



С. А. Матюх,
кандидат економічних наук, доцент,
докторант Хмельницького національного університету

УДК 338.45:378

НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ЕФЕКТИВНОЇ СПІВПРАЦІ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ З РИНКОМ ПРАЦІ ТА РИНКОМ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Досліджуються особливості формування сучасних відносин ринку праці та ринку освітніх послуг у зарубіжних країнах. Запропоновані шляхи удосконалення ефективної співпраці вищих навчальних закладів з ринком праці та ринком освітніх послуг.

Ключові слова: ринок освітніх послуг, ринок праці, вищі навчальні заклади.

Визначальним показником функціонування держави є освіта як базис інтелектуального, культурного, духовного, соціального, а останнім часом і економічного її розвитку. У зв'язку із комерціалізацією та децентралізацією вищі навчальні заклади (ВНЗ) поступово перетворюються із планово-економічних учасників до сучасних освітньо-інноваційних, науково-кредитних центрів ринкової економіки. Створення комерційних відносин у сфері освіти започаткувало виникнення ринку освітніх послуг, а це, в свою чергу, спровокувало формування товарно-грошових відносин у цій сфері. Ринок освітніх послуг ВНЗ найбільше взаємодіє із ринком товарів, інформації та праці [1, с. 87].

Передумови формування, методи функціонування та розвитку ринку освіти з ринком праці розглянуто у дослідженнях В. П. Андрущенка, І. М. Грищенка, М. З. Згуровського, В. Г. Кременя, В. І. Лугового, С. М. Ніколаєнка, М. Ф. Степка. Однак, як засвідчує аналіз наукової літератури, цілісного дослідження щодо значення ринків праці та ринків освітніх послуг для ВНЗ не існує. Це підтверджується перенасиченістю висококваліфікованими працівниками одних спеціальностей за нестачі інших на ринку праці, що призводить до дисбалансу ринків та безробіття.

Метою статті є здійснення теоретичного дослідження напрямів удосконалення ефективної співпраці ВНЗ з ринком праці та ринком освітніх послуг.

У зарубіжних країнах прослідковується чітка взаємодія сфер вищої освіти, науки і виробництва. Досліджуючи процес цієї взаємодії, можна виділити два основні напрями: по-перше, через підвищення контролю над навчальним процесом; по-друге, через коректування самого навчального процесу. Закордонні фірми встановлюють контроль над навчальним процесом, який виражається в спільній розробці всієї навчальної програми для відібраних ними студентів, не дивлячись на те, що не усі вони будуть надалі працювати в цих фірмах. Цей процес передбачає можливість взаємного обміну викладацькими кадрами. Кваліфіковані працівники американських фірм виступають як наставники студентів молодших курсів у період обов'язкової практики, а також у ролі консультантів, а іноді і наукових керівників майбутніх магістрів і докторів наук. Досвід зарубіжних країн показав, що залучення кадрів вищої школи до формування навчальних програм і проведення занять у навчальних центрах підприємств, особливо в сфері підвищення кваліфікації є головним системоутворюючим фактором їх співпраці. Створюються учбово-дослідницькі групи, що включають науково-викладацькі кадри ВНЗ, працівників



фірм і навіть студентів. У ході діяльності цього проекту визначаються найкращі студенти, лідери груп, для яких фірма і ВНЗ розробляють індивідуальні учбово-дослідницькі програми. При цьому здійснюється загальний для всіх країн принцип навчання: від вирішення конкретних завдань на молодших курсах до участі у великому проекті на старших при спільній роботі з магістрами і докторами наук. Сучасна форма співробітництва має місце у всіх промислово розвинутих країнах, але в різних масштабах. Безупинний характер спільних досліджень в умовах науково-технічного прогресу встановлює стабільні зв'язки між ВНЗ і підприємствами. Відповідно створюючи при цьому ефективне функціонування ринку праці та ринку освітніх послуг, у результаті такої взаємодії виникають нові організаційні структури, покликані підвищити ефективність переходу кадрів і технологій із сфери освіти в сферу виробництва. При всій різноманітності цих структур у високорозвинутих країнах усі вони побудовані за регіональним принципом. Наближеність до науково-освітнього центру стає для підприємства більш важливим фактором, ніж до будь-якого ресурсу.

