Балтийский экономический журнал. 2026. № 3(55). С. 66-78.
Baltic Economic Journal. 2026. No. 3(55). P. 66-78.

РЕГИОНАЛЬНАЯ И ОТРАСЛЕВАЯ ЭКОНОМИКА

Научная статья
УДК 338:331
doi: 10.46845/2073-3364-2026-0-3-66-78

Экономическая результативность предуниверсария в маркетинговой стратегии отраслевого вуза

Оксана Геннадьевна Огий[1]
Алиса Дмитриевна Кметь[2]
[1, 2] ФГБОУ ВО «Калининградский государственный технический университет», Калининград, Россия
[1]oksana.ogij@klgtu.ru
[2]alisa.kmet@klgtu.ru

Аннотация. Экономическая результативность разнообразных предуниверситетских проектов остаётся слабоизученной и требует дополнительных исследований. В статье представлены результаты исследования экономической эффективности ключевого звена маркетинговой стратегии отраслевого вуза – предуниверсария. На основе анализа динамики и структуры доходов и расходов на реализацию предуниверситетских проектов за период с 2021 по 2025 годы установлены основные параметры результативности, выявлена сезонность в доходности, установлено влияние разнообразия проектов предуниверсария и его экономической результативности. Полученные результаты могут быть полезны для оптимизации графика платных образовательных услуг и корректировки маркетинговой стратегии, для разработки мер по повышению доходности отдельных проектов предуниверсария и обеспечению его устойчивой экономической результативности.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, университет, предуниверсарий, экономическая эффективность, доходы, расходы, сезонность

Для цитирования: Огий О. Г., Кметь А. Д. Экономическая результативность предуниверсария в маркетинговой стратегии отраслевого вуза // Балтийский экономический журнал. 2026. № 3(55). С. 66-78. https://doi.org/10.46845/2073-3364-2026-0-3-66-78

© Огий О. Г., Кметь А. Д., 2026.

Original article

Economic efficiency of pre-university programs in the marketing strategy of an industry-specific university

Oksana G. Ogiy[1]
Alisa D. Kmet[2]
[1, 2] Kaliningrad State Technical University, Kaliningrad, Russia
[1] oksana.ogij@klgtu.ru
[2] alisa.kmet@klgtu.ru

Abstract. The economic performance of various pre-university projects remains poorly understood and requires further research. This article presents the results of a study examining the economic efficiency of a key element of a sector-specific university's marketing strategy—a pre-university program. Based on an analysis of the dynamics and structure of revenues and expenses for the implementation of pre-university projects for the period 2021–2025, key performance indicators were identified, seasonality in profitability was revealed, and the impact of the diversity of pre-university programs on their economic performance was assessed. The findings may be useful for optimizing the schedule of paid educational services and adjusting the marketing strategy, as well as for developing measures to increase the profitability of individual pre-university programs and ensure their sustainable economic performance.

Keywords: marketing strategy, university, pre-university, economic efficiency, income, expenses, seasonality

***For citation*:** Ogiy O. G., Kmet A. D. Economic performance of the pre-university in the marketing strategy of an industry-specific university // Baltic Economic Journal. 2026;3(55):66-78. (In Russ.). https://doi.org/10.46845/2073-3364-2026-0-3-66-78

Введение

В условиях жесткой конкуренции за мотивированных обучающихся университеты наращивают маркетинговые усилия, разрабатывают стратегии и применяют разнообразный инструментарий. За последние 10 лет маркетинговые бюджеты вузов выросли в разы, и оценка результативности этого направления представляется актуальной исследовательской и практической задачей. Особый интерес в контексте поставленной проблемы представляет экономическая результативность предуниверситетских проектов как основы маркетинговой стратегии региональных и отраслевых вузов, которые не обладают ресурсным потенциалом университетов с особым статусом (федеральных, исследовательских, опорных и др.), но находятся в поле жесткой конкуренции с ними, и другими себе подобными вузами. Так, работе [1] выделяются проблемы, характерные для региональных вузов: недостаточное количество бюджетных мест, выраженный отток абитуриентов в учебные заведения центральной части России.

Единого понятия «предуниверсария» не выработано. В западной практике «preuniversity» - это специализированная структура подготовки старшеклассников при вузах. В отечественной практике это понятие не слишком распространено, но содержит более широкое толкование, и рассматривается как системная профориентационная работа и разнообразная довузовская подготовка. В этом контексте предуниверсарий является стратегическим маркетинговым ресурсом вуза, позволяющим обеспечивать формирование мотивированного и подготовленного контингента абитуриентов, а также дополнительный внебюджетный доход.

В современных исследованиях довузовская подготовка рассматривается в разрезе различных организационных моделей профориентации, маркетинговых методик продвижения высшего учебного заведения, возможности прогнозирования контингента студентов и оценки педагогической эффективности блока подготовительных курсов. Финансово-экономический аспект в рамках деятельности предуниверсариев университета исследуется довольно редко и фрагментарно, что не позволяет говорить об установленных устойчивых экономических тенденциях и закономерностях.

