

ПОТЕНЦІЙНІ МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ДЕРЖАВНОГО ВНЗ ЧЕРЕЗ ПРИЗМУ КАЛЬКУЛЮВАННЯ ВАРТОСТІ ОСВІТНЬОЇ ПОСЛУГИ

Особливе значення ціноутворення освітньої послуги як економічного інструмента полягає в тому, що воно безпосередньо впливає на потенційні можливості розвитку державного ВНЗ.

У сучасних умовах застосовувані на практиці методики калькулювання освітніх послуг не дозволяють розрахувати вартість конкретної освітньої послуги, яка надається вищим навчальним закладом за певною спеціальністю, що включає різний набір дисциплін. В свою чергу викладання різних дисциплін обумовлює різні як за економічним змістом, так і за величиною витрати. В основному застосовується узагальнюючий облік витрат і розраховується середня вартість освітньої послуги по навчальному закладу.

Вартість навчання у державному вищому навчальному закладі розраховується згідно з вимогами Порядку надання платних освітніх послуг державними та комунальними навчальними закладами (далі – Порядок) [1]. У відповідності до Порядку встановлення вартості платної освітньої послуги здійснюється на базі економічно обґрунтованих витрат, пов'язаних з її наданням.

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

Так як державні вищі навчальні заклади 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 заклад не буде мати чим покривати фактичні видатки на надання освітньої послуги. Використовуючи методику Порядку, можна обрахувати лише середню вартість навчання одного студента, в результаті чого практично використовується суб'єктивна методика оцінки вартості навчання.

Порядок не надає алгоритму визначення оплати за весь період навчання. Також необхідно врахувати, що левова частка витрат при обрахунку освітньої послуги припадає на заробітну плату з нарахуваннями, розмір якої визначається штатним розписом, законодавчими актами про розмір заробітної плати працівників освітньої галузі і ці видатки жодним чином не пов'язані із рівнем інфляції за попередній календарний рік.

У сучасних умовах застосовувані на практиці методики калькулювання освітніх послуг не дозволяють розрахувати вартість конкретної освітньої послуги, яка надається вищим навчальним закладом за певними напрямками підготовки (спеціальністю), що включає різний набір дисциплін. В свою чергу викладання різних дисциплін обумовлює різні як за економічним змістом, так і за величиною витрати. В основному застосовується узагальнюючий облік витрат і розраховується середня вартість освітньої послуги по навчальному закладу.

У сучасних умовах господарювання вищих навчальних закладів жоден нормативний документ не вирішує таку важливу для запобігання недобросовісної конкуренції проблему, як встановлення індикативної мінімальної ціни на навчання, що дозволить, з одного боку, забезпечити адекватність витрат на створення належного рівня якості навчання, а з іншого – унеможливить демпінгування з боку «профанаторів» освітньої діяльності та деформацію конкурентного середовища. В результаті формується особливе ставлення до студента, який виступає в якості основного споживача освітніх послуг. Конкурентна боротьба все більшою мірою охоплює ринок освітніх послуг. Для того, щоб абітурієнти та їх батьки віддали перевагу певному навчальному закладу, йому достатньо встановити плату за навчання на декілька сотень нижчу, ніж у його конкурентів.

Завдяки неможливості попередньої оцінки споживачем якості освітніх послуг, конкуренція за їх якістю для багатьох ВНЗ не завжди є пріоритетною, і для захоплення більшої частини ринку вони практикують маніпуляцію споживачами за допомогою певних цінових стратегій. З цієї причини однією із складових діяльності вищого навчального закладу стає цінова політика, що є виразом його стратегічних цілей.

Надання освітньої послуги державним ВНЗ носить довгостроковий період (як мінімум чотири роки). Але, на жаль, вищі початкові заклади не забезпечені практичними рекомендаціями та методичними підходами щодо процесу ціноутворення у довгостроковому періоді. Тому дослідження теоретичних підходів до ціноутворення на ринку освітніх послуг повинні не абстрагуватися від реальної ситуації, коли державні

ВНЗ провадять свою діяльність в умовах постійного «втискання» у бюджет, а знайти оптимальне рішення шляхом поєднання теоретичних та практичних підходів до ціноутворення.

