

УДК 339.13:378

Структура ринку освітніх послуг ВНЗ

Яворська М.К.

здобувач

Національного університету водного господарства
та природокористування

Обґрунтовано структуру ринку освітніх послуг ВНЗ, яка складається з ринків освітніх, консалтингових послуг, наукових та інноваційних продуктів. Доведено, що ринок освітніх послуг може бути як структурним елементом цілісної системи ринку праці, так і її частиною. Виявлені тенденції формування ринку освітніх послуг: доступність для всіх верств населення, рівноправність у можливостях отримання освіти, формування новітніх освітніх програм. Умовою ефективного розвитку економіки є наявність балансу між ринками праці та освітніх послуг. Метою статті є дослідження структури освітніх послуг ВНЗ. Досліджені сучасні тенденції формування ринку освітніх послуг ВНЗ: демократизація освітніх послуг, тобто доступність для всіх верств населення; рівноправність у можливостях отримання освіти для всіх охочих; формування нових та удосконалення наявних освітніх програм з метою отримання знань та навичок. Доведено незначне порушення балансу між попитом і пропозицією на ринку освітніх послуг. При цьому основним стимулом формування партнерських відносин повинна бути взаємна зацікавленість у підвищенні якості підготовки фахівців. До реальних напрямів, які потребують розвитку в багатьох вишах, можна віднести виконання науково-практичних робіт на замовлення підприємств, проведення курсів підвищення кваліфікації, навчання в аспірантурі та докторантурі; проведення семінарів та інших короткострокових навчальних заходів для персоналу підприємств чи студентів. Досить цікавим напрямом роботи зі студентами ще в процесі їх навчання у виші може бути створення спеціальних навчальних центрів, у яких доцільно створити робочі місця, що імітують діяльність на реальних підприємствах.

Ключові слова: ринок освітніх послуг, ринок послуг ВНЗ, ринок консалтингових послуг, ринок інноваційних технологій, ринок інноваційних продуктів.

Яворская М.К. СТРУКТУРА РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВУЗОВ

Обоснована структура рынка образовательных услуг вузов, которая состоит из рынков образовательных, консалтинговых услуг, научных и инновационных продуктов. Доказано, что рынок образовательных услуг может быть как структурным элементом целостной системы рынка труда, так и ее частью. Выявлены тенденции формирования рынка образовательных услуг: доступность для всех слоев населения, равноправие в возможностях получения образования, формирование новых образовательных программ. Условием эффективного развития экономики является наличие баланса между рынком труда и рынком образовательных услуг. Целью статьи является исследование структуры образовательных услуг вузов. Исследованы современные тенденции формирования рынка образовательных услуг вузов: демократизация образовательных услуг, то есть доступность для всех слоев населения; равноправие в возможностях получения образования для всех желающих; формирование новых и совершенствование существующих образовательных программ с целью получения знаний и навыков. Доказано незначительное нарушение баланса между спросом и предложением на рынке образовательных услуг. При этом основным стимулом формирования партнерских отношений должна быть взаимная заинтересованность в повышении качества подготовки специалистов. К реальным направлениям, требующим развития во многих вузах, можно отнести выполнение научно-практических работ по заказу предприятий, проведение курсов повышения квалификации, обучение в аспирантуре и докторантуре, проведение семинаров и других краткосрочных обучающих мероприятий для персонала предприятий или студентов. Достаточно интересным направлением работы со студентами еще в процессе их обучения в вузе может быть создание специальных учебных центров, в которых целесообразно создать рабочие места, имитирующие деятельность на реальных предприятиях.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, рынок услуг вузов, рынок консалтинговых услуг, рынок инновационных технологий, рынок инновационных продуктов.

