

УДК: 342.25.378.1

РИНКОВА ТРАНСФОРМАЦІЯ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В РАЙОНІ МІСТА

Лобурець А.В.

аспірант Дон ДУУ

У статті порушено питання розуміння змісту освітніх та методичних послуг на ринку муніципальних послуг. Зроблена спроба в цьому контексті, оцінити роль соціальних послуг у сучасному суспільстві, вплив трансформації економіки країни на методи і способи управління установами соціальної сфери в нових умовах.

Ключові слова: освітня послуга, ринок освітніх послуг, маркетинг освітніх послуг.

В статье затронут вопрос понимания содержания образовательных и методических услуг на рынке муниципальных услуг. Сделана попытка в этом контексте оценить роль социальных услуг в современном обществе, влияние трансформации экономики страны на методы и способы управления учреждениями социальной сферы в новых условиях.

Ключевые слова: образовательная услуга, рынок образовательных услуг, маркетинг образовательных услуг.

The article touches upon the question of understanding the content of educational and methodical services on the municipal market. An attempt is made to this context, assess the role of social services in a modern society, the influence of the transformation of the economy on the methods and ways of management of institutions of social sphere in the new conditions.

Key words: educational service, the market of educational services, marketing of educational services.

Актуальність. Одним із пріоритетних напрямів інноваційної соціальної політики держави в умовах ринкової економіки, яка реалізується через місцеве самоврядування, є створення ринку соціальних і зокрема освітніх послуг (Національна доктрина розвитку освіти України у XXI столітті). Сучасний реальний ринок освітніх послуг представляє собою недосконалий, соціально-орієнтований ринок, що передбачає комбінування ринкового механізму і

державного та муніципального регулювання процесів відтворення і надання освітянських та методичних послуг.

Важливою складовою розвитку територіальної громади у трансформуючому суспільстві є створення сучасного муніципального ринку соціальних послуг. Безпосередній вплив послуг соціальної сфери на формування робочої сили і суспільної свідомості відображується на життєвому рівні кожного мешканця.

Зростання ролі соціальних послуг у сучасному суспільстві, вплив трансформації економіки країни на методи і способи управління установами соціальної сфери, нарешті, оцінка результатів їх діяльності в нових умовах потребують детального розгляду.

Аналіз вітчизняної літератури і періодики показав, що серед дослідників єдиної думки з приводу того, що ж вважати освітньою послугою, немає. Освіта є фундаментом людського розвитку та прогресу суспільства, а також виступає гарантом індивідуального розвитку, сприяє формуванню інтелектуального, духовного та виробничого потенціалу суспільства. Освітні послуги, як суспільний товар, мають свою споживчу вартість, яка може бути виражена якістю, глибиною та характером надаваних знань. Отже, освіта, як специфічна сфера діяльності, становить інтерес для економічного аналізу.

Ці питання досліджують Є.А. Андрєєв, Е.П. Белозерцев, А.П. Булкін, Б.С. Гершунський, В.Г. Кремень, В.В. Кріжко, Б.Т. Ліхачов, В.І. Луговий, В.О. Огнев'юк, М.М. Поташник, М.І. Романенко, Т.А. Степанова, Г.Г. Філіпчук та інші.

Метою статті є визначення поняття "освітня послуга", класифікація муніципальних освітніх послуг за основними класифікаційними ознаками та представлення механізму взаємовідношення базових характеристик освітніх та методичних послуг.

Виклад основного матеріалу дослідження. Під "послугами" розуміється діяльність, спрямована на задоволення потреб мешканців муніципального утворення. Соціальна послуга є соціально-економічною категорією, яка є

відображенням економічних відносин, що виникають між виробником і споживачем з приводу конкретного виду діяльності (освіти, наприклад), основною функцією якої є задоволення суспільних необхідностей на основі потреб, що призводить до підвищення якості життя не тільки окремих споживачів, але всієї громади та суспільства в цілому.