Систематизація принципів маркетингового ціноутворення повинна бути покладена в основу удосконалення процесу визначення вартості освітньої послуги державними вищими навчальними закладами.

З-поміж функцій, що виконує маркетингове ціноутворення, можна виділити ряд найважливіших:

- встановлення тенденцій економічних явищ і процесів у конкретних умовах діяльності підприємства (установи, організації);

- вивчення ринку й характеру взаємовідносин його учасників;

- аналіз результатів діяльності підприємства (установи, організації), виявлення причин зниження ефективності його функціонування;

- пошук резервів зниження ціни й розробка системи заходів, що направлені на розширення частки ринку та підвищення конкурентоспроможності.

Нехтуючи маркетинговими дослідженнями в області ціноутворення та ігнорування їх на практиці діяльності державних ВНЗ призводить до втрати закладом своїх конкурентних позицій на ринку освітніх послуг.

Тому при обрахунку вартості навчання у державному вищому навчальному закладі доцільно врахувати:

- покриття планових витрат при підготовці фахівця певної спеціальності;

- відповідність вартості освітньої послуги ринковому попиту та пропозиції;

- можливість своєчасного реагування на макроекономічні процеси, які відбуваються в державі.

Концептуально схема ціноутворення повинна виглядати наступним чином:

1) на основі аналізу попиту визначається базова ціна освітньої послуги;

2) ціна освітньої послуги повинна порівнюватися із цінами конкурентів на аналогічну освітню послугу;

3) ціна повинна бути адаптованою до умов сьогодення. Рациональною на цьому етапі була б система знижок (при сплаті за весь термін навчання разовим платежем; при відвідуванні підготовчих курсів; при паралельному навчанні, наприклад, на заочній та денній формі за різними напрямками підготовки; при одночасному навчанні декількох дітей) та націнок (при реалізації окремих додаткових курсів; при реалізації індивідуальних планів та графіків навчальної роботи; при спеціалізованій підготовці фахівців на замовлення підприємств);

4) обов'язково потрібно коригувати вартість освітньої послуги на індекс інфляції.

Необхідно зазначити, що описані в економічній літературі окремі концептуальні моделі ціноутворення не завжди повністю придатні для використання на практиці в конкретних галузях. Тому маркетинговий підхід для ринку освітніх послуг повинен мати специфічні ознаки, що базуються на комплексі сучасних підходів і методів до створення конкретних маркетингових заходів.

Аналіз факторів ціноутворення на ринку освітніх послуг зводиться до визначення всіх факторів, які впливають на рівень ціни та дозволяють діагностувати ті з них, які ігноруються або не враховуються у повній мірі. Водночас не можна забувати та враховувати такі важливі фактори як попит та пропозиція на ринку освітніх послуг.

Аналіз цінової чутливості споживачів із фактором цінової еластичності попиту має враховувати граничний діапазон цін для споживача освітніх послуг, а також вплив зміни ціни на імідж ВНЗ з боку споживачів та зв'язок ціни та якості. Рівень попиту задає максимальну ціну.

Дослідження фактичних витрат освітньої послуги передбачає аналіз структури витрат за її елементами, вивчення потенційних можливостей ВНЗ з орієнтацією на задоволення потреб ринку освітніх послуг. Фактичні витрати на надання освітньої послуги визначають рівень мінімальних цін.

Ретельний аналіз цін конкурентів, порівняння їх освітніх програм та якості освіти може використовуватися як початок для власного ціноутворення.

Контроль та аналіз цих чинників дає змогу вищому навчальному закладу відповідно реагувати на їх дію, легко адаптуватися до змін свого положення на ринку та мати постійні переваги в конкурентній боротьбі.

Список літератури:

1. Порядок надання платних освітніх послуг державними та комунальними навчальними закладами: Наказ Міністерства освіти і науки України, Міністерства економіки України, Міністерства фінансів України від 23.07.2010 № 736/902/758 [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/z1196-10>.