Материалы и методы

Анализ отечественных и зарубежных исследований подтверждает актуальность проблем довузовской подготовки и привлечения абитуриентов и позволяет судить об отсутствии единого подхода к оценке экономической эффективности проектов предуниверсария.

Первую группу анализируемых исследований сформировали отечественные работы, посвященные проблемам реализации профориентационной деятельности университета и оценке эффективности сотрудничества высшего учебного заведения с общеобразовательными организациями и центрами занятости населения [1-3].

Вторую группу исследований формируют работы, рассматривающие профориентационную деятельность университета как инструмент маркетинговой стратегии [4-12]. Профориентационные проекты здесь рассматриваются как часть процессов продвижения, накопления данных о профессиях и предпочтениях; как основу для разработки профориентационных проектов, а саму профориентационную деятельность – как инструмент формирования привлекательного имиджа университета. В исследовании [5] предлагается использовать показатели стабильных позиций университета в медиаполе как индикатор эффективности работы маркетинговых службы и обосновывается необходимость проведения анкетирования целевой аудитории для максимальной оценки реального охвата подписчиков среди школьников. В работе [6] с применением статистических методов авторы проверили данные на отсутствие аномальных значений и подтвердили наличие тренда в изменении контингента. Авторы утверждают, что прогнозирование контингента позволит университету

более рационально подходить к распределению ресурсов на профориентационную работу и вовремя вносить изменения в маркетинговую стратегию.

В ряде работ исследована проблема результативности предуниверсария в контексте последующей успешности и качества обучения [7, 8]. В исследованиях [9-11] роль университета рассматривается со стороны институционального поставщика подготовительных курсов, а также различные финансовые модели их реализации: оказание платных образовательных услуг для абитуриентов на основе договоров, выполнение государственного заказа и проведение внутренних подготовительных курсов для действующих студентов университета. В [9] авторы утверждают, что блок подготовительных курсов является эффективным инструментом продвижения и привлечения абитуриентов. В [10] рассматривает модель, в рамках которой университет привлекается к реализации блока подготовительных курсов к экзамену Saber 11 на условиях государственного заказа со стороны органов управления образованием.

Результативность разнообразных предуниверситетских проектов остаётся слабоизученной и требует дополнительных исследований [12]. Влияние предуниверсария на качество приема и последующую успеваемость представлена в работе авторов [13].

Проведенный анализ зарубежных и отечественных исследований позволяет резюмировать, что, несмотря на важность предуниверсария в маркетинге вузов, данных об их экономической результативности недостаточно.

Настоящее исследование основано на анализе пятилетней динамики экономической результативности предуниверсария отраслевого вуза - Калининградского государственного технического университета. Первичной исследовательской информацией выступила база данных корпоративной финансово-экономической статистики. Анализируемый массив данных представляет собой структурированные данные помесячного учета доходов, расходов, затрат на реализацию программ предуниверсария за период с 2021 по 2025 год.

Результаты и обсуждение

За период 2021-2025 гг. доходы предуниверсария формировались из трех основных источников:

1) поступления от физических лиц по договорам об оказании платных образовательных услуг (подготовительные курсы);

2) поступления от общеобразовательных организаций в форме оплаты услуг по реализации дополнительных общеобразовательных программам довузовской подготовки и профориентационных проектов для предпрофильных и профильных классов;

3) доходы от грантовых поступлений в форме субсидий (рисунок 1).