Ми вважаємо, що розглянуті форми взаємодії і кооперації ВНЗ, підприємств виробничої сфери і послуг, що сприяють формуванню ринку праці, повинні бути об'єктом стимулювання і прямого державного регулювання в нашій країні, так як у сучасних умовах дисбалансу ринку освітніх послуг і ринку праці необхідно, щоб держава не тільки заохочувала процес кооперації сфер науки, освіти і виробництва, але і формувала шляхи їхнього стратегічного розвитку.

Виходячи з досвіду розвинутих країн, необхідна наявність двох основних напрямків підтримки кооперації навчальних закладів і фірм у сфері підготовки кадрів: пряме й опосередковане — через стимулювання науково-дослідницької діяльності. Пряме державне фінансування повинно застосовуватися при організації спільних програм підготовки і підвищення кваліфікації, які пов'язані із кардинальною перебудовою виробництва і можливим вивільненням працівників. Особливості прямого фінансування полягають у тому, що вони покликані стимулювати нові форми співробітництва між навчальними закладами і підприємствами промисловості і послуг. Розвиток взаємодії з роботодавцями повинен бути спрямований на реалізацію таких стратегічних завдань: розробка і підписання Генерального договору між Міністерством освіти і науки, а також Федерацією роботодавців України з приводу підготовки фахівців з вищою освітою; впровадження довгострокових програм підготовки фахівців для галузей національної економіки й удосконалення механізмів, надання пільг роботодавцям, які є учасниками цих програм; створення при Міністерстві освіти і науки Міжгалузевої координаційної ради з представників зацікавлених міністерств і відомств, Українського союзу підприємців, промисловців і ін. [3, с. 117]. Досліджуючи ринок праці й ринок освітніх послуг як підсистеми, необхідно зазначити, не дивлячись на те, що вони автономні, спільним об'єктом для них виступає людина, яка володіє знаннями та реалізовує свій "товар" на ринку освітніх послуг. Саме тут, на наше переконання, і проявляється двоїстий характер освітніх послуг. Принцип трансформації освітніх послуг в інтелектуальний потенціал дозволяє визначити взаємозв'язок і взаємозалежність функцій підсистем ринку праці — ринку освітніх послуг.

На наш погляд, як будь-яка система або підсистема, ринок праці й ринок освітніх послуг складаються з таких елементів, як суб'єкти, відносини, моделі, механізми. Розглянемо докладніше елементи ринку праці й ринку освітніх послуг. Усім відомо, що на ринку праці взаємодіють два суб'єкти — це роботодавець й наймані робітники. Роботодавець може бути представлений різними суб'єктами залежно від зазначеної структури відносин власності. Попит на фахівців пред'являють господарюючі суб'єкти, які розміщені в будь-якому регіоні. Основою попиту на працю фахівців є потреба в праці. Пропозицію праці формує економічно активне населення, яке володіє спеціальними знаннями, отриманими через систему освіти [2, с. 407].



Розглядаючи ринок праці з погляду відносин, які складаються як між внутрішніми, так і зовнішніми суб'єктами, ми розділяємо точку зору дослідників, які визначають ринок як "систему трудових відносин, що відображають рівень соціального розвитку й досягнутий на цей період баланс інтересів між суб'єктами, які беруть участь на ринку праці: роботодавцями, працівниками, державою" [4, с. 224].

Система відносин на ринку праці складається в такий спосіб: відносини між фахівцями й роботодавцями; відносини між суб'єктами ринку праці й представниками (профспілки, асоціації роботодавців, служби зайнятості); відносини між суб'єктами ринку праці й ринку освітніх послуг, ринку інформаційних продуктів і послуг; відносини між суб'єктами ринку праці та державою. Сучасний механізм ринку праці заснований на вартісних принципах узгодження соціально різних інтересів різноманітних груп роботодавців по найманню. Взаємодія попиту на працю й пропозиції робочої сили складається під впливом конкретної економічної соціально-політичної ситуації, руху ціни робочої сили (оплати праці), рівня реальних доходів населення [3, с. 117].

