

ДИВЕРСИФІКАЦІЯ ОСВІТНІХ ПРОДУКТІВ ЗВО: УКРАЇНСЬКИЙ КОНТЕКСТ ТА ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ДОСВІД ФОРМУВАННЯ ВАРТОСТІ

Бойко Анна Ігорівна

аспірантка кафедри статистики,

Львівський національний університет імені Івана Франка

Сучасна система вищої освіти перебуває у стані глибоких трансформацій, зумовлених швидким старінням знань, інтенсивним розвитком технологій створення та передачі інформації, а також появою нових форматів навчання, заснованих на цифрових технологіях та інструментах штучного інтелекту. У таких умовах заклади вищої освіти (ЗВО) намагаються адаптувати економічну поведінку до змін, зокрема шляхом диверсифікації освітніх продуктів, розвитку коротких та цифрових форматів і вдосконалення підходів до визначення їх вартості. Для українських університетів ці питання набувають особливої ваги внаслідок поєднання кількох чинників: обмежених фінансових ресурсів в умовах воєнного часу, конкуренції з неформальними провайдерами, міжнародними освітніми платформами, зростання ролі поведінкових і репутаційних факторів у сприйнятті цінності освітнього продукту.

У наукових працях питання ціноутворення на освітні послуги досліджуються як з позиції витратних моделей, так і з урахуванням ринкових чинників. Т. Затонацька в [1] акцентує на структурі витрат, еластичності попиту й ролі бренду університету. А. Скрипник та І. Костенко [2] аналізують фінансування освіти та застосування європейського досвіду, зокрема механізмів прозорості витрат і результатно-орієнтованих підходів. У роботах І. Труніної, К. Пряхіної та М. Андрієнко [3] узагальнено, що ефективна модель має поєднувати витратну обґрунтованість із ринковою гнучкістю та ціннісною орієнтацією.

Класифікація освітніх продуктів має не лише аналітичне, а й економічне значення, оскільки кожний тип освітньої пропозиції має особливу логіку витрат на його розробку і реалізацію, сприйняття цінності та структуру попиту. Від чіткого розуміння типу та особливостей освітнього продукту залежить коректність методів ціноутворення, прогнозування прибутковості та стратегічне позиціонування освітньої пропозиції. У табл. 1 запропоновано типологію традиційних освітніх продуктів, за такими ознаками як: 1) форма реалізації, 2) тривалість, 3) цільова аудиторія, 4) ключові особливості попиту і пропозиції.

**Типологія традиційних освітніх продуктів
у сегменті вищої та інших видів освіти**

Тип освітнього продукту	Характеристики			
	Форма реалізації	Тривалість	Цільова аудиторія	Особливості попиту і пропозиції та ціноутворення
Освітні програми для здобуття диплому про вищу освіту	Очна, дистанційна, гібридна	Довготривалі (1–6 років)	Вступники, здобувачі вищої освіти	Низька еластичність попиту; ціноутворення здебільшого витратне; суттєвий вплив державної політики фінансування
Короткі професійні програми, курси підвищення кваліфікації	Очна, онлайн, гібридна	Від 1 тижня до 6 місяців	Різні вікові та професійні категорії слухачів	Висока еластичність попиту; гнучке ціноутворення; короткий життєвий цикл продукту; велике значення маркетингу
Корпоративні освітні продукти	Закриті формати (Очна, онлайн, гібридна)	Коротко- або середньострокові, адаптовані до клієнта	Бізнес-клієнти, команди	Індивідуальне ціноутворення; висока маржинальність; акцент на персоналізації

Джерело: складено автором

Традиційні програми для здобуття ступеня характеризуються стабільним попитом і переважно витратним типом ціноутворення, який визначається державними нормативами. Натомість короткі професійні та корпоративні програми функціонують у більш динамічному середовищі, де вирішальну роль відіграють ринкові механізми, еластичність попиту, персоналізація пропозиції та маркетингова стратегія. Такий поділ підкреслює необхідність диференційованого підходу до визначення вартості освітніх продуктів залежно від їх тривалості, форми реалізації та поведінкових характеристик споживачів. У табл. 2 запропоновано типологію цифрових освітніх продуктів.

Як видно з таблиці 2, синхронні онлайн-курси доцільно розробляти для напрямів, де знання швидко змінюються і необхідна взаємодія з викладачем (наприклад, курси з SEO, діджитал-маркетингу, аналітики даних). Асинхронні відеокурси, навпаки, ефективні для сталих дисциплін, де знання мають довший життєвий цикл (наприклад, Excel, основи статистики). Такий поділ дає змогу формальним (ЗВО) і неформальним провайдерам ефективніше розподіляти ресурси й планувати оновлення контенту.