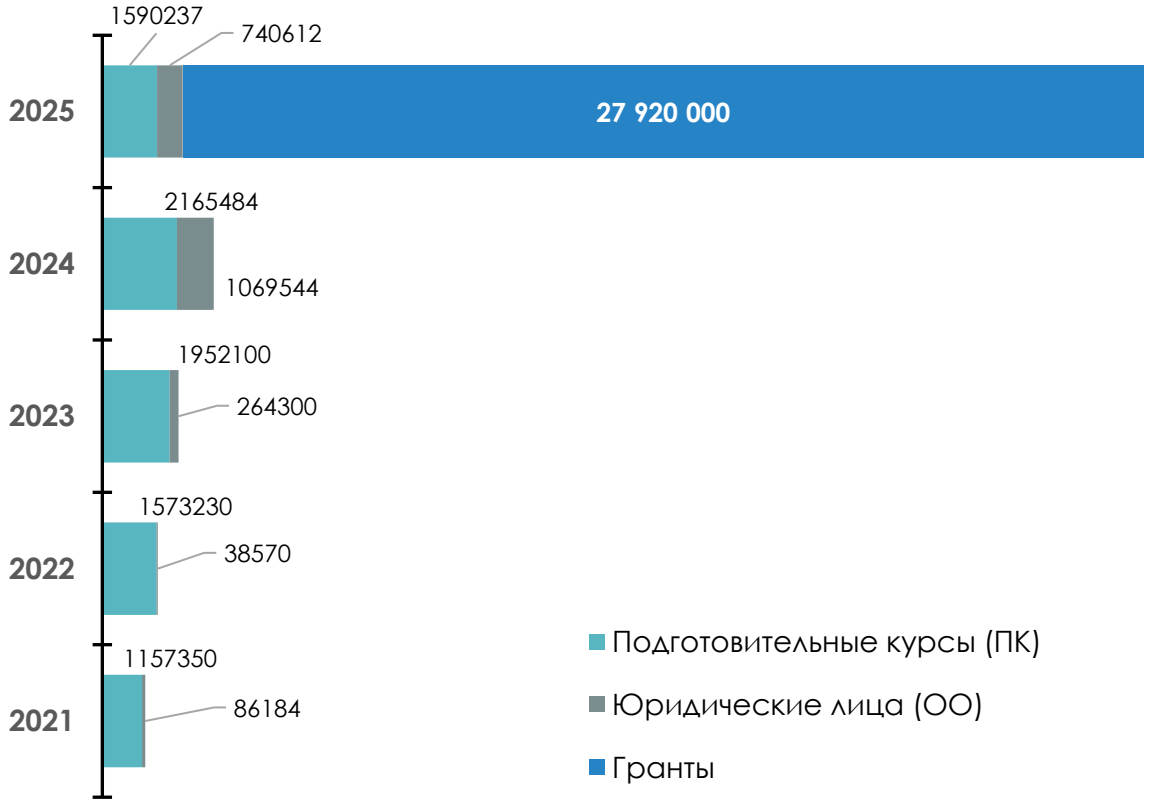

Рисунок 1 – Структура доходов предуниверсария, 2021-2025 гг., руб.
Figure 1 – The income structure of the pre-university, 2021-2025, rubles
Источник: составлено авторами по данным бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «КГТУ»

Доходы от реализации блока подготовительных курсов (подготовка к сдаче ЕГЭ и вступительным испытаниям) демонстрируют устойчивый рост в 2021-2024 годах, достигая максимального значения в 2024 году. Снижение доходов до средней за последние четыре года наблюдается в 2025 году.

В начальном периоде функционирования предуниверсария (в 2021-2022 годах) поступления от платных услуг общеобразовательным организациям минимальны. Затем, в 2023-2024 годах фиксируется значительный рост поступлений. Как видно на рисунке 1 в 2025 году поступления несколько снижаются, но остаются убедительно выше результатов первых двух лет.

Опыт платной профориентационной работы с организациями формирует потенциал предуниверсария более высокого уровня, что позволяет выходить на уровень конкуренции за грантовую поддержку. Так, доходы от грантов отсутствуют в период с 2021 по 2024 год, затем в 2025 году университет активно наращивает данный блок, доходность которого многократно превышает сумму всех предшествующих доходов за весь анализируемый период. Доход от грантовых поступлений носит целевой характер и характеризуются нерегулярностью, однако эти средства вносят определяющий вклад в финансовую результативность предуниверсария в 2025 году.

Таким образом, основным стабильным источником дохода на период с 2021 по 2024 год выступают подготовительные курсы к ЕГЭ и внутренним

вступительным испытаниям университета для абитуриентов, а снижение данного показателя в 2025 году при одновременном наращивании грантовой поддержки приводит к трансформации структуры доходов предуниверсария.

Анализ помесячных поступлений от физических лиц в форме оплаты образовательных подготовительных услуг за период с 2021 по 2025 год позволило выявить явление сезонности. Оно проявляется в форме устойчивой ежегодной тенденции колебания доходности подготовительных курсов, что наглядно видно на рисунке 2.

