

УДК 338.242.2

М. А. Гладкий, аспірант кафедри менеджменту
організацій Дніпропетровського державного
аграрно-економічного університету

РОЗВИТОК ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ РИНКУ ПОСЛУГ У СФЕРІ ОСВІТИ

Обґрунтовано соціально-економічні передумови формування ринку послуг у сфері освіти у перехідний період, проаналізовано основні підходи до визначення понять “освітня послуга” та “ринок послуг у сфері освіти”. Розглянуто сутність категорії “ринок послуг у сфері освіти” та її специфічні особливості. Охарактеризовано інфраструктуру ринку послуг у сфері освіти та регулівний вплив держави.

Ключові слова: *освітня послуга; ринок послуг у сфері освіти; державне регулювання; інфраструктура.*

The article substantiates the socio economic background of the formation of the market of educational services in a transition period and analyzes the main approaches to the definition of “educational services” and “market services in education”. The essence of the category “educational market” and its specific features. Characterized by the infrastructure of the market of educational services and the regulatory influence of the state.

Key words: *educational services; market services in education; government regulation; infrastructure.*

Постановка проблеми. У сучасних умовах знання та інформація стають головними ресурсами та джерелом багатства як окремого індивіда, так і держави в цілому. Конкурентоспроможність економіки країни визначається нині не обсягом природних чи виробничих ресурсів, а насамперед інтелектуальним потенціалом, здатністю генерувати нове знання. Ці суттєві зміни обумовлюють виокремлення освіти як вищого пріоритету в системі державних цілей. Саме рівень розвитку ринку послуг у сфері освіти у країні є одним з визначальних показників її конкурентоспроможності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ринкові відносини у сфері освіти нашої держави виникли з початком ринкових реформ в економіці. Формування ринкових відносин в економічному житті не могло не торкнутися такої важливої сфери життя суспільства, як освіта, оскільки освітня сфера охоплює найширший спектр соціально-економічних процесів і явищ. У ній концентрується різноманіття цінностей, інтересів і потреб, властивих сучасному етапу суспільного розвитку. Проблемам розвитку ринку послуг у сфері освіти, основним засадам управління та напрямам удосконалення системи освіти в сучасних умовах присвячено праці В. П. Андрущенко, В. Д. Базилевича, Д. В. Бондаренка, Л. В. Губерського, О. В. Дубровки, М. З. Згуровського, Л. М. Івашової, О. І. Лігоцького, А. С. Кобця, І. П. Приходька, І. Ю. Ходикіної.

Проте недостатньо вивчені механізми функціонування ринку послуг у сфері освіти в умовах освітньої реформи в нашій країні. Потребують детального аналізу питання оптимізації інституційних перетворень у сфері освіти як один з найважливіших чинників підвищення ефективності функціонування освіти та її впливу на розвиток інноваційної економіки.

© М. А. Гладкий, 2015

Все це свідчить про актуальність теми, а відтак, зумовило вибір напряму дослідження в науковому і практичному аспектах.

Мета статті – дослідити основні напрями розвитку ринку послуг у сфері освіти та специфічні особливості його державного регулювання.

Виклад основного матеріалу. Перш ніж розглянути поняття “ринок послуг у сфері освіти”, визначимо сутність терміна “освітня послуга”.

У вітчизняній науковій літературі єдиного визначення з приводу того, що розуміють під освітньою послугою, немає. Освітня послуга є економічною категорією, в якій відображено складні економічні відносини. За класичним підходом, освітня послуга – це певний вид товару, особлива споживча вартість процесу праці. За маркетинговим підходом, продуктом навчального закладу на ринку послуг у сфері освіти є сукупність освітніх програм, які визначають моделі поведінки спеціаліста. За інституціональним підходом, основними суб'єктами ринкових відносин виступають виробники послуг у сфері освіти (освітні заклади, фізичні особи, які надають освітні послуги) та їх споживачі (підприємства, фізичні та юридичні особи, організації, органи державного та регіонального управління).