Yavorska M.K. STRUCTURE OF THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES, SUPPLIED BY HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS

The article studies structure of the market of educational services, supplied by higher educational establishment, which consists of the market of educational, advisory services, scientific and innovative products. It is proved that the market of educational services can be both a structural unit of a complete system of labor market and a part of it. The research describes the tendencies of formation of an educational services market, i.e. availability for all segments of the population, equal opportunities for everyone to get education, formation of new educational programs. Balance between the market of labor and educational services is a condition for efficient development of the economy. Aim of the research is to study the structure of educational services, supplied by higher educational establishments. The work studies current tendencies of formation of the market of educational services, supplied by HEEs, particularly,

democratization of educational services, i.e. availability for all segments of the population; equal opportunities to get education for all interested people; development of new and improvement of the existing educational programs for mastering of knowledge and skills. The article argues some insufficient imbalance between demand and supply at the market of educational services. Thus, mutual interest to improve the quality of specialists training should be the principal stimulus for development of partnership relations. Actual directions, requiring development at many higher educational establishments, can include scientific and practical works, customized by enterprises, advanced training, post-graduate education, practical seminars and other short-term educational measures for personnel of enterprises and students. Creation of specialized educational centers, providing job positions, which imitate performance of actual enterprises, is a very interesting direction of work with students already in the process of their studying at a higher educational establishment.

Keywords: market of educational services, market of the services, supplied by higher educational establishments, market of advisory services, market of innovative technologies, market of innovative products.

Постановка проблеми у загальному вигляді. У сучасних умовах ринок освіти є одним із пріоритетних напрямів розвитку державної політики, що зумовило підвищену увагу до нього. Особливо зросла актуальність цього питання через відтік молоді за кордон, високий рівень конкуренції серед вузів та боротьбу за абітурієнта. Тому підвищується необхідність дослідження ринку освітніх послуг, формування в його межах балансу попиту та пропозиції, вивчення структури та основних складників.

Сьогодні ми спостерігаємо значні реформи у сфері освітніх послуг як на законодавчому, так і на соціальному рівні. Зокрема, розроблено та введено в дію ЗУ «Про освіту», затверджені регіональні комплексні програми розвитку освіти в межах областей, оптимізовано кількість спеціальностей тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Більшість теоретико-практичних досліджень щодо проблем закладів освіти в Україні, їх фінансування представлена у наукових працях таких учених і практиків, як С. Буковинський, О. Василик, В. Геєць, А. Даниленко, В. Кудряшов, В. Куценко, Е. Лібанова, І. Лук'яненко, І. Лютий, Н. Новіков та ін. Окремі аспекти державного та регіонального напрямів досліджень освітніх послуг висвітлено у працях Г. Атаманчука, В. Бакуменка, В. Лугового, С. Ніколаєнка, В. Огаренка, Н. Протасова та ін. українських учених.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В умовах динамічних змін освітніх послуг, задоволення потреб нових спеціальностей, формування глобалізаційних процесів спостерігаємо необхідність вивчення структури ринку освітніх послуг ВНЗ, що досі недостатньо висвітлений в українських наукових літературних джерелах.

Формулювання цілей статті (постановка завдання). Метою статті є дослідження структури освітніх послуг ВНЗ.

Виклад основного матеріалу дослідження. У контексті загального розвитку еко-

номіки спостерігаємо і необхідність отримання освітніх послуг. Особливу роль при цьому відіграють освітні послуги вищих навчальних закладів, оскільки саме в них формуються наукові знання, навички нового покоління, які підкріплені професійною підготовкою та практикою. Сьогодні багаті країни, усвідомлюючи, що інтелектуальний потенціал народу є найбільшим багатством держави, на потреби освітньої галузі економіки витрачають до 10% валового національного доходу. Витрачені ресурси на освіту окупляються сторицею: підвищенням життєвого рівня народу за рахунок більш ефективного, розумного використання ресурсів держави [2].

Зазначимо, що виробниками таких послуг на ринку є вищі навчальні заклади, а споживачами – студенти, які прагнуть отримати знання та навички. Особливістю функціонування сучасного ринку освітніх послуг ВНЗ є надання саме таких освітніх послуг, які будуть конкурентоспроможними на ринку. При цьому повинні бути створені такі умови, які б забезпечили випуск кваліфікованих спеціалістів в усіх без винятку сферах ринкової економіки.

До складників ринку послуг ВНЗ відносять ринок освітніх, консалтингових послуг, наукових та інноваційних продуктів (рис. 1).

Кожен зі складників ринку освітніх послуг має своє особливе значення для суспільства та науки. Найбільш широким є поняття ринку освітніх послуг ВНЗ. За твердженням І.С. Гращенко, Т.А. Сидоренко, ринок освітніх послуг – це система відносин у ринкових умовах з приводу купівлі-продажу освітньої послуги, яка через це є товаром [4].

