

Особливості функціонування ринку освітніх послуг в Україні

Ящук Т.А., викладач

Уманський державний педагогічний університет

імені Павла Тичини

На сучасному етапі суспільного прогресу однією з головних ознак цивілізованої, індустріальної країни є високорозвинений ефективний ринок освітніх послуг. Така постановка питання ініціює необхідність розгляду цілого ряду теоретичних проблем, пов'язаних з вивченням сутності й принципів механізму функціонування ринку освітніх послуг [1]. При цьому визначальний вплив на утримання й закономірності розвитку соціально-економічних відносин у сфері освіти має процес формування постіндустріального суспільства. Це проявляється в переорієнтації сфери освіти на надання освітніх послуг у відповідності з попитом на них основних суб'єктів ринку, у підвищенні ролі людського капіталу, інформаційного ресурсу й знань в економіці.

У до ринковому періоді економіки система надання освітніх послуг була державною монополією і істотно відрізнялась від сьогоденного стану. Повноцінний ринок освітніх послуг почав формуватися порівняно недавно. Проте, деякі його особливості й тенденції розвитку піддаються оцінці. Аналіз процесу його становлення й формування структури має важливе й теоретичне, і практичне значення в першу чергу для визначення перспектив і стратегічних напрямків його розвитку, вироблення комплексу заходів з його регулювання.

У теперішній час суспільна значимість системи освіти багаторазово зросла. Глобальні й стрімкі зміни в політичному, технологічному, економічному й соціальному розвитку світової цивілізації перетворили в стратегічний фактор прогресу суспільства його науково-технічний, соціокультурний і духовний потенціал, нарощування якого прямо пов'язане з рівнем розвитку соціально-культурної сфери й, насамперед, зі станом системи освіти, з підвищенням освітнього й професійного рівня всього населення.

Серед питань, що потребують невідкладного вирішення, особливо вирізняється проблема оптимізації функціонування вітчизняного ринку освітніх послуг. Нормальне функціонування ринку освітніх послуг в першу чергу залежить від стану конкурентного середовища. Щодо вільного входження на ринок продавців освітніх послуг, то воно дещо обмежене вкрай забюрократизованою процедурою ліцензування та акредитації спеціальності, пряму підготовки і навчального закладу в цілому. Проте, незважаючи на це, ВНЗ усіх типів і форм власності в принципі успішно позиціонують на ринку освітніх послуг, конкуруючи між собою [2].

Не менш важливою тенденцією розвитку ринку освітніх послуг в Україні є відсутність чистої (досконалої) конкуренції між продавцями і покупцями. Зокрема, приватні вищі навчальні заклади конкурують із державними стосовно цінової політики. Визначення вартості навчання вони проводять виключно з урахуванням закону вартості, попиту і пропозиції, тоді як державні вищі навчальні заклади примушені у вартість навчання абітурієнта-контрактника включити суми, які вони недоотримують за тих студентів, які вчаться за рахунок коштів державного бюджету. З огляду на це, плата за ідентичні освітні послуги у приватних вузах, як правило, нижча.

Ще однією проблемою, яка стосується функціонування вітчизняного ринку освітніх послуг, є соціальна стратифікація в отриманні вищої освіти. Вона проявляється в тому, що виступити в ролі покупців на ринку освітніх послуг можуть діти головним чином з сімей з високим рівнем доходу. Отож і виходить, що діти з більш заможних сімей отримують вищу освіту, яка в певній мірі є перепусткою на ринок висококваліфікованої, високооплачуваної праці. Діти з бідних сімей не можуть стати суб'єктами ринку освітніх послуг через відсутність коштів, і водночас вони не можуть потрапити на безоплатне навчання, оскільки рівень знань у них, як правило, нижчий, бо вони не можуть скористатися послугами репетитора чи різноманітних курсів з довузівської підготовки. Таким чином, функціонування ринку освітніх послуг сприяє

розшаруванню суспільства за рівнем освіти і закладає передумови для майбутнього розшарування за рівнем доходів [3].

Функціонування ринку освітніх послуг породило тенденцію забезпечення соціально-економічного захисту його суб'єктів. Річ у тому, що користь від набутих вмінь, знань і навичок отримує не власник (випускник), а той, хто безпосередньо купує робочу силу. Також, якщо випускник навчався за кошти державного бюджету, а йде працювати до недержавного підприємства чи організації, то держава при цьому понесе витрати. Отже, існує потреба врегулювання відносин між продавцями і покупцями освітніх послуг та покупцями висококваліфікованої робочої сили.

Розвиток ринку освітніх послуг робить усе більш актуальною проблему використання елементів маркетингу в керуванні навчальним закладом. Це пов'язано з тим, що однієї з найважливіших реалій розвитку сучасної освіти є ріст кількості недержавних навчальних закладів і як альтернатива цьому – збільшення частки комерційного прийому студентів у державні вузи. Відсутність ефективного маркетингу ринку освітніх послуг спричиняє відсутність інформації про кількість працівників, необхідних для забезпечення процесу відтворення.

На сьогодні для української вищої освіти характерними є такі негативні тенденції:

- зростання кількості вищих навчальних закладів, яке часто не призводить до підвищення якості навчання;
- дисбаланс між попитом і пропозицією на ринку освітніх послуг, що супроводжується зростанням чисельності випускників незатребуваних професій;
- зниження якісних чинників роботи вищих навчальних закладів, зокрема кваліфікації випускників;
- існування кризи ресурсів, що проявляється не тільки у скороченні фінансування із державного бюджету, але й у комерціалізації освітньої діяльності;

- стійка тенденція до масовості освіти поряд з погіршенням кваліфікаційної й вікової структури зайнятості;
- низький рівень оплати праці у вузах, що спричинило відтік кадрів;
- старіння матеріально-технічної бази вищих навчальних закладів;
- всезростаюча конкуренція вищих навчальних закладів за залучення потенційних студентів;
- незабезпеченість студентів місцями у гуртожитках;
- значне скорочення державних місць;
- перевага приватних вищих навчальних закладів у порівнянні з державними у ціновій політиці.

Отже, сьогодні в Україні ринок освітніх послуг не готовий повністю задовольнити попит роботодавців у кадрах та оперативно реагувати на зміни їхніх потреб. Наявність професійно-кваліфікаційного дисбалансу між потребами ринку праці і підготовкою кадрів навчальними закладами обумовлює значні непродуктивні витрати державних і особистих коштів громадян, а також моральні втрати суспільства. Відсутність дієвого маркетингу ринку освітніх послуг призводить до того, що суспільство не знає, скільки і яких фахівців насправді потрібно для забезпечення процесу відтворення. Тому гострою потребою є негайне втручання держави з метою регулювання відносин між суб'єктами на ринку освітніх послуг.

Список використаних джерел

1. Валиев Ш.З. Механизм функционирования рынка услуг (вопросы методологии) / Ш.З. Валиев, Л.Р. Курманова // Экономика и управление. – 2005. – № 2 (19). – С. 90 – 94.
2. Кукурудза І.І. Ринок послуг вищої школи в Україні: стан, проблеми та перспективи / І.І. Кукурудза // Вісник Черкаського університету. Серія Економічні науки. – 2009. – № 152. – С. 148 – 163.
3. Уколова А.А. Диспропорції розвитку ринку освітніх послуг в Україні: причини та наслідки / А.А. Уколова // Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. – 2010. – № 891. – С. 155 – 159.

