

10. Уильямон О. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, “отношенческая” контракция / О. Уильямсон. – С.-Петербург. : Ленинздат, 1996. – 259 с.

11. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Норт Д. – М. : Фонд экономической книги “Начала”, 1997. – 210 с.

УДК 338.242.2

Ящук Т.А.,  
здобувач\*

Уманський державний педагогічний  
університет імені Павла Тичини

## РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ: СУТНІСТЬ ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

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

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Ринкові відносини у галузі освіти нашої держави виникли з початком ринкових реформ в економіці. Формування ринкових відносин в економічному житті не могло не торкнутися такої найважливішої 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 освітніх послуг, основним засадам управління та напрямам вдосконалення системи вищої освіти в сучасних умовах присвячено праці В.П. Андрущенка, В.Д. Базиловича, Д.В. Бондаренка, Л.В. Губерського, О.В. Дубровки, М.З. Згуровського, О.І. Лігоцького, В.І. Куценко, М.А. Мартинюк, І.Ю. Ходикіної.

Аналіз результатів останніх досліджень і публікацій засвідчує недостатнє вивчення механізмів функціонування ринку освітніх послуг в умовах реформи освіти в нашій країні. Потребують детального аналізу питання оптимізації інституційних перетворень у сфері освіти як одного з найважливіших чинників підвищення ефективності функціонування освіти та її впливу на розвиток інноваційної економіки. Усе це свідчить про актуальність теми, а відтак зумовило вибір напряму дослідження в науковому і практичному аспектах.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження основних підходів щодо трактування поняття „ринку освітніх послуг” та його специфічних особливостей.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Перш ніж розглянути поняття „ринку освітніх послуг”, визначимо сутність терміну „освітня послуга”.

Аналіз вітчизняної наукової літератури показав, що єдиного визначення з приводу того, що розуміють під освітньою послугою, немає. Вона 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 вищого навчального закладу на ринку освітніх послуг є сукупність освітніх програм, які визначають моделі поведінки спеціаліста. За інституціональним підходом, основними суб'єктами ринкових відносин є виробники освітніх послуг (освітні заклади, фізичні особи, які надають освітні послуги) та їх споживачі (підприємства, фізичні і 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, можна охарактеризувати як цілеспрямований систематичний процес передачі та отримання знань, інформації, вмінь і навичок та результат інтелектуального, культурного, духовного, соціально-економічного розвитку суспільства та держави [1].

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

\* Науковий керівник: Музиченко А.С. – д.е.н., професор

Іншу точку зору 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 рівня освіти у відповідності 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 відносять 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 освітніх послуг). Також ці блага характеризуються тим, що їх споживання має колективний характер.

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

Підсумовуючи аналіз різних поглядів на поняття „освітня послуга”, можна 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].

На нашу думку, під освітньою послугою слід розуміти цілеспрямований процес збору, отримання, передачі та засвоєння системи навичок, знань, інформації та результат безперервного духовного, культурного, соціально-економічного розвитку й вдосконалення держави і суспільства в цілому.

Виникнення ринкових відносин в Україні на початку 90-х років призвело до того, що ринок почав впроваджуватися практично у всі галузі економіки та суспільного життя. Ринок як інститут суспільства інтегрує соціальні дії людей у всіх сферах життєдіяльності: виробничій, побутовій, освітній, духовній та інших – і перетворює їх у ринкову поведінку економічних суб’єктів. Ринок представляє собою сукупність структурно пов’язаних продавців та покупців конкретного товару (товарної групи), діяльність яких регулюється сумісними правилами та концепціями контролю, що розрізняються більшістю учасників.

Винятком не стала й система професійної освіти, де починає своє становлення особливий ринок – ринок освітніх послуг, який в Україні розвивається швидкими темпами і пов’язаний із зростанням чисельності студентів, відкриттям нових вищих навчальних закладів, напрямів підготовки та спеціальностей.

Перш за все проаналізуємо існуючі підходи до визначення категорії „ринку освітніх послуг”. Більшість вчених, 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 освітніх послуг в економічній системі, дослідники приходять до єдиного висновку – він відноситься до системи ринків факторів виробництва або особливого підрозділу ринку продуктивних сил, де номенклатура послуг, попит і пропозиція визначаються кон’юнктурою на ринку більш високого порядку – ринку робочої сили [8].

На думку Щетиніна В.П., ринок освітніх послуг – 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 Шевченка Д.А., ринок освітніх послуг – це всі потенційні споживачі, що прагнуть задовольнити свої потреби в освіті, здатні вступити у відносини обміну з продавцем [10]. Інші автори ринок освітніх послуг визначають як складний комплекс економічних відносин суб’єктів економічної системи вищої освіти, що покликаний задовольнити потреби суспільства у фахівцях і споживачів в отриманні певної кваліфікації за відповідною спеціальністю.

Деякі автори (Л.І. Цимбал, І.С. Каленюк) [11; 12] стверджують, що „ринок освітніх послуг – це система економічних відносин, що складаються між суб'єктами освітнього процесу з приводу купівлі-продажу освітніх послуг, а також для досягнення певного рівня освіти особи та нації загалом”.

На основі проведеного аналізу трактування поняття „ринок освітніх послуг”, вважаємо, що ринок освітніх послуг – 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 освітніх послуг представляє собою єдину, ієрархічну систему з міцними взаємозв'язками і певними пропорціями між його секторами. При цьому він сам є складовою частиною ринку послуг, який, у свою чергу входить в структуру товарного ринку як елемента всієї ринкової системи.