Ринок освітніх послуг являє собою систему економічних відносин із приводу купівлі-продажу даних послуг, — безпосередньо затребуваних як колективним, так і індивідуальним споживачем. Він тісно зв'язаний і взаємодіє з іншими ринками: капіталу, робочої сили, інформаційних технологій, товарів народного споживання тощо. Основними суб'єктами ринку освітніх послуг виступають всі суб'єкти ринку, а не тільки виробники й фірми-посередники. Учасниками ринкових відносин є виробники освітніх послуг, споживачі (окремі особистості, підприємства й організації), посередники (включаючи служби зайнятості, біржі праці, органи реєстрації, ліцензування й акредитації освітніх установ та інші), а також суспільні інститути й структури, причетні до просування освітніх послуг на ринок. На ринку освітніх послуг як "виробники" і "продавці" освітніх послуг виступають навчальні заклади різних рівнів, видів акредитації, а споживачами послуг — учні, батьки, студенти, а також фізичні і юридичні особи. Одні формують пропозицію на освітні послуги, а другі — попит на них. Інфраструктура ринку освітніх послуг представлена ВНЗ, освітніми фондами, асоціаціями освітніх установ і підприємств, спеціалізованими центрами й іншими соціальними інститутами, які сприяють ефективному просуванню освітніх послуг на ринку й можуть виконувати такі функції, як інформування, консультування, організації збуту освітніх послуг і ресурсної підтримки освіти.

До головних функцій освітніх установ входить формування пропозиції, надання та просування освітніх і супутніх їм послуг як на ринку освітніх послуг, так і на ринку праці. У свою чергу, організації — споживачі повинні виконувати такі функції: інформування освітніх установ і структур, посередників і окремих особистостей про пропонований попит; встановлення особливих вимог до якості освітніх послуг і до своїх майбутніх працівників з позицій професійних і посадових вимог, що відповідає участі в оцінці якості освітніх послуг; визначення місця, ефективних умов майбутньої трудової діяльності випускників і дотримання цих умов; повне або часткове відшкодування витрат, оплата або інші форми компенсації за зроблені послуги [5, с. 10].

Таким чином, можна стверджувати, що налагодження й обробка зв'язків між ринком освітніх послуг і ринком праці, різноманітність їхніх форм забезпечать умови формування якісних продуктивних сил суспільства як на рівні регіонів з обліком їхнього геополітичного положення, так і країни в цілому. Ринок освітніх послуг і ринок праці характеризуються як ринки асиметричної інформації, тобто ринки з недостатньою інформацією споживачів послуг. З огляду на цю особливість ринків, при розробці концептуальної моделі системи маркетингової діяльності ВНЗ з надання освітніх послуг передбачено посилення інформаційних зв'язків ринків з організаціями й підприємствами, засобами масової інформації тощо. Потенційні



споживачі послуг як ринку освітніх послуг, так і ринку праці повинні бути досить інформовані про якість послуг окремих ВНЗ, політиці ціноутворення на послуги, умовах надання послуг, а також можливості працевлаштування.

Ринок праці повинен інформувати споживачів послуг про стан кон'юнктури ринку; про перспективи розвитку окремих галузей народного господарства й перспективи зайнятості активного населення; про потреби в нових кваліфікаціях, про вимоги роботодавців до якісних характеристик робочої сили. Особливе значення має створення каналу передачі інформації на ринок освітніх послуг щодо успіхів ВНЗ, їхніх випускників на ринку праці. Сьогодні канали інформації неорганізовані, переважають стихійні форми комунікацій.

Сучасні механізми та інструменти взаємодії учасників ринків, як і інституціональний аспект цієї взаємодії, на сьогодні не відрізняється різносторонністю та системністю. Успішна реалізація запропонованої концепції припускає маркетингову орієнтацію всіх структурних підрозділів ВНЗ, планування їхньої маркетингової діяльності й постійний контроль виконання, що припускає проведення систематичного моніторингу з метою проведення корегуючих дій по досягненню поставленої мети, що забезпечує реалізацію місії ВНЗ.