Черниш О. І., автор дослідження процесу становлення ринку послуг в трансформаційній економіці України, акцентує увагу на перспективному напрямку розвитку ринку соціальних послуг держави, до яких відносяться соціально-культурні та комунально-побутові послуги. До групи соціально-культурних послуг належить 50 % послуги на освіту. Послугами освітніх установ в Україні користується щорічно більше 18 млн. чоловік.

Основною метою розвитку соціально-культурної сфери є необхідність забезпечення конституційних гарантій громадян в отриманні соціальних послуг на основі мінімальних соціальних стандартів. Основними пріоритетними напрямами розвитку муніципальної соціально-культурної сфери є:

- здійснення структурних перетворень у галузях соціально-культурної сфери, орієнтованих на підвищення ефективності використання фінансових, матеріальних і трудових ресурсів;

- удосконалення функціонування і розвитку галузей і сфер діяльності на основі багатоканального фінансування;

- доведення зобов'язань держави щодо забезпечення населення мінімально необхідними соціальними послугами відповідно до його фінансових можливостей;

- удосконалення і розвиток нормативно-правової бази, включаючи введення мінімальних соціальних стандартів;

- формування ринку соціальних послуг;

- створення адекватного ринковим умовам кадрового потенціалу.

Освітній компонент соціальної сфери сьогодні - це система якісних освітніх послуг. Саме ця сфера суспільної діяльності є духовним виробництвом, особливою формою духовної діяльності.

На сучасному етапі освітню галузь охоплює інтенсивний потік інноваційних реформ, які, на жаль, на сьогодні залишаються в більшості на рівні декларацій, популізму. Тому якість, результативність освіти, якість освітніх послуг сьогодення - це категорія продуктивності освітньої галузі, перспектива розвитку української освіти в напрямку інтеграції в європейський та світовий освітній простір.

Якщо розглядати сферу послуг з точки зору системного підходу, який виходить із поняття про систему, важливими властивостями якої є цілісність і неподільність, забезпечення взаємозв'язку і взаємодії її складових частин і елементів.

Система складається з структуроутворюючих елементів, кожен із яких виконує функцію, внутрішніх і зовнішніх зв'язків між ними. Наприклад, підсистема освіти включає такі послуги: освітні, методичні, педагогічні, виховні, дидактичні.

Розгляд систем, їх структур передбачає пізнання законів стійкості і внутрішнього руху. Для елементів системи характерні такі ознаки: структурна автономія, функціональна специфічність, здатність до взаємодії, функціональна інтегративність.

Структурна автономність елементів означає, що вони розвиваються і підпорядковані умовам функціонування системи, видозмінюючись у процесі саморозвитку або під впливом управляючої дії. За метою системи визначають конкретну форму існування її елементів (дошкільний заклад, школа, гімназія, професійно-технічне училище, методична служба тощо).

Функціональна специфічність елементів відображується у виконанні ними конкретних функцій, які уявляють собою визначені дії, які можуть проявлятися лише при наявності іншого елемента, здатного до взаємодії (викладач - учень, методист-учитель тощо).

У сучасних умовах гарантією процвітання суспільства є його інтелектуальний потенціал, який у свою чергу, не може розвиватися без створення сприятливих умов для освіти.

Освіту можна розглядати з двох позицій:

1. Освіта як послуга: курси, семінари, заходи, засідання.
2. Освіта як предметний товар: відео, касети, відеодиски, навчальні системи.

Основним видом діяльності установ освіти є створення й надання освітніх послуг. Освітня послуга - це специфічний товар, який задовольняє потребу людини в придбанні певних знань, навичок і вмінь для їхнього подальшого використання в професійній діяльності.

Освітні послуги є специфічними. Ця специфіка виявляється у незбереженості освітніх послуг, тобто, з одного боку, неможливо заготовити послуги в повному обсязі заздалегідь і складувати їх як матеріальний товар, очікуючи підвищення попиту, з другого боку, незбереженість послуг виявляється у природному для людини забуванні отриманої інформації, знань.

