

## РОЗДІЛ 4

### ЕКОНОМІКА ТА УПРАВЛІННЯ ПІДПРИЄМСТВАМИ

УДК 338.46:338.51

**Базецька Г. І.**Харківський національний університет міського господарства  
імені О.М. Бекетова**Кусик Н. Л.****Багдікян С. В.**

Одеський національний університет імені І.І. Мечникова

#### СЕГМЕНТАЦІЯ РИНКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЗА КУПІВЕЛЬНОЮ СПРОМОЖНІСТЮ СПОЖИВАЧІВ ПОСЛУГ

Досліджено критерії, за якими можливо проводити сегментацію ринку вищої освіти за купівельною спроможністю споживачів освітніх послуг та рівнем їх вимог до якості цих послуг, такі як: прожитковий мінімум, мінімальна заробітна плата, середня заробітна плата. Згруповано споживачів послуг закладів вищої освіти залежно від їхньої купівельної спроможності, проаналізовано мінімальні потенційні можливості оплати освітніх послуг вітчизняних закладів вищої освіти різними групами споживачів. Виявлено потенційну кількість споживачів послуг вищої освіти в умовах ринку, диференційованого за купівельною спроможністю населення в 2018 р., на прикладі України та Одеської області.

**Ключові слова:** сегментація, критерій, прожитковий мінімум, мінімальна заробітна плата, середня заробітна плата, купівельна спроможність, споживач, ринок вищої освіти, освітня послуга, заклад вищої освіти.

**Постановка проблеми.** У сучасній інституціональній економіці інвестиції в людський капітал сприяють розвитку інтелектуального суспільства, формуючи новий еволюційний стан, в якому людина (її людський капітал) стає вирішальним чинником конкурентної переваги держави на етапі модернізації суспільства у цілому [1, с. 262–268]. У загальному вигляді основними джерелами накопичення елементів людського капіталу є: освіта і наука, охорона здоров'я, культура і мистецтво, інформаційне обслуговування, безпека. Таким чином, інвестиції в людський капітал – це цілеспрямоване вкладення ресурсів саме у вищезазначені сфери, що забезпечують поліпшення якісних параметрів людини та підвищення якості її життя [2].

З одного боку, не викликає сумніву необхідність відшкодування витрат за надання благ цими сферами (здебільшого надаються у вигляді послуг), які акумулюються як людський капітал. Такі послуги є персоналізованими, тобто в них зацікавлені конкретні особи, тому їх надання має бути економічно ефективним. З іншого боку, ці послуги – це суспільні блага, в яких зацікавлені та якими користуються всі члени суспільства. Ці блага взаємопов'язані та разом накопичуються у вигляді людського капіталу, який завжди персоналізований. Отже, надання послуг цими сферами має бути соціально справедливим. По суті, ці дві сторони є взаємопов'язаними та стосуються однієї й тієї ж проблеми: проблеми відшкодування витрат за надані послуги сферами освіти і науки, охорони здоров'я, культури і мистецтва, інформаційного обслуговування, безпеки. Останнім часом в українському суспільстві «межа» між економічною ефективністю та соціальною справедливістю, на нашу думку, починає окреслюватися найбільш очевидно та загострюється саме у сфері надання освітніх послуг.

Сьогодні в Україні сфера освіти зазнає суттєвих змін у напрямі все більшої диверсифікації джерел відшкодування витрат, зменшення державної частки в загальному обсязі ресурсів, які інвесту-

ються у цю сферу. Послуги освіти – це суспільні блага, які вважаються соціальними послугами та які (у своїй більшості) теоретично надаються безкоштовно. Однак на практиці виникає питання реальної можливості дійсного забезпечення справедливих умов для всіх членів суспільства в задоволенні потреб у послугах освіти. Нині особливо актуальним це питання стає в державному секторі сфери освіти, часткою якого є сфера вищої освіти.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Великий внесок у розвиток сучасної теорії людського капіталу зробили Т. Шульц, Г. Беккер, Е. Денісон, Р. Солоу, Дж. Кендрік, С. Кузнець, С. Фабрикант, І. Фішер, Р. Лукас та ін.

Дослідженню сфери освітніх послуг присвячено праці В.П. Щетиніна, який уважає освітньою послугою систему знань, інформації, вмінь і навиків, які використовуються для задоволення багаточислих потреб людини, суспільства і держави [3, с. 66–73]. Іншого підходу притримується Е.Н. Попов, який у своїх дослідженнях наполягає, що саме освітні послуги (сукупність праці викладачів), а не знання, вміння, навиків можуть розглядатися як товарна продукція навчального закладу [4, с. 65–71]. Дослідник А.В. Сагінова продуктом будь-якої освітньої установи називає освітню програму, яка розробляється для того, щоб задовольнити потребу в освіті, професійній підготовці, вченні або перепідготовці, тобто досягненні певного соціального ефекту [5, с. 45–50]. Заслужують на увагу дослідження А.А. Ченцова, який виділяє категорію «освітній продукт» [6]. Актуальна також позиція Е.І. Скрипака, який уважає, що економічна категорія «освітні послуги» нині підміняється вузьким поняттям «платні освітні послуги» [7].