З двох позицій ринок освітніх послуг ВНЗ розглядають І.В. Амеліна, Т.Л. Попова та С.В. Владимиров. Зокрема, вчені акцентують увагу на двох складниках: по-перше, на ринку освітніх послуг як самостійному елементі; по-друге, як на частині ринку праці [1]. Проте тут доцільно врахувати і те, що ринок освітніх

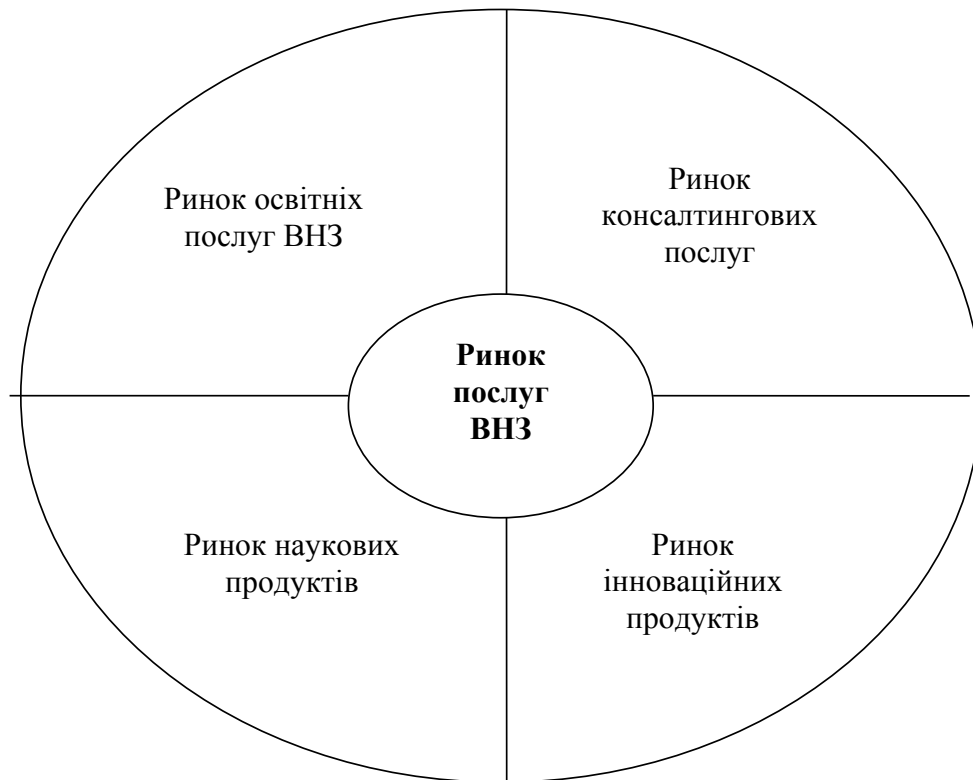


Рис. 1 Структура ринку освітніх послуг ВНЗ

Джерело: Систематизовано автором на основі [5]

послуг може бути частиною або загалом входити в структуру ринку праці (рис. 2)

Відзначимо, що для ринку праці ринок освітніх послуг має особливе значення, оскільки наявність якісної освіти означає наявність і висококваліфікованого спеціаліста.

Український ринок консалтингових послуг перебуває на стадії формування. Порівняно з розвинутими країнами його роль як інфраструктурного інституту економіки України залишається другорядною, а частка у ВВП країни – мізерною. Водночас активному становленню вітчизняного консультування сприяють процеси інтеграції українського бізнесу в світовий економічний простір, необхідність упровадження у діяльність вітчизняних підприємств сучасних управлінських інновацій [8].

Продуктом виробничої діяльності консалтингової фірми (якщо до виробництва можна віднести процес створення будь-якого кінцевого продукту, навіть послуги) є консультаційна послуга, яка є товаром і має конкретне матеріальне втілення. При цьому під процесом консультування розуміється будь-яка форма надання допомоги щодо змісту процесу або структури завдання, за якої консультант не відповідає за виконання завдання, але допомагає відповідальним за її виконання. Консультування може мати вигляд

особливої професійної служби, яка працює за контрактом і надає послуги організації за допомогою кваліфікованих осіб у вирішенні певних конфліктних ситуацій, вивченні окремих питань в організаціях. Як правило, послуги великої консультаційної фірми охоплюють досить широкий діапазон галузей та функцій підприємства: загальне керівництво, управління фінансами, управління виробництвом, маркетинг, управління працею та кадровим потенціалом, корпоративну стратегію та інше.