Освіта як специфічний товар (послуга) має подвійну природу, яка полягає в тому, що освітня установа функціонує водночас на двох взаємозалежних ринках - ринку освітніх послуг і ринку праці. Отже, освітню послугу можна віднести як до споживчого маркетингу, так і до соціального. Маркетинг - це концепція та практика менеджменту. Маркетинг освітніх послуг - максимальний облік і задоволення потреб замовників: окремої людини - в одержанні освіти, підприємств - у рості кадрового потенціалу, суспільства - в розширеному відтворенні сукупного особистісного й інтелектуального потенціалу людини та установи освіти в цілому.

До відмінних рис освітніх послуг слід віднести: сезонність, високу вартість, відносну тривалість виконання, відстроченість виявлення результативності й залежність результатів від умов майбутньої роботи та життя, необхідність подальшого супроводу послуг.

Підвищення ролі і впливу сфери послуг на економіку викликає необхідність виділення менеджменту як стратегічного, продуктивного механізму управління цією галуззю суспільства.

При переході від індустріального до інформаційного суспільства основну роль у соціальній динаміці починають відігравати інформаційні фактори і сфера інформаційного виробництва в цілому. Інтелект, наука (нові знання) матеріалізуються в новій техніці, технологіях, оргсистемах, продуктах, послугах.

Відомо, що матеріальний ринок виступив основою формування індустріального суспільства. За аналогією інтелектуальний (інформаційний) ринок виступає фактором формування інформаційного суспільства з його інформаційним (інтелектуальним) виробництвом, обміном і споживанням.

Бурхливий розвиток інформаційного ринку - не тільки база для розвитку менеджменту у невиробничій сфері, це головний феномен сучасності, який змінює саме уявлення про причини і природу багатства народів, обґрунтоване А.Смітом, К. Марксом. Обіг матеріально-речових товарів само по собі додає багатства народів, тоді як циркуляція інформації (знань) сама по собі збільшує ресурсний потенціал суспільства, його можливості розширювати матеріальне виробництво за рахунок інформаційних технологій.

Освіта є соціальною галуззю послуг, які задовольняють різноманітні соціальні потреби духовного характеру.

Автор моделі реалізації процесу надання освітніх послуг - Черниш О.І. виділяє освіту як соціальну сферу, систему маркетингу освітніх послуг. Основним видом діяльності установ освіти є створення й надання освітніх послуг. Сучасний реальний ринок освітянських послуг є недосконалим, соціально орієнтованим ринком, що передбачає комбінування ринкового механізму і державного регулювання процесів відтворення освітянських послуг. Ступінь і форми регулювання ринку освітянських послуг відрізняються від конкретного сегмента ринку. Отже, освітня сфера на сьогодні вимагає розробки соціально-адекватних механізмів розвитку системи освітніх послуг на державному та місцевому рівнях.

Освітня галузь є стратегічним, прогностичним об'єктом розвитку і становлення інтелектуально - духовного ресурсу держави в ринкових умовах

глобалізованого простору. Одним із шляхів реформування освітньої галузі є формування ринку освітніх, конкурентноспроможних послуг, який передбачає рівноправне і вільне функціонування всіх форм отримання освіти.

Ринок освітніх послуг має свою специфіку. Освіта як товар носить подвійний характер: до визначеного рівня це державний товар - безкоштовна послуга; після цього рівня - це державно - приватний товар і платна послуга. На інших рівнях і секторах освіти це приватний товар і послуга. Відповідно з цим розгортається конкуренція між державною системою і приватними організаціями освіти, між державними закладами освіти, між секторами - підсистемами освіти. Але в нашій державі, нажаль, відсутня відповідна законодавча база щодо розвитку демократичного ринку освітніх (державного і приватного рівнів) послуг і ринку педагогічної праці. Тому і якість освітніх послуг носить тіньовий, декларативний, суб'єктивний характер.

Управління якістю освітніх послуг, безперервне підвищення цієї якості і захист інтересів громадян і держави у високоякісній освіті вимагають стандартизації освітніх послуг. Мова йде про стандартизацію основної, загальної освіти як базової, безкоштовної, якість якої гарантується державою.