Проблемами ціноутворення на освітні послуги навчального закладу з погляду маркетингу освітніх послуг займалися Д.А. Шевченко, І.В. Захарова [8]. В.В. Кулібанова у своїх роботах розглядає поняття конкурентоспроможності освітніх послуг, яка відображає міру відповідності з потребами споживача [9, с. 15]. Деякі дослідники, такі

як А.І. Татаркін та Е.В. Пилипенко, у принципі відкидають застосування до галузей соціальної сфери, у т. ч. й до сфери освітніх послуг, цінкових та вартісних показників [10, с. 7–19].

Внесок у розвиток теорії управління якістю освітніх послуг зробили такі фахівці, як Е.В. Злобін, А.А. Аветісов, Н.А. Селезньова, С.В. Міщенко, Б.І. Герасимов, Е.Ю. Ігнатієва та ін. Заслуговує на увагу з погляду управління якістю в освітній організації теорія оптимізації учбово-виховного процесу Ю.К. Бабанського, яка заснована на системному підході, виходить із того, що освітній процес став настільки багатогорним і багатоплановим, що приватними, автономними заходами істотно підвищити його якість неможливо [11, с. 184–185, 191].

**Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми.** Вітчизняні заклади вищої освіти (далі – ЗВО) формують свої доходи з двох основних джерел: з державних (бюджетних) ресурсів (60–65% загального бюджету закладу) та з власних ресурсів (35–40% загального бюджету закладу). Власні ресурси ЗВО формуються за рахунок дуже обмеженого виду доходів, які законодавчо дозволені відповідним державним, бюджетним, неприбутковим установам. ЗВО самостійно можуть отримувати дохід переважно по двох позиціях: за надання освітніх послуг (84–85% доходів спеціального фонду закладу) та за послуги, пов'язані з іншою господарською діяльністю (13–14% доходів спеціального фонду закладу) [12, с. 264–268]. Таким чином, основна дохідна стаття у структурі власних ресурсів ЗВО – це плата за освітні послуги, тому цінова політика ЗВО на ринку вищої освіти має передбачати розрахунок величини споживання цих послуг.

Вартість навчання у ЗВО пов'язана як із ціною детермінантою (собівартістю надання послуги), так і з неціновими детермінантами (престижністю ЗВО, спеціальності та ін.). Крім того, на вартість навчання впливають купівельна спроможність споживачів та рівень їхніх вимог до якості освітньої послуги. При цьому залежно від купівельної спроможності споживачів будуть розрізнятися їхні вимоги до якості освітньої послуги.

Основна частка ЗВО, які функціонують на ринку вищої освіти в Україні, – це державні (бюджетні) неприбуткові освітні установи. Спробуємо сегментувати цей ринок за купівельною спроможністю споживачів освітніх послуг та рівнем їхніх вимог. На першому етапі такого дослідження основна проблема полягає у виборі найбільш адекватного критерію, за яким слід проводити сегментацію. Це є принципово важливим, тому що, відповідно до виділених сегментів, далі повинні аналізуватися ЗВО, які їх обслуговують, щодо якості наданих ними послуг. До можливих критеріїв можна віднести: прожитковий мінімум, мінімальну заробітну плату, середню заробітну плату.

**Мета статті** полягає у спробі вибрати найбільш адекватний критерій, за яким слід проводити сегментацію ринку вищої освіти за купівельною спроможністю споживачів освітніх послуг та рівнем їхніх вимог до якості цих послуг. Це дасть змогу згрупувати споживачів послуг закладів вищої освіти залежно від їхньої купівельної спроможності, проаналізувати потенційні можливості різних груп споживачів щодо оплати освітніх послуг вітчизняних закладів вищої освіти, виявити потенційну кількість споживачів послуг вищої освіти в умовах ринку, диференційованого за купівельною спроможністю населення.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Законом України «Про державний бюджет України на 2018 рік» від 07.12.2017 встановлено розміри основних мінімальних соціальних стандартів у 2018 р. (табл. 1). Цим же Законом встановлено розмір мінімальної заробітної плати в 2018 р. з 1 січня: у місячному розмірі – 3 723 грн.; у погодинному розмірі – 22,41 грн. (табл. 2).

Середня заробітна плата в Україні, за даними Державної служби статистики, наприкінці I кварталу 2018 р. становила 8 382 грн. (табл. 3).

Якщо розглядати динаміку зміни середньої заробітної плати по областях України, то в регіональному розрізі спостерігається достатньо відчутний розрив між деякими регіонами (табл. 4).