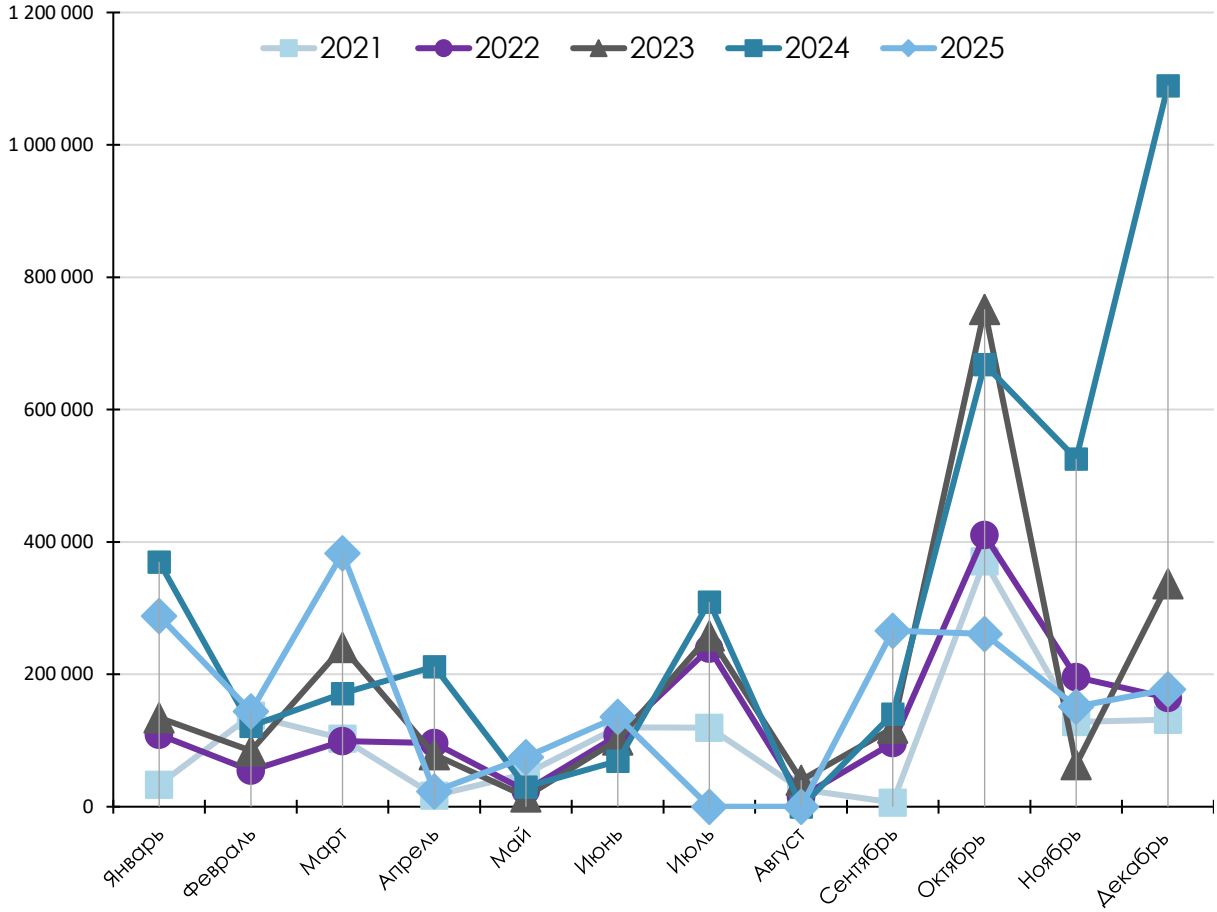

Рисунок 2 – Динамика поступлений от физических лиц 2021-2025 гг., руб. в месяц
Figure 2 – Dynamics of receipts from individuals 2021-2025, rubles per month
Источник: составлено авторами на основе данных бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «КГТУ»

Пик поступлений приходится на период с октября по декабрь. Рост доходов в марте связан со стартом весенней довузовской подготовки. В летний период поступления характеризуются спадом, кроме показателя июля, который обеспечивается всплеском активности в рамках подготовительных курсов к внутренним вступительным испытаниям университета для выпускников СПО. Январская активность в отдельные годы демонстрирует достаточно высокие поступления, что связывается со стартом интенсивных курсов к подготовке с новыми группами слушателей. Анализ динамики помесячных поступлений позволяет говорить о наличии устойчивой сезонности, при которой максимальная

финансовая эффективность наступает в осенний период, а дополнительный статистически значимый подъем наблюдается весной.

Проведем проверку трендов расчетом средней за анализируемые пять лет (рисунок 3).