Інфраструктура ринку освітніх послуг представляє собою систему організацій та установ, які забезпечують рух товарів та 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 із забезпечення умов для створення кінцевого продукту. Продавцями на ринку освітніх послуг є університети та інші заклади освіти. Покупцями (споживачами) виступають абітурієнти, їх батьки, що обирають навчальний заклад; роботодавці – фірми, установи, організації та підприємства, які оплачують навчання своїх робітників; підприємства та організації, що наймають випускників [13]. Вчений Л.М. Хижняк, окрім загально визнаних продавців і покупців освітніх послуг, до складу учасників ринку освітніх послуг зараховує посередників – освітні фонди, служби зайнятості, біржі праці, які дозволяють освітнім послугам просуватися на ринку [14].

Основними особливостями, які характеризують існування ринку освітніх послуг, є:

- асиметричність інформації, яка передбачає відмінність у знаннях одних учасників порівняно з іншими;
- неоднакова доступність всіх суб'єктів ринку до відповідних ресурсів;
- формування ринкових відносин у сфері освіти відбувається на засадах ринкової конкуренції за впливу державного регулювання;
- самостійність вищих навчальних закладів у здійсненні своєї діяльності, включаючи можливість самим обирати напрям підготовки спеціалістів і виконання наукових досліджень;
- висока еластичність попиту на освітні послуги, швидка реакція ринку на зміни попиту;
- структурування ринку освітніх послуг проводиться за економічною та територіальною локальністю, за кон'юнктурною та сегментною ознаками;
- індивідуальність й нестандартність наданих послуг і технологій, висока диференціація продукту за однією і тією самою спеціальністю;
- розвиток функції адаптації освіти та 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 відіграє держава, формуючи правове поле та фінансуючи освітню галузь. Коло завдань, які стоять перед нею у сфері регулювання освітою широке, зокрема це – оптимізація мережі навчальних закладів, підвищення якості освітніх послуг, створення максимально професійної та незалежної системи ліцензування та акредитації, яка б діяла в інтересах споживачів освітніх послуг, підтримка наукової діяльності тощо. До базових функцій державного регулювання освітньої діяльності, які не можуть виконуватись за допомогою ринкових важелів, можна віднести: формування стратегічних і тактичних цілей та пріоритетів; дотримання соціальних цінностей; створення правових основ функціонування ринку освітніх послуг; гарантування високої якості освітніх послуг [16].

**Висновки з даного дослідження.** Досліджуючи категорію „освітня послуга”, ми дійшли висновку, що це поняття має дискусійний характер і, узагальнюючи різні твердження, можна сказати, що освітню послугу слід розглядати як систематизований процес отримання та засвоєння сукупності знань, інформації, який впливає на культурно-духовний та соціально-економічний розвиток суспільства.

Ринок освітніх послуг представляє сьогодні велике багатогалузеве економічне середовище, де створюється значущий елемент національного багатства – знання, уміння, навички, особисті інтелектуальні та професійні характеристики громадян. Стрімкий розвиток сучасного ринку освітніх послуг обумовлює необхідність детального дослідження тенденцій та закономірностей функціонування й розробки на цій основі напрямків його реформування. Створення ефективної та досконалої системи освітньої діяльності забезпечить можливість адекватно реагувати на потреби сучасної економіки.

## Література

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 / Т.Є. Оболенська. – 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. Євменьова К.М. Освітня послуга як економічна категорія / К.М. Євменьова // Економіка і регіон. – № 3 (22). – 2009. – 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 освітніх послуг в системі вищої освіти України / Н.Ф. Стеблюк // Вісник Хмельницького національного університету. – 2009. – № 6 (2). – С. 196–199.
8. Каленюк І.С. Економіка освіти : навчальний посібник / І.С. Каленюк. – К. : Знання України, 2003. – 316 с.
9. Щетинін В.П. Ринок освітніх послуг в сучасній Росії / В.П. Щетинін // Школа. – 2007. – № 3. – С. 25–28.
10. Шевченко Д.А. Маркетинговые стратегии ценообразования 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 освітніх послуг на сучасному етапі / Л.І. Цимбал // Науковий вісник ЧДІЕУ. – 2010. – № 2 (6). – С. 43–48.
12. Каленюк І.С. Особливості регулювання ринку освітніх послуг : монографія / І. Каленюк, Л. Цимбал // Черніг. держ. ін-т економіки і упр. – Чернігів: ЧДІЕІУ, 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 освітніх послуг: оптимізація управління / Л.М. Хижняк // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління : зб. наук. пр. ДонДУУ. – Т. Х. – Вип. 116: Соціологія державного управління. – Серія: Спеціальні та галузеві соціології. – Донецьк: ДонДУУ, 2009. – С. 126 – 132.
15. Мудра О.В. особливості взаємодії ринку освітніх послуг та ринку праці / О.В. Мудра // Економіка. – 2012. – № 5 (119). – С. 35–40.
16. Кобець А.С. Роль держави у функціонуванні ринку освітніх послуг [Електронний ресурс] / А.С. Кобець // Державне управління: удосконалення та розвиток. – Режим доступу: <http://www.dy.nauka.com.ua>.