Освітні послуги як суспільний товар мають свою споживчу вартість, яка може бути виражена якістю, глибиною та характером наданих знань. Отже, освіта як специфічна сфера діяльності становить інтерес для економічного аналізу. Так, освітні послуги, на думку С. В. Багдік'яна, слід охарактеризувати як цілеспрямований систематичний процес передачі та отримання знань, інформації, вмінь і навичок та результат інтелектуального, культурного, духовного, соціально-економічного розвитку суспільства і держави [1].

Освітня послуга – це комплекс навчальної та наукової інформації, переданої громадянину у вигляді суми знань загальноосвітнього і спеціального характеру, а також практичних навичок для подальшого застосування. У своєму визначенні Т. Є. Оболенська зазначає, що освітня послуга є товаром, і звертає увагу на те, що процес споживання послуг у сфері освіти сприяє формуванню цінностей людини, які в майбутньому становитимуть основу вартісного обміну на ринку праці [2].

Іншу думку має В. Александров, який не розглядає освітню послугу як товар, а характеризує її як процес і дає таке визначення: “Освітня послуга – це організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь” [3]. Проте, на думку К. М. Євменкової, вчені не звертають увагу на таку особливість освітньої послуги, як одержання в процесі навчання певної кваліфікації. Тому “освітня послуга – це специфічний товар у вигляді сукупності навчальної та наукової інформації, що передається студенту у вигляді системи знань та практичних вмінь і навичок, за умови успішного засвоєння якої студент отримує відповідну кваліфікацію” [4].

На думку В. С. Сенашенко та Г. Ф. Ткач, “освітня послуга – це система знань, умінь і навичок, які набуваються в процесі навчання, а згодом використовуються для задоволення потреб людини, суспільства і держави” [5]. Дещо інакше формулюється це поняття у працях Н. Ю. Гаріфуліна та В. О. Гуртова, які вважають його видом послуги, котра забезпечує реалізацію конституційних гарантій у галузі освіти, що надається згідно з рівнем освіти відповідно до вимог державних стандартів [6].

Освітня послуга як товар має специфічні риси, а саме поєднує в собі ознаки приватного та громадського блага. Послуги освіти часто зараховують до категорії змішано-суспільних благ, тому що їх використання окремим споживачем обумовлено низкою обставин: рівнем здібностей і знань, рівнем освіти тощо. Як відомо, у ринковій економіці існують товари і послуги загального користування, виробництво яких оплачується однією частиною населення (платниками податків), а користуються ними інші (наприклад, споживачі послуг у сфері освіти). Також ці блага характеризуються тим, що їх споживання має колективний характер.

Процес створення послуг у сфері освіти має ряд особливостей: невідчутність (нематеріальність), невіддільність, мінливість і незбереженість [2]. Також виробництво послуг у сфері освіти має низку додаткових властивостей: неможливість безпосереднього кількісного підрахунку послуг у сфері освіти; конкурсний характер освіти; освітні послуги належать до дорогих послуг, оскільки головним чинником їх виробництва є висококваліфікована праця педагогів.

Завершуючи аналіз різних поглядів на поняття “освітня послуга”, слід зробити висновок, що наявність багатьох визначень пов’язана з розглядом різних аспектів проблеми. Відсутність єдиного визначення є “кричущою суперечністю державного управління ринковими відносинами, адже цей факт означає відсутність того головного законодавства, що регулює відносини продавців і покупців на ринку освіти” [7].

Насамперед проаналізуємо наявні підходи до визначення категорії “ринок послуг у сфері освіти”. Більшість учених, що аналізують формування ринкових відносин в освітній сфері, розуміють його як сукупність економічних відносин, які складаються між виробниками (навчальними закладами) і споживачами з приводу купівлі-продажу товару “освітня послуга”.

Характеризуючи місце ринку послуг у сфері освіти в економічній системі, дослідники доходять єдиного висновку, що він належить до системи ринків факторів виробництва або особливого підрозділу ринку продуктивних сил, де номенклатура послуг, попит і пропозиція визначаються кон’юнктурою на ринку вищого порядку – ринку робочої сили [8].

На думку В. П. Щетиніна, ринок послуг у сфері освіти – це ринок, в якому взаємодіють попит на освітні послуги з боку основних суб’єктів господарювання (окремих осіб, підприємств і закупівельних організацій, держави) та його пропозиція різними освітніми закладами [9]. Згідно з трактуванням Д. А. Шевченка, ринок послуг у сфері освіти – це всі потенційні споживачі, що прагнуть задовольнити свої потреби в освіті, здатні вступити у відносини обміну з продавцем [10]. Інші автори визначають ринок послуг у сфері освіти як складний комплекс економічних відносин суб’єктів економічної системи освіти, що покликаний задовольнити потреби суспільства у фахівцях і споживачів в отриманні певної кваліфікації за відповідною спеціальністю [11; 12].

На основі проведеного аналізу трактування поняття “ринок послуг у сфері освіти” вважаємо, що ринок послуг у сфері освіти – це складна соціально-економічна система, яка включає відносини між суб’єктами освітньої діяльності (виробниками і споживачами) з приводу купівлі-продажу специфічного товару освітньої послуги. Ринок послуг у сфері освіти являє собою єдину ієрархічну систему з міцними взаємозв’язками і певними пропорціями між його секторами.

Інфраструктура ринку послуг у сфері освіти становить систему організацій та установ, які забезпечують рух товарів і послуг. Це можуть бути освітні тренінгові центри, інститути підвищення кваліфікації, консалтингові підприємства з підготовки та перепідготовки кадрів, бібліотеки тощо. Тому зрозуміло, що інфраструктурі ринку освіти притаманний допоміжний характер забезпечення умов для створення кінцевого продукту. Продавцями на ринку послуг у сфері освіти є відповідні навчальні заклади. Покупцями (споживачами) виступають абітурієнти, їхні батьки, що обирають навчальний заклад; роботодавці – фірми, установи, організації та підприємства, які оплачують навчання своїх працівників; підприємства та організації, що наймають випускників [13]. Науковець Л. М. Хижняк, окрім загальнонавчальних продавців і покупців послуг у сфері освіти, до складу учасників цього ринку зараховує посередників – освітні фонди, служби зайнятості, біржі праці, які дозволяють освітнім послугам просуватися на ринку [14].

Основні особливості, які характеризують існування ринку послуг у сфері освіти:
– асиметричність інформації, яка передбачає відмінність у знаннях одних учасників порівняно з іншими;

- неоднакова доступність усіх суб'єктів ринку до відповідних ресурсів;
- формування ринкових відносин у сфері освіти, яке відбувається на засадах ринкової конкуренції за впливу державного регулювання;
- висока еластичність попиту на освітні послуги, швидка реакція ринку на зміни попиту;
- структурування ринку послуг у сфері освіти проводиться за економічною та територіальною локальністю, за кон'юнктурною та сегментною ознаками;
- індивідуальність і нестандартність наданих послуг і технологій, висока диференціація продукту за однією і тією самою спеціальністю;
- розвиток функції адаптації освіти й людини до нових можливостей навчання, перенавчання, підвищення кваліфікації;
- зміни суспільної думки щодо сприйняття освіти як найважливішої передумови та основи матеріального добробуту;
- формування недержавної освіти на всіх рівнях;
- орієнтація молоді на престижні професії [15].

Важливу роль на ринку освітніх послуг відіграють органи державної влади, формуючи правове поле та фінансуючи освітню галузь. Коло завдань, які стоять перед ними у сфері регулювання освітою, широке, зокрема, це оптимізація мережі навчальних закладів, підвищення якості послуг у сфері освіти, створення максимально професійної й незалежної системи ліцензування та акредитації, яка б діяла в інтересах споживачів послуг у сфері освіти, підтримка наукової діяльності тощо [16].

На нашу думку, до базових функцій державного регулювання освітньої діяльності, які не можуть виконуватися за допомогою ринкових важелів, слід зарахувати: формування стратегічних і тактичних цілей та пріоритетів; дотримання соціальних цінностей; створення правових основ функціонування ринку послуг у сфері освіти; гарантування високої якості послуг у сфері освіти.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку. В результаті дослідження категорії “освітня послуга” зроблено висновок, що це поняття має дискусійний характер. Узагальнюючи різні твердження, можна сказати, що освітню послугу слід розглядати як систематизований процес отримання та засвоєння сукупності знань, інформації, який впливає на культурно-духовний і соціально-економічний розвиток суспільства.

Визначено, що нині ринок послуг у сфері освіти являє собою велике багатогалузеве економічне середовище, де створюється значущий елемент національного багатства – знання, вміння, навички, особисті інтелектуальні та професійні характеристики громадян. Стрімкий розвиток сучасного ринку послуг у сфері освіти обумовлює необхідність детального дослідження тенденцій та закономірностей функціонування й розробки на цій основі напрямів його реформування.

Створення ефективної та досконалої системи державного регулювання освітньої діяльності забезпечить можливість адекватно реагувати на потреби сучасної економіки.

Список використаних джерел:

1. Багдік'ян С. В. Освітні послуги: дослідження поняття, класифікація, базові характеристики / С. В. Багдік'ян // Економіка, Менеджмент, Підприємництво. – 2010. – № 22(1). – С. 97–100.
2. Оболенська Т. Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний та зарубіжний досвід / Оболенська Т. Є. – К. : КНЕУ, 2001. – 208 с.
3. Александров В. Освітня послуга: суть та моделі якості / В. Александров // Освіта і управління. – 2006. – № 1. – С. 156–164.

4. Євменькова К. М. Освітня послуга як економічна категорія / К. М. Євменькова // Економіка і регіон. – 2009. – № 3(22). – С. 172–175.
5. Сенашенко В. С. О тенденциях реформирования российской высшей школы / В. С. Сенашенко, Г. Ф. Ткач // Высшее образование в России. – 2010. – № 10. – С. 29–31.
6. Гарифуллин Н. Ю. Финансовое обеспечение деятельности бюджетных образовательных учреждений по оказанию образовательной услуги / Н. Ю. Гарифуллин, В. А. Гуртов // Экономика образования. – 2011. – № 1. – С. 5–17.
7. Стеблюк Н. Ф. Економічна природа послуг в сфері освіти в системі вищої освіти України / Н. Ф. Стеблюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6(2). – С. 196–199.
8. Каленюк І. С. Економіка освіти : навч. посібник / Каленюк І. С. – К. : Знання України, 2003. – 316 с.
9. Щетинін В. П. Ринок послуг в сфері освіти в сучасній Росії / В. П. Щетинін // Школа. – 2007. – № 3. – С. 25–28.
10. Шевченко Д. А. Маркетингові стратегії ценообрання в вузе (на опыте отдела маркетинга и рекламы РГГУ) / Д. А. Шевченко // Практический маркетинг. – 2002. – № 68(10). – С. 7–14.
11. Цимбал Л. І. Проблеми регулювання ринку послуг в сфері освіти на сучасному етапі / Л. І. Цимбал // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2010. – № 2(6). – С. 43–48.
12. Каленюк І. С. Особливості регулювання ринку послуг в сфері освіти : монографія / І. Каленюк, Л. Цимбал. – Чернігів : ЧДІЕУ, 2011. – 183 с.
13. Шевчук О. В. Ринок освіти: методологічні підходи визначення [Електронний ресурс] / О. В. Шевчук. – Режим доступу : <http://www.rusnauka.com>
14. Хижняк Л. М. Проблемні поля на ринку праці і ринку послуг в сфері освіти: оптимізація управління / Л. М. Хижняк // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління : зб. наук. пр. ДонДУУ. – Т. X. – Вип. 116: Соціологія державного управління. – Донецьк : ДонДУУ, 2009. – С. 126–132. – Серія : Спеціальні та галузеві соціології.
15. Мудра О. В. Особливості взаємодії ринку послуг в сфері освіти та ринку праці / О. В. Мудра // Економіка. – 2012. – № 5(119). – С. 35–40.
16. Кобець А. С. Роль держави у функціонуванні ринку послуг в сфері освіти [Електронний ресурс] / А. С. Кобець // Державне управління: удосконалення та розвиток. – Режим доступу : <http://www.dy.nauka.com.ua>