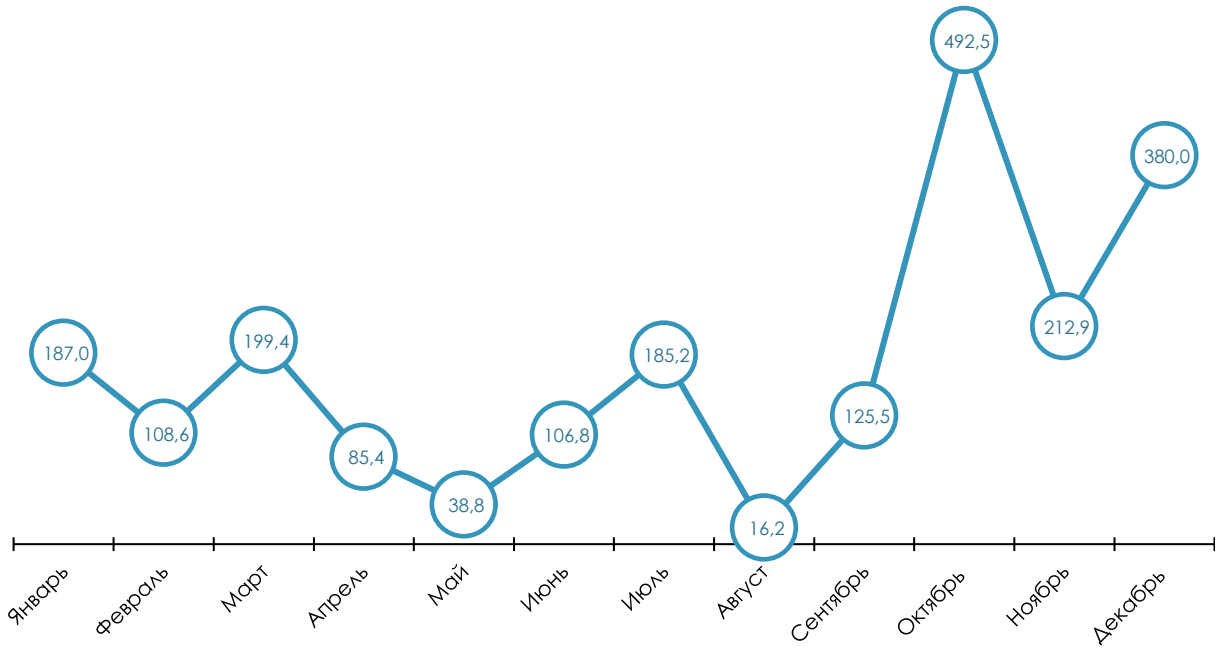

Рисунок 3 – Средний доход предуниверсария от физических лиц, 2021-2025 гг., руб.
Figure 3 – Average income of pre-university students from individuals, 2021-2025, rubles
Источник: составлено авторами по данным бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «КГТУ»

График на рисунке 3 подтверждает наличие сезонности, когда наибольший средний доход фиксируется в осенние месяцы, с пиком финансовой результативности в октябре. Полученный результат согласуется с выводами, полученными при анализе сезонной динамики (рисунок 2), и подтверждает устойчивый спрос на довузовскую подготовку в осенне-зимний период.

Анализ расходов предуниверсария позволил выделить три основных направления расходования средств:

1) расходы на фонд оплаты труда штатных сотрудников, обеспечивающих деятельность предуниверсария;

2) оплата работы привлеченных преподавателей и специалистов;

3) расходы на изготовление сувенирной продукции, используемой в ходе профориентационных мероприятий и продвижения бренда университета на рынке образовательных услуг (рисунок 4).

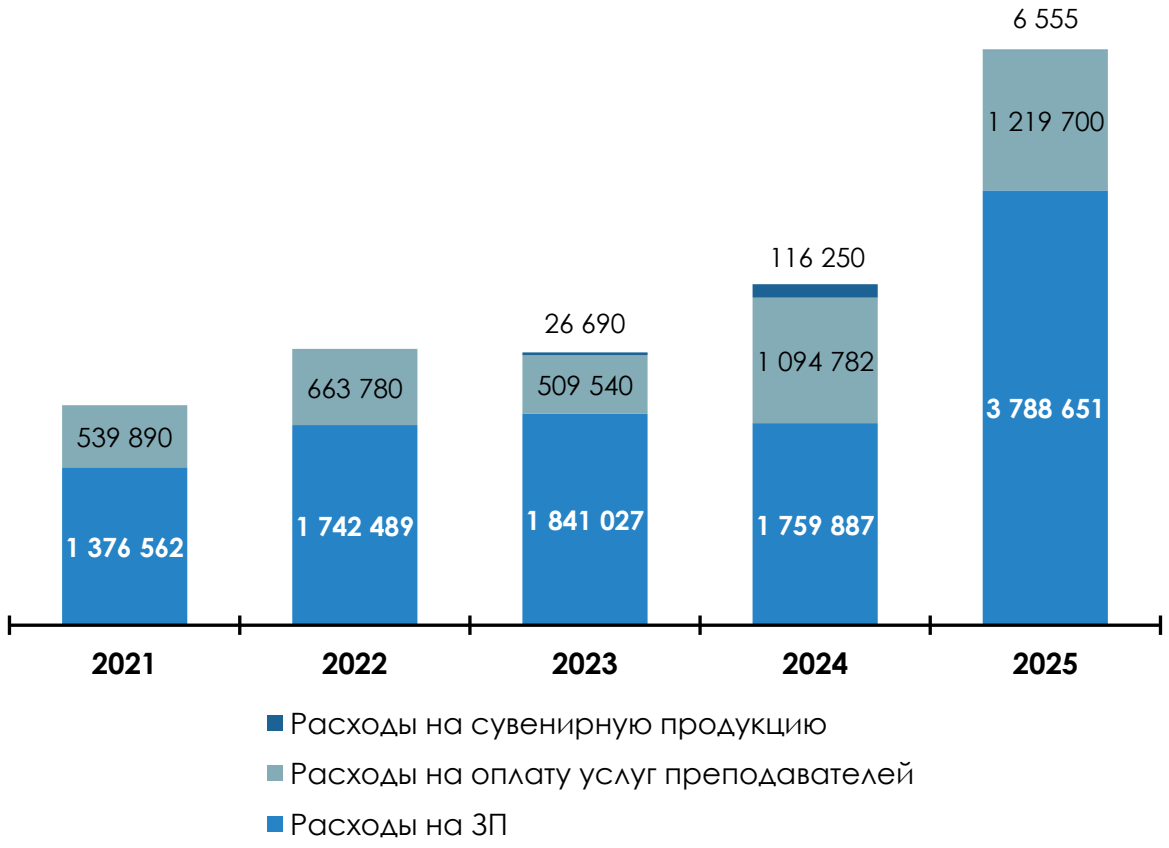

Рисунок 4 – Динамика и структура расходов предуниверсария 2021-2025 гг., руб.
Figure 4 – Dynamics and structure of pre-university expenses in 2021-2025, rubles
Источник: составлено авторами по данным бухгалтерского учета ФГБОУ ВО «КГТУ»

Как видно из рисунка 4, расходы на заработанную плату сотрудников предуниверсария являются основной статьей расходов и демонстрируют в 2021-2023 годах умеренный рост. В 2025 году, в связи с затратами на реализацию грантовых проектов, расходы заметно выросли, превышая показатели всех предыдущих лет. Оплата услуг привлеченных преподавателей блока подготовительных курсов в 2022 году незначительно возрастает в сравнении с предшествующим годом, затем в 2023 году фиксируется небольшое снижение затрат, однако уже в 2024 году показатель резко возрастает и продолжает расти. Таким образом, в 2025 году затраты на оплату услуг преподавателей становятся максимальными за весь рассматриваемый период. Расходы на сувенирную продукцию отсутствовали в 2021-2022 годах, впервые зафиксированы в 2023 году, достигают максимального показателя в 2024 году и снижаются в 2025 году, поскольку осуществляются за счет грантовой поддержки и снижают нагрузку на бюджет университета. Расходы на сувенирную продукцию, несмотря на сравнительно небольшой объем, в значительной степени влияют на стратегию продвижения университета при обеспечении профориентационной деятельности.

Анализ динамики соотношения доходов и расходов предуниверсария позволит оценить общую экономическую эффективность и определить характер динамики финансовых результатов (рисунок 5).

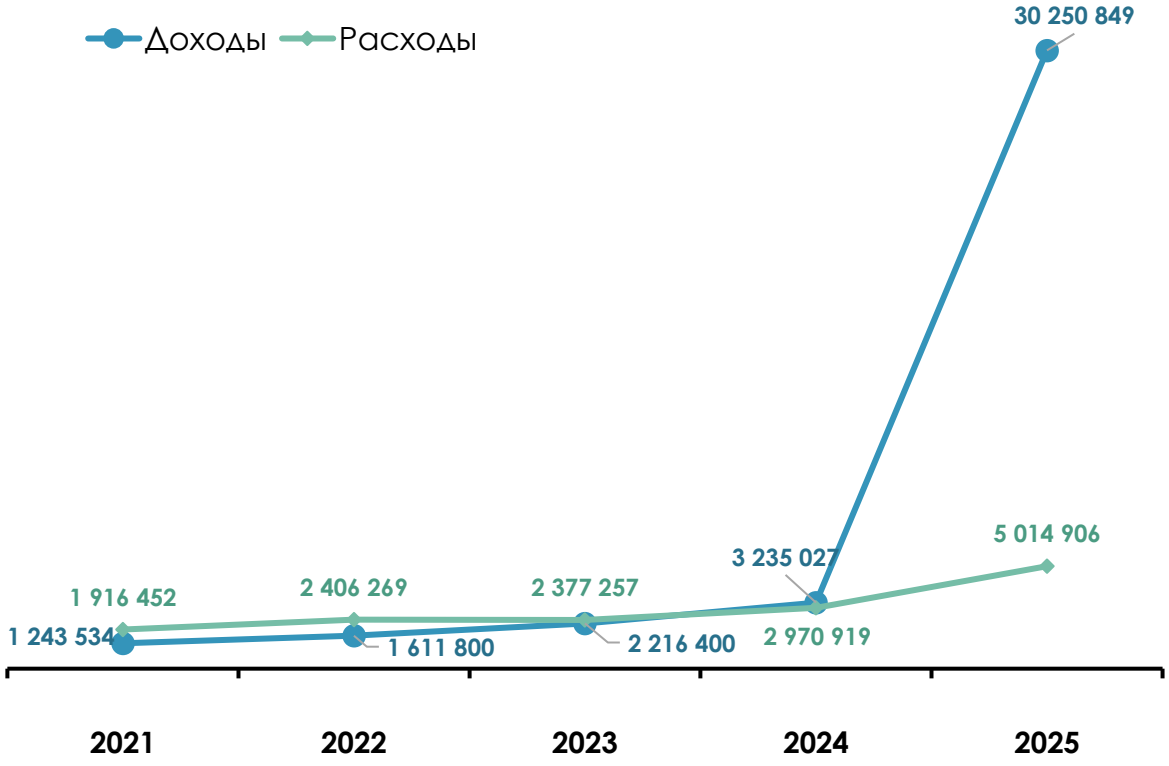

Рисунок 5 – Соотношение доходов и расходов предуниверсария 2021-2025 гг., руб.
Figure 5 – Pre-university income-expense ratio in 2021-2025, rubles.
Источник: составлено авторами по данным собственных расчетов

