальності «Економічна теорія», «Фінанси та кредит» і «Маркетинг». Тестування придатності моделей для використання підтвердило статистичну значущість показників, а також адекватність самих моделей.

Функція попиту для спеціальності «Економічна теорія» має такий вигляд:

$$Q = 76,91 - 0,00252P,$$

де Q – кількість заяв, P – вартість контракту, грн.

Функція попиту для спеціальності «Фінанси та кредит» має вигляд

$$Q = 85,92 - 0,00232P,$$

де Q – кількість заяв, P – вартість контракту на дану спеціальність, грн.

Оскільки перший набір на програму «Маркетинг» відбувся в 2008 р., тому функція попиту на цю спеціальність не визначалася. Крім того, як показав аналіз, при виборі даного напрямку, значну роль відігравав не ціновий фактор, а психологічні особливості поведінки споживачів даних послуг. На рішення споживача впливали: відсутність державного замовлення на спеціальності, високий рейтинг випускників факультету на ринку працевлаштування, а також те, що ця спеціальність ще має акредитуватися.

Необхідність врахування цінової політики конкурентних навчальних закладів, а саме: визначення однієї ціни на усі напрямки підготовки, обумовила побудову сукупної моделі попиту на спеціальності «Економічна теорія» і «Фінанси та кредит». Спеціальність «Маркетинг» у цьому аналізі не враховувався через причини, зазначені вище. Функція попиту, ймовірність похибки при побудові якої становить менше 15%, має такий вигляд:

$$Q = 161,35 - 0,0048P,$$

де Q – кількість заяв, P – вартість контракту на спеціальність, грн.

Відповідно, побудувавши залежність між плановою кількістю контрактників та вартістю контракту, було визначено функції пропозиції. Отримані результати наведено в табл. 1.

Таблиця 1. Вигляд функції пропозиції для спеціальностей

Економічна теорія	Фінанси та кредит	Сукупна модель
$Q = 13,01 + 0,00096P$ Q – обсяги пропозиції P – вартість контракту, грн	$Q = 12,49 + 0,00127P$ Q – обсяг пропозиції P – вартість контракту, грн	$Q = 23,885 + 0,00076P$ Q – обсяг пропозиції P – вартість контракту, грн

Наявність функцій попиту та пропозиції дала змогу визначити рівноважну кількість студентів контрактної форми навчання та рівноважну вартість контракту. Тобто за такої ситуації запланована кількість контрактних місць збігатиметься з кількістю абітурієнтів, які бажатимуть вступити на певний напрям. У випадку запровадження рівноважних цін навчальний заклад завдяки ціновому зниженню на освітні послуги збільшить сукупну виручку, оскільки збільшиться попит. Після проведеного аналізу було отримано результати, наведені в табл. 2:

Таблиця 2. Рівноважні ціни, кількість заяв та обсяги виручки за спеціальностями

Економічна теорія	Фінанси та кредит	Сукупна модель
P – 18 362 грн Q – 30,64 заяви TR = 562 428 грн	P – 20 454 грн Q – 38,47 заяв TR = 786 660 грн	P – 24 724 грн Q – 43 заяви TR = 1 063 132 грн

З функції попиту можна визначити функцію ціни, яка, своєю чергою, дасть змогу вийти на функцію сукупних доходів. Такі перетворення уможливають знайти значення вартості контракту та кількості абітурієнтів, які забезпечать максимальні надходження від контракту. У зв'язку із неможливістю побудови функції попиту для спеціальності «Маркетинг» цей аналіз здійснювався лише для спеціальностей «Економічна теорія» та «Фінанси та кредит». Отримані результати відображено у таблиці 3:

Таблиця 3. Максимізація надходжень за спеціальностями

Економічна теорія	Фінанси та кредит	Сукупна модель
P = 30519,84 – 396,8254Q TR = 30519,84Q – 396,8254Q ² MR = 30519,84 – 793,6508Q Q(TRmax) = 38,455 осіб P(TRmax) = 15259 грн TR(max) = 586 785 грн	P = 37034,48 – 431,03Q TR = 37034,48Q – 431,03Q ² MR = 37034,48 – 862,06Q Q(TRmax) = 42,96 осіб P = 18 517 грн TR(max) = 796 231 грн	P = 33614,58 – 208,3333Q TR = 33614,58Q – 208,3333Q ² MR = 33614,58 – 416,67Q Q(TRmax) = 81 осіб P(TRmax) = 16 807 грн TR(max) = 1 361 367 грн

НаУКМА отримає максимальні надходження від спеціальності «Економічна теорія» тоді, коли вартість контракту становитиме **15 259 грн**, а

планова кількість контрактників – **39 осіб**. У такому випадку сукупні доходи дорівнюватимуть 586 785 грн. Для спеціальності «Фінанси та кредит» надходження будуть максимальними тоді, коли вартість контракту буде **18 517 грн**, а кількість абітурієнтів – **43**. У цьому разі сукупні доходи становитимуть 796 231 грн. Якщо ж дотримуватися цінової політики, подібної до політики конкурентів і ставити однакову ціну на усі напрямки, то вартість контракту становитиме 16 807 грн., а на дві спеціальності кількість студентів, що навчатимуться на контрактній основі, буде 81. Сукупні доходи академії становитимуть 1 361 367 грн.