Таким чином, виникає ще одна проблема у виборі найбільш адекватного критерію, за яким треба проводити сегментацію ринку вищої освіти

Таблиця 1

## Прожитковий мінімум в Україні у 2018 р. (з розрахунку на місяць)

Соціальні та демографічні групи населення	Розмір прожиткового мінімуму, грн.		
	01.01.18 – 30.06.18	01.07.18 – 01.11.18	01.12.18 – 31.12.18
Діти у віці до 6 років	1492	1559	1626
Діти у віці від 6 до 18 років	1860	1944	2027
Працездатні особи	1762	1841	1921
Особі, що втратили працездатність	1373	1435	1497
Загальний показник	1700	1777	1853

Джерело: складено авторами на основі [13]

Таблиця 2

## Мінімальна заробітна плата в Україні з 2016 по 2018 р.

Період	Мінімальна заробітна плата, грн.					
	Місячна			Погодинна		
	грн.	+ / -	%	грн.	+ / -	%
01.01.2016 – 30.04.2016	1378	0	0	8,29	0,00	0
01.05.2016 – 30.11.2016	1450	72	5,2	8,69	0,40	4,8
01.12.2016 – 31.12.2016	1600	150	10,3	9,59	0,90	10,4
01.01.2017 – 31.12.2017	3200	1600	100,0	19,34	9,75	101,7
01.01.2018 дотепер	3723	523	16,3	22,41	3,07	15,9

Джерело: складено авторами на основі [13]

Таблиця 3  
Середня заробітна плата по Україні  
за 2016–2018 рр.

Період		Середня місячна заробітна плата, грн.
січень 2016 р.	2016 р.	4362
грудень 2016 р.		6475
січень 2017 р.	2017 р.	6008
грудень 2017 р.		8777
січень 2018 р.	I квартал 2018 р.	7711
лютий 2018 р.		7828
березень 2018 р.		8382
квітень 2018 р.	II квартал 2018 р.	8480
травень 2018 р.		8725
червень 2018 р.		9141

Джерело: складено авторами на основі [14]

Таблиця 5  
Доходи населення України за I квартал 2018 р.

Види доходів	Млн. грн.	У % до підсумку
<i>Доходи:</i>	657928	100,0
– заробітна плата	327214	49,8
– прибуток та змішаний дохід	82338	12,5
– доходи від власності (одержані)	12108	1,8
– соціальні допомоги та інші поточні трансферти	236268	35,9
у тому числі:		
– соціальні допомоги	107192	16,3
– інші поточні трансферти	22431	3,4
– соціальні трансферти в натурі	106645	16,2

Джерело: складено авторами на основі [14]

Таблиця 4  
Середня заробітна плата по регіонах України за I–II квартали 2018 р., грн.  
(фрагмент за мінімумом та максимумом значень)

Регіон	Середня місячна заробітна плата, грн.					
	січень	лютий	березень	квітень	травень	червень
	I квартал 2018 р.			II квартал 2018 р.		
Україна	7711	7828	8382	8480	8725	9141
м. Київ	11668	12124	13388	13150	13286	13553
Донецька область	8389	8402	8927	9982	10166	9774
Київська область	8145	8073	8399	8559	8783	9481
Дніпропетровська область	7839	7761	8387	8478	8724	9065
Запорізька область	7479	7599	8336	8478	8565	8923
Одеська область	7228	7051	7449	7560	7939	8556
Херсонська область	6063	6285	6518	6613	7024	7471
Чернігівська область	6098	6149	6448	6672	6997	7341
Чернівецька область	5914	6120	6424	6394	6775	7485
Тернопільська область	5865	6040	6394	6495	6870	7495

Джерело: складено авторами на основі [14]

за купівельною спроможністю споживачів освітніх послуг та рівнем їхніх вимог: чи враховувати регіональні особливості областей?

Якщо розглядати структуру доходів населення України, то майже 50% у ній посідає заробітна плата та майже 36% – соціальні допомоги та інші одержані поточні трансферти (табл. 5). Тобто основним джерелом оплати освітніх послуг для більшості споживачів цих послуг є саме заробітна плата.

Державна служба статистики України щоквартально надає інформацію про розподіл працівників за розмірами заробітної плати на підставі даних державного статистичного спостереження «Обстеження підприємств із питань статистики праці» (табл. 6).

Головні управління статистики в областях України також щоквартально надають інформацію про розподіл працівників області за розмірами нарахованої їм заробітної плати (табл. 7, вибірково – за мінімумом та максимумом значень, за аналогією побудови табл. 4). Якщо розглядати цей розподіл по областях України, то в регіональному розрізі можна побачити достатньо значні коливання показників між регіонами.