График наглядно демонстрирует, что в 2021-2022 годах расходы устойчиво превышают доходы, вследствие чего финансовая результативность деятельности предуниверсария является отрицательной, что свидетельствует о несбалансированности доходной и расходной частей бюджета в данный период.

Стоит отметить, что в 2022 году наблюдается увеличение как доходов, так и расходов, однако, темпы роста доходов оставались ниже, чем темпы роста расходов, что привело к сохранению отрицательных показателей экономической эффективности предуниверсария. В 2023 год стал предшествующим периоду положительной экономической результативности. В 2023 году произошел значительный рост доходов в сравнении с предыдущими периодами, их объем приблизился к величине расходов.

К 2024 году предуниверсарий достигает точки самоокупаемости, когда наблюдается превышение доходов над расходами и переход к положительной финансовой динамике. Грантовая деятельность, реализованная предуниверсарием в 2025 году, обеспечивает статистически значимый прирост доходов, многократно превышающий уровень предыдущих лет. Расходы также

демонстрируют резкий рост, однако их увеличение существенно уступает уровню доходов.

Таким образом, если в 2021-2022 годах наблюдался отрицательный финансовый результат, то в 2023 году предуниверсарий стремится к точке безубыточности, в 2024 году формируется и закрепляется устойчивая экономическая эффективность, а в 2025 году фиксируется многократное увеличение доходов и кардинальное расширение финансовых возможностей в рамках грантовой деятельности.

Заключение

Полученные результаты позволяют судить об устойчивой положительной динамике экономической результативности предуниверсария Калининградского государственного технического университета, где основным источником выступали доходы от реализации программ подготовительных курсов и платных образовательных услуг для общеобразовательных организаций региона, затем дополнились доходами от грантовой поддержки. Установлен сезонный характер доходности предуниверсария. Экономическая результативность определяется прежде всего политикой расширения сфер и инструментов деятельности, а также участием в нескольких грантовых проектах, что в конечном счете позволит увеличить численность вовлеченных мотивированных школьников и будущих абитуриентов. Проведенный анализ позволяет зафиксировать этапы становления положительной динамики и подтвердить ее устойчивый характер в конце рассматриваемого периода. Выявленные закономерности могут быть использованы для оптимизации графика предоставляемых платных услуг, дальнейшей корректировки маркетинговой стратегии и повышения финансовой устойчивости предуниверсария и университета в целом.

Список источников

1. Леженина А. А. Профориентация в региональном вузе: опыт, проблемы, перспективы // Человеческий капитал. – 2022. – № 1(157). – С. 99-108.

2. Захарченко Е. В., Григорьев Л. Г. Выбор профессии в оценках центров занятости и особенности профориентационной работы современного вуза с абитуриентами (на примере ТВГТУ) // Вестник Московского университета. Серия 21: Управление (государство и общество). – 2017. – № 4. – С. 3-17.

3. Зникина Л. С., Понамарева Е. В. Современные тенденции развития профориентационной работы с обучающимися // Профессиональное образование в России и за рубежом. – 2024. – № 3(55). – С. 74-81.

4. Божук С. Г., Кулишова Е. А. Место профориентации в системе маркетинга университета // Вестник Института экономических исследований. – 2025. – № 1(37). – С. 105-115.

5. Маматова Л. Ш., Кулишова Е. А. Оценка эффективности работы маркетингового отдела университета с точки зрения его присутствия в социальных сетях // Россия вчера, сегодня, завтра: Материалы международной научно-практической конференции, посвященной Дню российской науки. – Луганск: ИП Орехов Д.А., 2024. – С. 200-216.

6. Курмашева Л. Б., Курмашев И. Г. Прогнозирование изменения контингента студентов как необходимый фактор проведения профориентационной работы вуза // Вестник Северо-Казахстанского университета им. М. Козыбаева. – 2020. – № 1(46). – С. 180-183.

7. Thalluri J., Penman J., Chau S. The Effect of a Face-To-Face ScienceReady Preparatory Short Course on University Students' Self-Efficacy // Student Success. – 2021. – Vol. 12. – Pp. 72-81.

8. Motonaga K. S., Sacks L., Olson I., Balasubramanian S., Chen S., Peng L., Feinstein J. A., Silverman N. H., Hanley F. L., Axelrod D. M., Krawczeski C. D., Arunamata A., Kwiatkowski D. M., Ceresnak S. R. The development and efficacy of a paediatric cardiology fellowship online preparatory course // Cardiology in the Young. – 2022. – Vol. 33. – Pp. 1-6.