Ринок наукових продуктів характеризується швидким розвитком, відсутністю конкуренції, наявністю глобального характеру та великою кількістю нових товарів – інноваційних проектів. Його продукція малоеластична, така, що, як правило, не має аналогів. На цьому ринку використовуються специфічні форми і методи продажу. Інтелектуальний продукт – це результат розумової, інтелектуальної праці. Це продукт творчих розумових зусиль, що має змістовне значення для певного інтелектуально підготовленого кола осіб, втілений на матеріальному носії [3].

Інтелектуальний продукт має обмежену товарну форму, оскільки перетворюється у товар не відразу, а тільки тоді, коли виявляється його прикладне комерційне значення, а

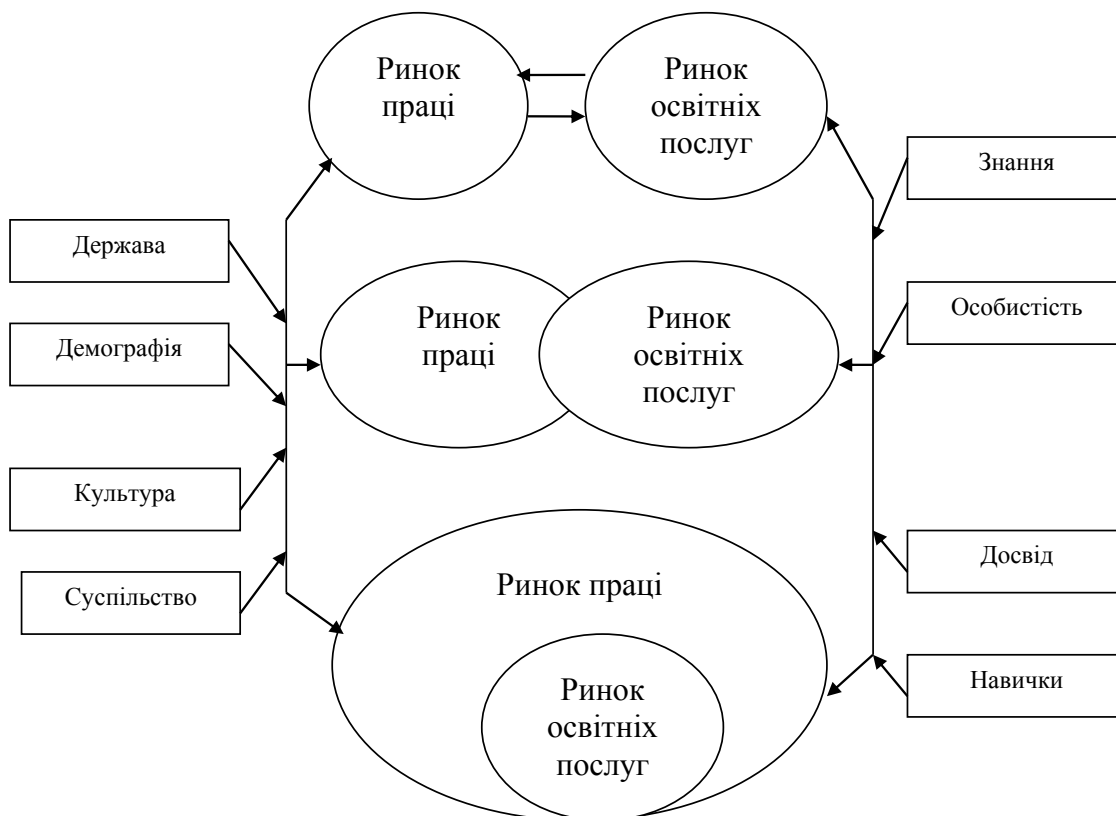


Рис. 2. Варіанти (гіпотетичні) співвідношення між ринком освітніх послуг та ринком праці

Джерело: досліджено авторами

це потребує часу. Товарний вигляд цього продукту не виявляється до того часу, поки автори розробок (творчі групи, вчені, винахідники) не запатентують його [6]. У протилежному разі результати інтелектуальної діяльності носять проміжний характер.