На наш погляд, для реалізації системного підходу щодо здійснення маркетингової діяльності ВНЗ назріла необхідність створення маркетингової служби ВНЗ. Ця структура покликана виконувати координуючу роль і забезпечувати адекватні зовнішньому середовищу стратегії функціонування закладу. Наявність такої системи підсилить маркетингову орієнтацію ВНЗ, що припускає успішне вирішення питань, пов'язаних з організацією активної практичної взаємодії ВНЗ з учасниками ринку освітніх послуг, ринку праці й ринку інформаційних продуктів і послуг. Ця система припускає наявність єдиної служби маркетингу ВНЗ, що доцільно створити на базі існуючих структурних підрозділів ВНЗ. Наприклад, створення такої структури у Хмельницькому національному університеті може відбуватися на основі таких структурних підрозділів, як підготовче відділення, приймальна комісія та управління комплектування контингенту і працевлаштування студентів із створенням у структурі університету лабораторії маркетингових досліджень і моніторингу якості освітніх послуг.

Таким чином для ефективної співпраці з ринком освітніх послуг та ринком праці ВНЗ повинні вирішувати такі проблеми:

1. Дослідження ринку освітніх послуг і ринку праці, тобто відстеження загальноекономічної й галузевої ситуації, виявлення основних тенденцій, оцінка співвідношення попиту та пропозиції, динаміка ємності, а також вимог сфери виробництва до якісних параметрів підготовки фахівця;

2. Дослідження власних продуктів, визначення їх актуальності, якості та конкурентоздатності. Формуванням висококваліфікованого викладацького складу, який займався б просуванням освітніх програм на ринок освітніх послуг.

3. Дослідження конкурентних ринків для визначенням своїх ефективних стилів управління, стратегій, продуктів, сильних та слабких сторони, іміджу та стійкості;

4. Внутрішньовузівськими дослідженнями, які визначали б склад, якість, вартість основних фондів і матеріальних запасів, стан і рівень керування фінансами та освітньо-виробничим процесом.

Список використаних джерел

1. Грищенко, І. М. Економічні умови забезпечення якості освітніх послуг у системі вищої освіти [Текст] : [монограф.] / І. М. Грищенко. — К. : Педагогічна думка, 2012. — 87 с.
2. Адамчук, В. В. Экономика и социология труда [Текст] : [учебн. пособ.] / В. В. Адамчук, О. В. Романов, М. Е. Сорокина. — М. : ЮНИТИ, 1999. — 407 с.
3. Критский, М. М. Человеческий капитал [Текст] : [учебн. пособ.] / М. М. Критский; Ленингр. гос. ун-т. — Л. : Изд-во ЛГУ, 1991. — 117 с.



4. Лібанова, Е. М. Ринок праці [Текст] : [навч. посіб.] / Е. М. Лібанова. — К. : Центр навч. л-ри, 2003. — 224 с.
5. Марцикевич, В. И. Тенденция развития и роль сферы образования: экономический и социальный аспекты [Текст] : [учебн. пособ.] / В. И. Марцикевич ; Ин-т мировой экономики и междунар. отношений. — М. : Российская академия наук, 1994. — 228 с.

Надійшла до редакції 28.03.2013

Матюх С. А. Направления совершенствования эффективного сотрудничества высших учебных заведений с рынком труда и рынком образовательных услуг

Исследуются особенности формирования современных отношений рынка труда и рынка образовательных услуг в зарубежных странах. Предложены пути совершенствования эффективного сотрудничества высших учебных заведений с рынком труда и рынком образовательных услуг.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, рынок труда, высшие учебные заведения.

Matiukh, S. A. Directions for the Improvement of Effective Cooperation between Higher Education Institutions and the Labor Market and the Education Market

The article investigates the peculiarities of the modern labor market and the education market in foreign countries. The ways to improve effective cooperation between higher education institutions and the labor market and the education market are proposed.

Keywords: education market, labor market, higher educational institutions.