Таким чином, знов виникає питання необхідності врахування регіональних особливостей областей під час вибору найбільш адекватного критерію, за яким треба проводити сегментацію ринку вищої освіти за купівельною спроможністю споживачів освітніх послуг та рівнем їхніх вимог.

На нашу думку, використання критерію «життєвий мінімум» для сегментації ринку вищої

освіти не є доцільним, тому що оплата таких освітніх послуг розглядається людьми як «вкладення в майбутнє» й навіть у складних фінансових умовах споживачі готові їх оплачувати. У зв'язку з тим, що основним джерелом оплати освітніх послуг для більшості споживачів є заробітна плата, маємо використовувати критерій «заробітна плата». Використання критерію «середня заробітна плата» також викликає деякі сумніви, тому що вимагає врахування регіональних особливостей соціально-економічного розвитку областей. А з поширенням тенденцій щодо академічної мобільності у сфері вищої освіти та прагнення до створення єдиного освітнього простору, цей критерій також є не дуже вдалим. Тому залишається вибрати за найбільш адекватний критерій сегментації ринку вищої освіти мінімальну заробітну плату.

За наявної вітчизняної статистичної бази можна спробувати сегментувати ринок вищої освіти за купівельною спроможністю споживачів освітніх послуг та рівнем їхніх вимог так, як представлено в табл. 8 (вибірково – за мінімумом та максимумом значень, за аналогією побудови табл. 7).

При цьому можна використовувати різні часові інтервали (квартал, рік, період) та за необхідності можна співставляти дані для порівняння регіональних ринків вищої освіти із загальнонаціональним. У табл. 8 категорії ЗВО мають такі характеристики: категорія «А» – максимум якості освітніх послуг за максимальної ціни (елітні приватні заклади, престижні виши, спеціальності); категорія «Б» – якість і вартість освітніх послуг

Таблиця 6

**Розподіл кількості штатних працівників в Україні  
за розмірами заробітної плати на кінець I та II кварталів 2018 р.**

Розмір заробітної плати, грн.	До 3723	Від 3723 до 4000	Від 4000 до 5000	Від 5000 до 6000	Від 6000 до 7000	Від 7000 до 8000	Від 8000 до 10000	Від 10000 до 15000	Понад 15000
<i>I квартал 2018 року</i>									
Питома вага працівників, %	7,9	17,7	14,5	11,9	8,4	7,5	10,8	12,5	8,8
<i>II квартал 2018 року</i>									
Питома вага працівників, %	7,4	15,4	13,2	11,0	7,9	7,3	11,0	14,9	11,9

Джерело: складено авторами на основі [14]

Таблиця 7

**Розподіл кількості штатних працівників по регіонах України  
за розмірами заробітної плати на кінець I кварталу 2018 р. (фрагмент)**

Розмір заробітної плати, грн.	До 3723	Від 3723 до 4000	Від 4000 до 5000	Від 5000 до 6000	Від 6000 до 7000	Від 7000 до 8000	Від 8000 до 10000	Від 10000 до 15000	Понад 15000
<i>Донецька область</i>									
Питома вага працівників, %	6,6	13,5	13,3	11,1	9,2	8,4	12,8	15,4	9,7
<i>Київська область</i>									
Питома вага працівників, %	6,0	20,9	14,5	11,8	7,9	7,1	10,0	12,3	9,6
<i>Одеська область</i>									
Питома вага працівників, %	6,0	23,2	15,2	12,6	8,2	7,0	9,6	11,0	7,2
<i>Чернівецька область</i>									
Питома вага працівників, %	11,2	18,6	17,4	14,1	8,6	7,3	9,9	9,0	3,9
<i>Тернопільська область</i>									
Питома вага працівників, %	10,8	20,1	16,1	13,2	8,8	7,7	10,2	9,4	3,7

Джерело: складено авторами на основі [15–19]

Таблиця 8

**Групування споживачів послуг закладів вищої освіти  
залежно від їхньої купівельної спроможності на кінець I кварталу 2018 р.**

Групи споживачів послуг ЗВО	Розмір заробітної плати, грн.	Питома вага від загальної кількості споживачів, %				Категорія ЗВО
		Україна	Київська область	Одеська область	Чернівецька область	
<i>Дуже високий рівень доходу: понад 4,0 мінімальних зарплат</i>	понад 15000	8,8	9,6	7,2	3,9	Категорія «А»
<i>Високий рівень доходу: 2,7 – 4,0 мінімальних зарплат</i>	10000 – 15000	12,5	12,3	11,0	9,0	Категорія «Б»
<i>Середній рівень доходу: 1,89 – 2,69 мінімальних зарплат</i>	7000 – 10000	18,3	17,1	16,6	17,2	
<i>Низький рівень доходу: від 1,0 до 1,88 мінімальних зарплат</i>	3723 – 7000	52,5	55,1	59,2	58,7	Категорія «В»
<i>Дуже низький рівень доходу: до 1,0 мінімальної зарплати</i>	до 3723	7,9	6,0	6,0	11,2	Не має категорії

Джерело: розроблено авторами

залежать від соціально-економічного стану регіону, від сили ринкової конкуренції, а також від адміністративних механізмів (основна маса ЗВО); категорія «В» – мінімальна ціна освітніх послуг, немає завдання конкурентоспроможності, якість відповідає мінімальним вимогам (сектор безкоштовної освіти, філії та представництва ЗВО у віддалених регіонах); не має категорії – споживачі не мають можливості споживати послуги закладів вищої освіти взагалі.