Освітній ринок включає такі компоненти:

це, перш за все, ринок засобів навчання і оснащення навчального процесу, де ринковими стають відношення між розробниками і виробниками засобів навчання, між виробниками засобів навчання і учасниками процесу навчання, де засіб навчання стає приватним товаром, а учасники процесу навчання - покупцями;

це ринок освітніх послуг, де в якості державного і приватного товару виступають освітні послуги, а учасники процесу освіти стають їх споживачами;

це ринок педагогічної праці з характерними проблемами підготовки і перепідготовки кадрів, оплати праці та інших мотиваційних факторів;

це конкуренція форм власності і організації навчального процесу;

це державне регулювання процесів в освіті і контроль якості освітніх послуг.

Освіта - це двостороння система, тобто вона передбачає як передачу знань і навчання, так і отримання цих знань. У вузькому розумінні це - учитель і учень, педагога і методист. У широкому - ми можемо говорити про постачальників і споживачів освітніх послуг. Освітня послуга включає такі взаємопов'язані компоненти: сервісна концепція, система доставки послуги, результат.

Основними сучасними механізмами підвищення якості муніципальних освітніх послуг є моніторинг, проектування, маркетинг освітніх послуг.

Основною метою муніципального проектування розвитку освіти є підвищення рівня освіченості, духовності освітян, реалізація творчого потенціалу всіх суб'єктів муніципальної освіти.

Маркетинг освітніх послуг - це діяльність, спрямована на становлення і розвиток території цивілізованих ринкових стосунків, маркетингового підходу щодо відношення ресурсів муніципальної освіти, продукції та послуг. Основними завданнями такого маркетингу є:

- формування і розвиток некомерційного маркетингу інтелектуальної продукції та освітніх послуг;
- сприяння розвитку ринку комерційних суб'єктів та послуг освіти територіальної громади, маркетинговий підхід до їх управлінської діяльності;
- підвищення ефективності ринкової взаємодії суб'єктів територіальної громади з іншими суб'єктами на всіх рівнях: світовому, національному, муніципальному.

Моніторинг є ефективною управлінською процедурою відслідкування якості освітньої політики, реалізації освітніх проектів на всіх рівнях: від державного до муніципального.

Висновок. В світі відбуваються глибинні і об'єктивні процеси формування єдиного освітнього простору, орієнтованого на усе світове співтовариство. Зміна етапів цивілізації диктує необхідність зміни парадигми освіти. Існуючу „підтримуючу ” освіту має замінити освіта інноваційна. На зміну парадигмі традиційної освіти, наукову основу якої складали, в основному, дидактика і

педагогіка йдуть парадигми інноваційної, ноосферної, системологічної освіти та інші, в основі яких, наука, що об'єктивно складається, – едукологія.

Муніципальний ринок освітніх послуг - це масштабна, варіативна система різних за своїми функціями освітніх організацій. Тому в умовах ринкової економіки постає проблема розробки ефективних, стратегічних механізмів (систем моніторингу, проектування, маркетингу освітніх послуг) управління освітньою системою в муніципальному утворенні. Саме якісні послуги управлінських структур та навчальних закладів забезпечують розвиток, синергетичний ефект освіти на державному та муніципальному рівнях.

Література

1. Гамаюнов В. Г. Становлення дидактичного менеджменту в системі управління освітою// Освіта і управління .- 2002. – том 5. - №2. – С.88.
2. Попов Е.Н. Услуги образования и рынок / Е.Н. Попов // Российский экономический журнал. — 1992. — № 6. — С. 65–71.
3. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг / О.В. Сагинова // Маркетинг в России и за рубежом. — 1999. — № 1. — С. 45–50.
4. Ченцов А.А. Инновационные стратегии на рынке образовательных услуг / автореф. дис. на соискание научн. степени канд. эконом. наук : спец. 08.00.10 / А.А. Ченцов. — М., 1998. — 22 с.
5. Скрипак Е.И. К вопросу о понятии «образовательная услуга» / Е.И. Скрипак // сайт Кемеровского государственного университета. — Режим доступа : www.history.kemsu.ru