9. Celis J. Universities as providers of shadow education at upper-secondary education level: Market-driven preparatory courses for the Saber 11 exam in Colombia // Higher Education. – 2025. – Pp. 1-28.

10. Celis J. Shadow education as local education policy: how secretariats of education promote privatisation of test preparation services for the Saber 11 exam in Colombia's public schools // Education Inquiry. – 2026.

11. Celis J., Moreno J. Rising stakes and converging interests: the Saber Pro exam and the emergence of shadow education in Colombian higher education // Higher Education. – 2025. – Pp. 1-19.

12. Böker A. The Changing Landscape of Preparatory Courses for International Prospective Students in Germany: A Convention Theory Analysis // Historical Social Research / Historische Sozialforschung. – 2025. – Vol. 50.

13. Огий О. Г., Кметь А. Д. Анализ взаимосвязи параметров «на входе» и академической результативности студентов // Известия Балтийской государственной академии рыбопромыслового флота. – 2026. – № 1(75). – С. 13–24.

References

1. Lezhenina A. A. Career guidance in a regional university: experience, problems, prospects // Human capital. – 2022. – № 1(157). – Pp. 99-108.

2. Zakharchenko E. V., Grigoriev L. G. The choice of profession in the assessments of employment centers and the features of career guidance work of a modern university with applicants (on the example of TVSTU) // Bulletin of the Moscow University. Series 21: Management (State and society). 2017. No. 4. pp. 3-17.

3. Znikina L. S., Ponamareva E. V. Modern trends in the development of career guidance work with students // Vocational education in Russia and abroad. – 2024. – № 3(55). – Pp. 74-81.

4. Bozhuk S. G., Kulishova E. A. The place of career guidance in the university marketing system // Bulletin of the Institute of Economic Research. – 2025. – № 1(37). – Pp. 105-115.

5. Mamatova L. Sh., Kulishova E. A. Evaluation of the effectiveness of the university's marketing department in terms of its presence on social networks // Russia yesterday, today, tomorrow: Proceedings of the international scientific and practical conference dedicated to the Day of Russian Science. Lugansk : IP Orekhov D.A., 2024. pp. 200-216.

6. Kurmasheva L. B., Kurmashev I. G. Forecasting changes in the student body as a necessary factor in the vocational guidance work of the university // Bulletin of the M. Kozybaev North Kazakhstan University. – 2020. – № 1(46). – Pp. 180-183.

7. Talluri J., Penman J., Chau S. The impact of the full–time ScienceReady preparatory course on the self–efficacy of university students // Student success. – 2021. – Volume 12. - pp. 72-81.

8. Motonaga K. S., Sachs L., Olson I., Balasubramanian S., Chen S., Peng L., Feinstein J.. A., Silverman N. H., Hanley F. L., Axelrod D. M., Kravtseski K. D., Arunamata A., Kvyatkovsky D. M., Ceremnyak S. R. The development and effectiveness of scholarships in pediatric cardiology online preparatory course // Cardiology at a young age. – 2022. – Volume 33. – pp. 1-6.

9. Selis J. Universities as providers of Shadow education at the senior high school level: Market-oriented preparatory courses for the Saber 11 exam in Colombia // Higher education. – 2025. – pp. 1-28.

10. Selis J. Shadow education as a local educational policy: How education departments contribute to the privatization of Saber 11 exam preparation services in public schools in Colombia // Education Inquiry. – 2026.

11. Selis J., Moreno J. Raising the stakes and bringing interests closer together: The Saber Pro exam and the emergence of shadow education in Colombian higher education institutions // Higher education. 2025. pp. 1-19.

12. Becker A. The changing landscape of preparatory courses for foreign applicants in Germany: an analysis of the theory of conventions // Historical and social research / Historische Sozialforschung. – 2025. – Volume 50.

13. Ogiy O. G., Kmet A.D. Analysis of the relationship between the parameters "at the entrance" and the academic performance of students // Proceedings of the Baltic State Academy of the Fishing Fleet. – 2026. – № 1(75). – Pp. 13-24.

Информация об авторах

О. Г. Огий - канд. социол. наук, доцент, первый проректор ФГБОУ ВО "Калининградский государственный технический университет".
А. Д. Кметь – магистрант ФГБОУ ВО "Калининградский государственный технический университет"

Information about the authors

O. G. Ogiy – candidate of social. sciences, 1st Vice-Rector at the Kaliningrad State Technical University
A. D. Kmet – Master's student at the Kaliningrad State Technical University

Статья поступила в редакцию 08.06.2026; одобрена после рецензирования 10.07.2026; принята к публикации 28.08.2026.
The article was submitted 08.06.2026; approved after reviewing 10.07.2026; accepted for publication 28.08.2026.