Споживачі освітніх послуг на ринку вищої освіти, які належать до різних соціальних верств та груп споживачів, вибирають ті заклади, які в

зможі оплачувати. Таким чином, якщо ЗВО можна диференціювати за сферами обслуговування ринку, то й рівень якості їхніх освітніх послуг також буде відрізнятися між ними.

Під час оцінки рівня купівельної спроможності споживачів освітніх послуг на ринку вищої освіти необхідно визначити ситуацію ринку, на якому працює ЗВО. Державні та міжнародні стандарти повинні забезпечувати мінімальний рівень якості вищої освіти, але зрозуміло, що реалізація цих стандартів багато в чому залежить від реального соціально-економічного стану регіону або населеного пункту.

Середні соціальні верстви населення становлять більшість студентів вітчизняних ЗВО. Потенційно це групи споживачів із високим та середнім рівнем доходу, питома вага яких у загальній кількості в Україні – 30,8% (у Київській області – 29,4%, в Одеській області – 27,6%, у Чернівецькій області – 26,2%). Група споживачів із низьким рівнем доходу, питома вага яких в загальній кількості в Україні – 52,5% (у Київській області – 55,1%, в Одеській області – 59,2%, у Чернівецькій області – 58,7%), в умовах економічної кризи і падіння платоспроможності стає непередбачуваною за обсягами і не може активно впливати на формування попиту на послуги вищої освіти. При цьому ці споживачі спроможні оплачувати освітні послуги тільки недорогих ЗВО. Група споживачів із дуже високим рівнем доходу (заможні соціальні верстви населення) не є великою за розмірами, їхня питома вага в загальній кількості в Україні – 8,8% (у Київській області – 9,6%, в Одеській області – 7,2%, у Чернівецькій області – 3,9%). При цьому споживачі з дуже низьким рівнем доходу, питома вага яких у загальній кількості в Україні – 7,9% (у Київській області – 6,0%, в Одеській області – 6,0%, у Чернівецькій області – 11,2%), взагалі не можуть оплачувати освітні послуги навіть недорогих ЗВО.

Якщо взяти до уваги офіційні статистичні дані про кінцеві споживчі витрати домашніх господарств за цілями в Україні (табл. 9), то можна побачити, що на освіту витрачається близько 1,2% від усіх загальних витрат. Але слід підкреслити, що стаття кінцевих споживчих витрат на освіту враховує витрати на освіту взагалі, а не лише на послуги вищої освіти. Однак сукупні витрати враховують доходи всіх видів, а не тільки заробітну плату, тому будемо вважати, що ці дві обставини умовно нівелюють одна одну. Для виявлення мінімальних потенційних можливостей споживачів щодо оплати освітніх послуг ЗВО можемо використовувати цей показник як орієнтовний. При цьому припускаємо, що саме послуги ЗВО є найдорожчими та мінімально забезпеченими державними ресурсами, тобто переважно є платними.

Враховуючи офіційні статистичні дані та групування споживачів послуг ЗВО залежно від їхньої купівельної спроможності, можна проаналізувати потенційні можливості споживачів щодо оплати освітніх послуг ЗВО, наприклад за даними I кварталу 2018 р. (табл. 10). Також припустимо, що йдеться про таку оплату послуг ЗВО, яку споживачі не тільки спроможні, а й вільно та своєчасно готові заплатити, базуючись лише на своїй заробітній платні, не враховуючи інші види доходів

Таблиця 9

Структура сукупних витрат домашніх господарств за цілями в Україні за 2016 р. – I квартал 2018 р.

Сукупні витрати в середньому за місяць у розрахунку на одне домогосподарство	2016 р. % до підсумку	2017 р. % до підсумку	2018 р. (I квартал) % до підсумку
Продукти харчування та безалкогольні напої	49,8	47,9	42,1
Алкогольні напої, тютюнові вироби та наркотики	2,9	3,1	7,6
Одяг і взуття	5,6	5,5	4,8
Житло, вода, електроенергія, газ та інші види палива	16,0	17,0	11,6
Предмети домашнього вжитку, побутова техніка та поточне утримання житла	1,7	2,0	4,0
Охорона здоров'я	4,2	3,8	6,3
Транспорт	3,6	3,7	9,5
Зв'язок	2,3	2,4	2,8
Відпочинок і культура	1,4	1,6	3,2
Освіта	1,0	1,1	1,2
Ресторани та готелі	2,2	2,3	2,9
Різні товари та послуги	2,5	2,5	4,0
Неспоживчі сукупні витрати	6,8	7,1	-
Загалом	100	100	100

Джерело: складено авторами на основі [14]

Таблиця 10

Аналіз мінімальних потенційних можливостей оплати освітніх послуг ЗВО різними групами споживачів (на прикладі України та Одеської області)

Категорія закладу вищої освіти	Групи споживачів за їх купівельною спроможністю	Розмір заробітної плати, грн.	Питома вага від загальної кількості споживачів, %		Можливість оплати освітніх послуг за граничними розмірами, грн.
			Україна	Одеська область	
Категорія «А»	Дуже високий рівень доходу	понад 15000 грн.	8,8	7,2	Спроможні оплачувати освітні послуги майже любой вартості (більше 26000 грн. за рік)
Категорія «Б»	Високий рівень доходу	10000 – 15000 грн.	12,5	11,0	Спроможні оплачувати освітні послуги від 17280 грн. до 25920 грн. за рік
	Середній рівень доходу	7000 – 10000 грн.	18,3	16,6	Спроможні оплачувати освітні послуги від 12096 грн. до 17280 грн. за рік
Категорія «В»	Низький рівень доходу	3723 – 7000 грн.	52,5	59,2	Спроможні оплачувати освітні послуги від 6433 грн. до 12096 грн. за рік
Не має категорії	Дуже низький рівень доходу	до 3723 грн.	7,9	6,0	Не спроможні оплачувати освітні послуги взагалі

Джерело: розроблено авторами

(наприклад, соціальні допомоги та інші поточні трансферти). Тобто йдеться про, як би мовити, «майже гарантовану» можливість оплати освітніх послуг ЗВО відповідними групами споживачів.

Таким чином, у найбільш загальному вигляді, якщо у ЗВО вартість навчання (за різними спеціальностями та формами) становить від 6 433 до 12 096 грн. за рік навчання, то такий ЗВО може розраховувати на потенційну кількість споживачів його послуг близько 53% від загальної кількості споживачів (в Одеській області – 59%). Якщо вартість навчання – від 12 096 до 17 280 грн., потенційна кількість споживачів – близько 18% (в Одеській області – 17%), від 17 280 до 25 920 грн. – потенційних споживачів послуг близько 13% (в Одеській області – 11%), якщо більше 26 тис. грн., ЗВО може розраховувати на потенційну кількість споживачів близько 9% від загальної кількості споживачів (в Одеській області – 7%).

Якщо врахувати дані щодо вікового складу населення України та Одеської області (табл. 11), можна спрогнозувати, в найбільш опосередкованому вигляді, потенційну кількість споживачів послуг вищої освіти на національному та регіональному ринках вищої освіти в умовах диференціації купівельної спроможності населення (табл. 12).

Враховуючи середню вартість навчання у ЗВО Одеської області, які належать здебільшого до ЗВО категорії «Б» та в меншій кількості – до категорії «В», потенційна кількість споживачів їхніх послуг, за найоптимістичнішими прогнозами, може бути близько 1 249,06 тис. осіб. За даними Головного управління статистики в Одеській області, на початок 2017/2018 навчального року в Одеській області діяло 40 ЗВО [17]. Тобто в середньому на один ЗВО припадає близько 3000–3200 осіб, які спроможні та готові заплатити за його освітні

послуги з наявним рівнем якості надання послуг. Решту споживачів можна заохотити лише «оновленою» якістю освітньої послуги в рамках ЗВО категорії «А». Й тут знову постає питання економічної ефективності надання послуг вищої освіти. Оцінка якості освіти не може розглядатися тільки як відповідність освітнім стандартам. Як і якість інших послуг, вона вимагає оцінки технологічного та цінового складників. Управління якістю передбачає розрахунок співвідношення бажаного рівня якості товару (послуги) та рівня витрат на нього. Рівень якості не завжди прагне до максимуму, він повинен бути таким, щоб забезпечити мінімум собівартості товару (послуги) за його належної конкурентоспроможності. Якість освітніх послуг не є винятком, вона також регулюється ринковою кон'юнктурою [8, с. 93–94].