Як засвідчили дослідження, основними факторами, що впливають на рішення споживача, є вартість контракту та доходи населення, яке споживає цей товар. Ціни на перехресні товари не є статистично значущими (тобто коливання цін, які встановлюють КНУ ім. Тараса Шевченка та КНЕУ незначні). Коефіцієнти еластичні, відповідно, коефіцієнт цінової еластичності для напрямку «Фінанси та кредит» становить 1,55, а коефіцієнт еластичності попиту за доходом – 4,56, що свідчить про те, що навчання – це товар розкоші. Для напрямку «Економічна теорія» результати свідчать про аналогічні тенденції, адже цінова еластичність попиту становить 1,6; а еластичність за доходами – 3,03. Відповідно до отриманих результатів, можна дійти висновку, що освітні послуги – недоступний товар для середнього прошарку населення. Це підтвердили і наступні дослідження.

Аналіз обґрунтування необхідних доходів, які родина повинна отримувати для забезпечення навчання на контрактній формі одного студента базувалась на таких припущеннях: повна сім'я, не живе у Києві, батьки працездатні. Середньомісячний дохід сім'ї має становити 10 392 грн. У цьому випадку враховано: вартість навчання, проживання сім'ї, проживання студента, середня вартість житла в Києві. Такі доходи важко отримати в регіонах, де рівень заробітної плати нижче середнього. Якщо розраховане значення порівнювати з офіційними даними про заробітну плату з Державного комітету статистики, то отримаємо результат, що середні значення заробітних плат утричі нижчі за необхідний мінімум для навчання одного студента. Якщо ж використати ринкові ціни на працю, то ситуація оптимістичніша, проте такий рівень оплати праці можливий лише у великих містах, що знову ж таки зменшує можливість доступу до вищої освіти. На рис. 1 зображено розрив, який існує

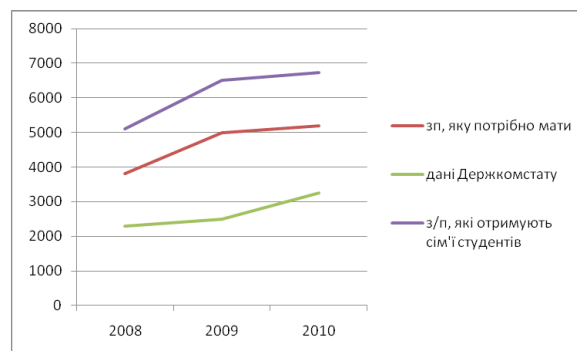


Рис. 1. Рівень заробітної плати, яка має бути і яка вона є за статистичними даними між заробітною платою, яку повинна мати сім'я і яку за статистичними даними вона має.

У результаті проведеного дослідження було визначено заробітну плату сімей студентів, які навчаються на факультеті економічних наук. Вона є вищою навіть за необхідний розмір заробітної плати, що свідчить про те, що на сьогодні навчання на факультеті недоступне для середнього класу. На графіку рис. 1 також помітний значний розрив між середньою заробітною платою по Україні та заробітною платою, яку повинна отримувати сім'я. Розриви між заробітними платами і пояснюють зниження освіченості студентів, оскільки сьогодні більшість контрактників – не студенти, які бажають навчатись та мають певний достатній рівень знань, а студенти, які є платоспроможними. Ця ситуація суттєво вплинула на якість навчання студентів факультету економічних наук. За розрахунками спеціалістів навчально-методичного відділу НаУКМА, якість навчання на факультеті у 2010–2011 н.р. зменшилась на 15 % порівняно з якістю навчання у 2009–2010 н.р.

Висновки

Результати дослідження дають змогу зробити такі висновки:

1. Сьогодні на ринку освітніх послуг ефективними є ринкові методи ціноутворення, які базуються на аналізі ринку та дій конкурентів.
2. Цінова стратегія, яка передбачає запровадження однакових цін на всі економічні спеціальності, – неефективна для спеціальностей факультету економічних наук, оскільки це сприяє зменшенню надходжень.
3. За умов використання методу максимізації доходів плата за контрактну форму навчання має бути: для спеціальності «Економічна теорія» – 15 000 грн, спеціальності «Фінанси та кредит» – 18 500 грн, для спеціальності «Маркетинг» – 20 000 грн.

1. Іванова Н. Ю. Економічна теорія управління фірмою / Н. Ю. Іванова. – К. : Центр учбової літератури, 2010. – 266 с.
2. Державна служба статистики України. – Режим доступу:

www.ukrstat.gov.ua
3. http://nbuv.gov.ua/portal/natural/Nvvnuekonomika/2008_7/1/Shtefanuch.pdf

N. Ivanova, A. Volkotrub

PRICING ON THE MARKET OF THE EDUCATIONAL SERVICES

The article covers the analysis of the educational services` market in Ukraine as well as investigation of the effective method of pricing on the example of the Economic Department of National University of Kyiv-Mohyla academy.

Keywords: pricing, market methods of pricing, market of educational services.