Типологія цифрових освітніх продуктів

Тип освітнього продукту	Характеристики			
	Форма реалізації	Тривалість	Цільова аудиторія	Особливості попиту і пропозиції та ціноутворення
Синхронні онлайн-курси	Онлайн у реальному часі (Zoom, Teams)	Коротко- або середньострокові модулі	Широка аудиторія	Підходять для динамічних тем, висока частка витрат на оплату праці викладачів; низька масштабованість
Асинхронні відеокурси	Онлайн у записаному форматі	Короткі автономні модулі	Широка аудиторія	Доцільні для стабільних тем, висока масштабованість; низькі граничні витрати
Електронні навчальні матеріали	Цифровий формат	Автономні / супровідні матеріали	Широка аудиторія	Використовуються як самостійний або додатковий продукт; фіксоване або пакетне ціноутворення

Джерело: складено автором

Європейські країни використовують різні комбінації підходів до визначення вартості освітніх пропозицій, залежно від структури ринку, рівня державного фінансування та частки приватного сектору. У табл. 3 систематизовано підходи до визначення вартості освітніх продуктів у деяких країнах Європейського Союзу.

Підходи до визначення вартості освітніх продуктів у деяких країнах ЄС (у сегменті вищої освіти)

Країни	Домінуючі підходи	Системи фінансування	Особливості ціноутворення
1	2	3	4
Німеччина	Витратний, бюджетний	Переважно державне фінансування; безкоштовна освіта для громадян ЄС	Акцент на ефективності витрат і прозорості бюджетного фінансування; ринкові елементи мінімальні
Франція	Витратний, бюджетний	Централізоване фінансування; державне регулювання	Низькі студентські внески; ціна визначається за державними нормативами
Нідерланди	Витратний, ціннісний	Змішане фінансування: державне + приватне	Орієнтація на результативність навчання і привабливість для іноземних студентів; активні елементи ринкового підходу
Польща	Витратний, ринковий	Змішана система: державні та приватні університети	Приватні ЗВО орієнтуються на попит, державні – на нормативні витрати

1	2	3	4
Іспанія	Витратний, ціннісний	Комбінована модель фінансування (державна + регіональна)	Вартість варіює за регіонами; університети враховують якість програм і показники працевлаштування
Швеція, Данія	Витратний, бюджетний	Повністю державне фінансування для громадян ЄС	Орієнтація на ефективність використання коштів; ринкові елементи мінімальні

Джерела: складено автором за [4–6]

Країни Європейського Союзу характеризуються спільними підходами до формування вартості освітніх програм, заснованими на соціальній орієнтації вищої освіти, високому рівні державного фінансування та контролі ефективності витрат. У більшості країн ЄС – Німеччині, Франції, Іспанії, Нідерландах, Польщі та скандинавських державах – домінують витратний і бюджетний підходи, що забезпечують прозорість фінансування та доступність освіти. Водночас спостерігається інтеграція ринкових і ціннісних механізмів, особливо в Нідерландах, Іспанії та Польщі, де університети мають більшу автономію, адаптують ціни до попиту та орієнтуються на результативність програм. Ціна вищої освіти у таких моделях виступає показником очікуваної цінності освітнього продукту. Для України найбільш наближеною є змішана європейська модель, що поєднує витратну прозорість, ціннісний підхід і ринкову гнучкість, сприяючи розвитку коротких і цифрових програм та інтеграції у Європейський освітній простір.

Список використаних джерел:

1. Затонацька Т. Г. Зарубіжний досвід фінансування розвитку освіти: перспективи застосування в Україні. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2012. № 139. С. 44–49.
2. Скрипник А. В., Костенко І. С. Економетричний аналіз попиту та пропозиції освітніх послуг за спеціальністю 051 «Економіка». *Бізнес Інформ*. 2020. № 4. С. 279–288.
3. Труніна І. М., Пряхіна К. А., Андрієнко М. С. Ціноутворення на ринку вищої освіти України. *Ефективна економіка*. 2021. № 10.
4. Organisation for Economic Cooperation and Development (OECD). Education at a Glance 2023: OECD Indicators. Paris: OECD Publishing, 2023. DOI: <https://doi.org/10.1787/69096873-en>.
5. European University Association (EUA). Public Funding Observatory Report 2024. Brussels: EUA, 2024. URL: <https://eua.eu>.
6. World Bank. Higher Education Policy Reviews: Trends and Challenges in Europe and Central Asia. Washington, D.C.: World Bank, 2023. URL: <https://www.worldbank.org/education>.
7. Times Higher Education. Global University Survey 2023: The Future of Higher Education. London: THE Publications, 2023. URL: <https://www.timeshighereducation.com>