**Висновки.** Число ЗВО категорії «А» може збільшуватися дуже незначно, оскільки їх ринок обмежений, а питома вага споживачів дуже незначна. Останнім часом платоспроможний попит населення, що належить до середніх соціальних верств, поступово знижується, незважаючи на невеликий приріст середньої зарплати, який нівелюється ростом споживчих цін на товари і послуги. За низької купівельної спроможності населення практично всі ЗВО, які належать до категорії «Б», стикаються з проблемою відшкодування витрат за надання своїх освітніх послуг. З одного боку, підвищення вартості навчання (перехід до ЗВО категорії «А») обмежене розмірами ринку та незначною кількістю споживачів. З іншого боку, зниження вартості навчання (перехід до ЗВО категорії «В») ставить під загрозу підтримання якості освітньої послуги (при цьому мови й не має про її підвищення) та взагалі економічну ефективність функціонування закладу (при цьому мови й не має про його економічну автономність). Хоча майже 60%

Таблиця 11

**Демографічна ситуація в Україні та Одеській області: розподіл постійного населення за окремими віковими групами в 2016–2018 рр., тис. осіб**

На 01.01	Всього населення	0–14 років	0–15 років	0–17 років	15–64 роки	16–59 років	18 і понад років	60 і понад років	65 і понад років
<i>Україна</i>									
2016	42590,9	6494,3	6856,3	7614,0	29327,7	42590,9	34976,9	9417,2	6768,9
2017	42414,9	6535,5	6886,96	7615,6	29011,8	25982,0	34799,3	9545,9	6867,5
2018	42216,8	6530,5	6895,7	7609,3	28719,0	25641,3	34607,5	9679,8	6967,3
<i>Одеська область</i>									
2016	2379,2	392,6	412,5	454,96	1632,1	26317,4	34976,9	9417,2	6768,9
2017	2375,5	398,8	418,97	459,4	1616,3	1452,5	1916,1	503,98	360,3
2018	2372,0	402,7	423,7	463,99	1604,1	1439,0	1908,0	509,3	365,2

Джерело: складено авторами на основі [14]

Таблиця 12

**Потенційна кількість споживачів послуг вищої освіти в умовах ринку, диференційованого за купівельною спроможністю населення, у 2018 р. (на прикладі України та Одеської області)**

Категорія закладу вищої освіти	Групи споживачів за їх купівельною спроможністю	Вартість освітніх послуг ЗВО, грн. за 1 рік навчання	Питома вага від загальної кількості споживачів, %		Потенційна кількість споживачів, тис. осіб	
			Україна	Одеська область	Україна	Одеська область
Категорія «А»	Дуже високий рівень доходу	більше 26000 грн. за рік	8,8	7,2	2256,44	103,61
Категорія «Б»	Високий рівень доходу	17280 – 25920 грн. за рік	12,5	11,0	3205,17	158,29
	Середній рівень доходу	12096 – 17280 грн. за рік	18,3	16,6	4692,36	238,88
Категорія «В»	Низький рівень доходу	6433 – 12096 грн. за рік	52,5	59,2	13461,69	851,89

Джерело: розроблено авторами

споживачів спроможні та готові заплатити саме за такі освітні послуги, погоджуючись саме на таку якість, що відповідає мінімальним вимогам. Отже, повертаємося до питання соціальної справедливості надання послуг вищої освіти та проблеми формування людського капіталу в сучасній інституціональній економіці.

Взагалі в умовах ринку вищої освіти, диференційованого за купівельною спроможністю споживачів, потрібно говорити про цінову політику ЗВО, яка має передбачати розрахунок величини вартості освітніх послуг щодо різних соціальних груп. Це може бути одним зі способів знівелювати «межу» між економічною ефективністю та соціальною справедливістю у сфері вищої освіти.

Регулювання якості вищої освіти ринковими механізмами починається тоді, коли споживачі можуть собі дозволити оплачувати ці послуги. В іншому разі ринкові механізми не працюють, а якість вищої освіти буде тільки на тому мінімальному рівні, який можливо забезпечити адміністративним регулюванням. Адміністративний вплив призводить до посилення диференціації всередині самої системи вищої освіти: більш конкурентоспроможні заклади посилюють свої позиції на ринку, а слабкі втрачають будь-яку можливість розвитку, тому що для них можливий тільки адміністративний підхід до управління якістю і, відповідно, мінімальні вимоги до складників якості освітньої послуги та конкурентоспроможності закладу.