Інноваційні продукти поділяють на кілька груп:

1) технологічну – включає нові технології та їх похідні – продукти і послуги;

2) виробничу – формується залежно від організаційної форми виробництва, масштабу діяльності, способу залучення персоналу. Тут можуть бути розроблені і виробничі інновації (включно з аутсорсингом і аутстафінгом);

3) маркетингову – маркетингові і логістичні інновації та інноваційні продукти;

4) організаційну – формує організаційно-управлінські інновації, що охоплюють нові управлінські форми і методи;

5) комерційну – нові ринки, форми бізнесу, перспективні маркетингові, логістичні та торговельні технології.

У будь-якому разі особливу роль при цьому відіграють інновації. Згідно із Законом України «Про інноваційну діяльність», «інновації у

сфері освіти або освітні інновації» можна трактувати як новостворені (застосовані) і (або) вдосконалені конкурентоспроможні технології, продукцію або послуги, а також організаційно-технічні рішення виробничого, адміністративного, комерційного або іншого характеру, що істотно підвищують якість, ефективність та результативність навчально-виховного процесу. При цьому основними елементами «освітньої інновації» є її носій (творча особистість), який має певну інноваційну ідею (ядро інновації) та проводить інноваційний експеримент (джерело інновації); споживач інновації – учень або група студентів, слухачів (які здобувають знання з певного напрямку); а також інституції, що забезпечують упровадження інновацій у навчальний процес (заклади освіти; наукові, методичні, науково-методичні установи; науково-виробничі підприємства; державні і місцеві органи управління освітою та самоврядування в галузі освіти) [7].

Загалом, формування ринку освітніх послуг ВНЗ формується під впливом таких сучасних тенденцій, як:

- демократизація освітніх послуг, тобто доступність для всіх верств населення;

- рівноправність у можливостях отримання освіти для всіх охочих;
- формування нових та удосконалення наявних освітніх програм з метою отримання знань та навичок.

Особливість сьогоднішньої економічної ситуації полягає в тому, що відновлення промислового й освітнього потенціалів та оновлення освіти можуть і повинні вирішуватися спільно, за об'єднання можливостей, потенціалу, ресурсів сфер економіки і вишів. При цьому двосторонні договірні відносини передбачають складання довгострокових програм підготовки фахівців з урахуванням перспектив розвитку галузі та особливостей підприємства; цільовий складник підготовки студентів, реалізований спільно співробітниками вишу і підприємства; створення бази для проведення технологічної практики студентів і дипломників; створення у виші нових і переоснащення наявних навчально-наукових лабораторій; організацію спільних структур для координації співпраці, в тому числі кафедр із функціональним навантаженням та організаційною економічною моделлю.

Сьогодні можна говорити про незначне порушення балансу між попитом і пропозицією на ринку освітніх послуг. При цьому основним стимулом формування партнерських відносин повинна бути взаємна зацікавленість у підвищенні якості підготовки фахівців.

На жаль, в країні поки немає механізму координації системи підготовки кадрів, хоча технологія його створення вже опрацьовується. Служби зайнятості та рекрутингові агентства продовжують відчувати невідповідність попиту і пропозиції на ринку праці; вищі навчальні заклади, як і раніше, ведуть підготовку фахівців, не враховуючи потреби в кадрах на ринку праці. Йдеться про необхідність використання системного підходу з урахуванням стратегії економічного розвитку країни, кожного конкретного регіону і міста.

До реальних напрямів, які потребують розвитку в багатьох вишах, можна віднести, наприклад, виконання науково-практичних робіт на замовлення підприємств. Мається на увазі ситуація, коли компанія фінансує загалом або за окремими статтями витрати, а університет забезпечує дослідні роботи не тільки силами наукових співробітників і викладачів, а й повертає для цієї роботи і студентів та аспірантів, що в майбутньому відкриває перед ними реальні можливості цільового працевлаштування. У результаті співпраця в сфері навчання керівників, топ-менеджерів і співробітників підприємств стає нормою в сис-

темі відносин вишів і підприємств. Оскільки керівництво і співробітники компаній переважно усвідомлюють необхідність постійного підвищення кваліфікації, університети пропонують їм навчання на курсах підвищення кваліфікації, в аспірантурі та докторантурі.