#### Список використаних джерел:

1. Регіонально-адміністративний менеджмент / В.Г. Воронкова, М.А. Ажажа, С.Л. Катаєв та ін. Київ: Професіонал; Центр учбової літератури, 2010. 352 с.
2. Макконел К.Р., Брю С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика. Москва: Республика, 1992. Т. 2. 400 с.
3. Щегинин В.П. Самообразие российского рынка образовательных услуг. Мировая экономика и международные отношения. 1997. № 11. С. 66–73.
4. Попов Е.Н. Услуги образования и рынок. Российский экономический журнал. 1992. № 6. С. 65–71.
5. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг. Москва, 1999. С. 45–50.
6. Ченцов А.А. Инновационные стратегии на рынке образовательных услуг: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05. Москва, 1998. 22 с.
7. Скрипак Е.И. К вопросу о понятии «образовательная услуга». Интеллектуальный и индустриальный потенциал регионов России: материалы Всероссийских научных чтений. Кемерово, 1999. С. 157–159.
8. Захарова И.В. Маркетинг образовательных услуг. Ульяновск: УлГТУ, 2008. 170 с.
9. Кулибанова В.В. Маркетинг сервисных услуг. Руководство по повышению конкурентоспособности. Санкт-Петербург, 2006. 192 с.
10. Татаркин А.И., Пилипенко Е.В. Тенденции становления экономики знаний. Экономическая наука современной России. 2007. № 1(36). С. 7–19.
11. Игнатъева Е.Ю. Менеджмент знаний в управлении качеством образовательного процесса в высшей школе: монография. Великий Новгород: НовГУ имени Ярослава Мудрого, 2008. 280 с.
12. Кусик Н.Л. Экономические аспекты автономного функционирования ОНУ им. И.И. Мечникова как высшего учебного заведения. Матеріали 70-ї наукової конференції професорсько-викладацького складу економіко-правового факультету ОНУ імені І.І. Мечникова (Одеса, 25–27 листопада 2015 р.). Одеса, 2015. С. 264–268.
13. Про Державний бюджет України на 2018 рік: Закон України від 07.12.2017 № 2246-VIII / Верховна Рада України. URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2246-19> (дата звернення: 18.08.2018).
14. Демографічна та соціальна статистика. Ринок праці. Оплата праці та соціально-трудова відносина / Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2018).
15. Демографічна та соціальна статистика. Ринок праці. Оплата праці та соціально-трудова відносина / Головне управління статистики в Донецькій області. URL: <http://donetskstat.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2018).
16. Демографічна та соціальна статистика. Ринок праці. Оплата праці та соціально-трудова відносина / Головне управління статистики в Київській області. URL: <http://kyivobl.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2018).
17. Демографічна та соціальна статистика. Ринок праці. Оплата праці та соціально-трудова відносина / Головне управління статистики в Одеській області. URL: <http://www.od.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2018).
18. Демографічна та соціальна статистика. Ринок праці. Оплата праці та соціально-трудова відносина / Головне управління статистики у Чернівецькій області. URL: <http://www.cv.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 18.08.2018).
19. Демографічна та соціальна статистика. Ринок праці. Оплата праці та соціально-трудова відносина / Головне управління статистики у Тернопільській області. URL: <http://www.te.ukrstat.gov.ua> (дата звернення 18.08.2018).

**Базецкая А. И.**

Харьковский национальный университет городского хозяйства имени А.Н. Бекетова

**Кусик Н. Л.**

**Багдикян С. В.**

Одесский национальный университет имени И.И. Мечникова

#### СЕГМЕНТАЦИЯ РЫНКА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО ПОКУПАТЕЛЬНОЙ СПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ УСЛУГ

##### Резюме

Исследованы критерии, по которым можно проводить сегментацию рынка высшего образования по покупательной способности потребителей образовательных услуг и уровню их требований к качеству этих услуг, такие как: прожиточный минимум, минимальная заработная плата, средняя заработная плата. Сгруппированы потребители услуг учреждений высшего образования в зависимости от их покупательной способности, проанализированы минимальные потенциальные возможности оплаты образовательных услуг отечественных учреждений высшего образования различными группами потребителей. Выявлено потенциальное количество потребителей услуг высшего образования в условиях рынка, дифференцированного по покупательной способности населения в 2018 г., на примере Украины и Одесской области.

**Ключевые слова:** сегментация, критерий, прожиточный минимум, минимальная заработная плата, средняя заработная плата, покупательная способность, потребитель, рынок высшего образования, образовательная услуга, учреждение высшего образования.

**Bazetska G. I.**

Kharkiv O.M. Beketov National University of Urban Economy

**Kusyk N. L.**

**Bagdikian S. V.**

Odessa I.I. Mechnikov National University

## **SEGMENTATION OF THE MARKET OF THE HIGHER EDUCATION ON PURCHASING POWER OF CONSUMERS OF SERVICES**

### **Summary**

Here were investigated the criteria by which it is possible to carry out market segmentation of the higher education on purchasing power of consumers of educational services and the level of their requirements to the quality of these services, such, as: subsistence minimum, minimum wage, average wage. The consumers of higher education services were grouped according to their purchasing power, and there were analyzed the minimal potential possibilities of payment for educational services of domestic institutions of higher education by various groups of consumers. It was revealed potential number of consumers of higher education services on a market, which is differentiated by the purchasing power of the population in 2018 by the example of Ukraine and the Odessa region.

**Keywords:** segmentation, criterion, subsistence minimum, minimum wage, average wage, purchasing power, consumer, higher education market, educational service, institution of higher education.