Ефективною вважаємо практику проведення семінарів та інших короткострокових навчальних заходів для персоналу підприємств чи студентів, оскільки більшість тих, хто прийшов у бізнес із теорії, відчувають брак практики. Зі свого боку, університети запрошують керівників і топ-менеджерів компаній для читання практичних курсів студентам для отримання практичних навичок останніми.

Цікавим напрямом роботи зі студентами ще в процесі їх навчання у виші може бути створення спеціальних навчальних центрів, у яких доцільно створити робочі місця, що імітують діяльність на реальних підприємствах.

Всі вищевказані напрями співпраці вишів та підприємств, на нашу думку, зумовлять навчання як самих студентів, аспірантів, так і практиків, які зацікавлені в підвищенні якості підготовки спеціалістів.

Висновки з цього дослідження. Натепер спостерігаємо реформування сфери освіти: удосконалюється нормативно-правова база, розробляються регіональні програми розвитку, зростає попит на нові спеціальності, що сприяє процесам інтеграції України в європейський простір.

Загалом ринок послуг ВНЗ складається з ринків освітніх та консалтингових послуг, наукових та інноваційних продуктів. Основним і найбільш поширеним в цій структурі є ринок освітніх послуг. Проте доцільно відзначити, що він може бути як частиною, так і входити повністю в структуру ринку праці. Доцільно відзначити і необхідність досягнення балансу між ринком праці і ринком освітніх послуг, що забезпечує взаємну зацікавленість у підвищенні якості підготовки кваліфікованих спеціалістів.

Основними напрямками, які потребують розвитку у вишах, на нашу думку, є виконання науково-практичних робіт на замовлення підприємств, проведення курсів підвищення кваліфікації, навчання в аспірантурі та докторантурі, проведення семінарів та інших короткострокових навчальних заходів для персоналу підприємств чи студентів. Досить цікавим напрямом роботи зі студентами ще в процесі їх навчання у виші може бути створення спеціальних навчальних центрів, у яких доцільно створити робочі місця, що імітують діяльність на реальних підприємствах.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Амеліна І.В. Міжнародні економічні відносини : навч. пос. / І.В. Амеліна, Т.Л. Попова, С.В. Владимиров – К. : Центр учбової літератури, 2013. – 256 с.
2. Букало Н. А. Дослідження ринку освітніх послуг на Волині [Електронний ресурс] / Букало Н.А. – Режим доступу: http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/10004/1/education_market.pdf
3. Бутнік-Сіверський О.Б. Евристика в інтелектуальній економіці або формування системи інноваційного підприємництва // Інтелектуальна власність. – 2005. – № 8. – С. 30
4. Гращенко І.С. Аналіз ринку освітніх послуг в Україні [Електронний ресурс] / Гращенко І.С., Сидоренко Т.А. – Режим доступу: https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/1110/1/td_2014_N1_09.pdf
5. Жегус О.В. Ринок послуг вищої освіти як основа маркетингової діяльності вищого навчального закладу [Електронний ресурс] / О.В. Жегус – Режим доступу: <http://elib.hduht.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/1820/1/%D0%A1%D0%B5%D0%BA.%204.%20%D0%96%D0%B5%D0%B3%D1%83%D1%81.pdf>
6. Колінько О.О. Становлення ринку інтелектуальних продуктів: проблеми і суперечності [Електронний ресурс] / Колінько О.О. – Режим доступу: <http://dspace.pnpu.edu.ua/bitstream/123456789/2874/1/Kolinko.pdf>
7. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 № 40-IV (зі змінами і доповненнями) [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України ; Верховна рада України. – 2002. – № 36. – Режим доступу : <http://zakon1.rada.gov.ua/laws/show/40-15>.
8. Тарануха О.М. Тенденції розвитку ринку консалтингових послуг в Україні [Електронний ресурс] / Тарануха О.М., Клименко І.С., Амеліна Н.К. / Режим доступу: www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe