

ОРГАНІЗАЦІЙНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ВЗАЄМОДІЇ ПОПИТУ І ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Розглянуто теоретико-методологічні аспекти формування попиту та пропозиції на ринку освітніх послуг. Досліджено особливості та проблеми обмеженості застосування ринкових механізмів та законів в освітній сфері. Обґрунтовано необхідність формування адаптивної системи освіти, яка б швидко реагувала на потреби ринку праці, стимулювала економічне зростання, відтворювала спеціалістів, здатних ефективно працювати в конкурентному економічному середовищі

Постановка проблеми. Основним механізмом діяльності системи освіти будь-якої країни є надання освітніх послуг. Всезростаючий попит на освітні послуги та задоволення потреб споживачів зі сторони навчальних закладів зумовлює появу процесів обміну. А це в свою чергу спричиняє появу нового ринку – ринку освітніх послуг. Розвиток будь-якого ринку неможливий без врахування показників попиту і пропозиції на товар або послугу, що є важливими чинниками сьогодення. Проте, ринок освітніх послуг має дещо свої особливості у визначенні формуючих факторів обсягу реалізації освітніх послуг, зокрема державний контроль та державну політику у даній галузі, що обумовлює виникнення дисбалансу величини попиту та пропозиції на даному ринку.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Поява інтересу науковців до дослідження ринку освітніх послуг (далі РОП) є відповіддю на сформовану в останні десятиліття глобальну тенденцію суспільного розвитку щодо випереджувального зростання сфери послуг, порівняно з матеріальним виробництвом [1, с.251]. Проблематиці взаємоузгодженості величини попиту та пропозиції на ринку освітніх послуг, а також між даним ринком та ринком праці присвячено низку наукових праць вітчизняних та зарубіжних дослідників. Значний вклад у розв'язання цієї проблеми внесли А.А Антонов, Т.М. Боголіб, О. Грішнова, М.І. Долішній, О.В. Дубровка, І.С. Каленюк, І.С. Кочарян, В.І. Куценко, Г.С. Лопушняк, М.А. Мартинюк, Р. Патора, О.Ю. Перова, С.Ю. Рошин, І.Ю. Ходикіна та інші, в роботах яких широко висвітлюються питання розвитку ринку освітніх послуг, його регіональний аспект, засади узгодженості попиту та пропозиції на даному ринку. Разом з тим, значна кількість питань залишається відкритою для дослідження, зокрема, організаційно-економічні аспекти збалансування регіональних диспропорцій попиту та пропозиції як на внутрішньогалузевому, так і міжгалузевому рівнях.

Метою дослідження виступає формулювання методологічних основ взаємодії попиту та пропозиції на ринку освітніх послуг та обґрунтування основних проблем і напрямів їх збалансування.

Викладення основного матеріалу. Функціонування ринку освітніх послуг підпорядковується основним законам товарного виробництва (закону вартості, закону попиту та пропозиції). На основі цих законів формується ринкова ціна, яка покликана врівноважити попит та пропозицію, врегулювати обсяг і асортимент освітніх послуг та виступати основним регулятором господарської діяльності навчальних закладів [2, с. 92]. Проте, слід зазначити, що в сфері освітніх послуг, закони класичного ринку не завжди спрацьовують, адже специфіка даної сфери передбачає обмеження вільної конкуренції на основі державних стандартів, нормативів, централізованому підпорядкуванню освітніх закладів, необхідністю виконання ліцензійних умов та дотримання вимог, визначених законодавством.

Попит на ринку освітніх послуг виражається передусім потребами індивідів і суспільства в освітніх послугах, визначається доходами населення і цінами на них. Дж. Кейнс писав, що сукупний дохід є, як правило, головною змінною величиною, від якої залежатиме причетна до споживання складова функція сукупного попиту [5, с. 267]. Попит на приватну освіту може складатися під тиском таких вимог, як потреба в освіті вищої якості, можливість отримати освіту незалежно від рівня підготовки тощо [4, с. 50].

Особлива увага в прогнозуванні розвитку ринку приділяється прогнозуванню попиту. Розміри платоспроможного попиту населення на освітні послуги визначаються: сукупною сумою грошових коштів, що перебувають у розпорядженні населення (оплата праці з врахуванням податків, пенсії, стипендії, різні допомоги, виплати тощо); рівнем цін на товари і послуги. Реальний попит завжди менший від потреб, що обумовлено обмеженістю економічних ресурсів споживачів, причому він кореспондується з тією їх частиною, яка повинна задовольнятися за будь-яких обставин.

У відповідності основного закону ринкової економіки – попиту та пропозиції, обсяг попиту та пропозиції на освітні послуги безпосередньо залежить від ціни на послугу, і виражається наступними функціональними залежностями [3, с. 213]:

$$Q_d=f(P), Q_s=f(P), \text{ де} \quad (1)$$

Q_d – обсяг попиту;

Q_s – обсяг пропозиції;

P – ціна.

На стан попиту впливають цінові та нецінові фактори, проте дія цінового фактора все ж переважає. Неціновими факторами формування попиту на освітні послуги виступають: реальні доходи населення, демографічна ситуація, потреби ринку праці, рівень державних видатків (а й відтак наявність бюджетних місць по певній спеціальності), галузева структура підприємницького середовища, очікування подальшого підвищення цін на послуги, престижність професії та навчального закладу, потреби і уподобання споживачів, інфляційні процеси тощо. Фактори формування попиту на освітні послуги можна описати наступною функціональною залежністю (2):

$$D = f(P_1, P_2, P_3...I, T, W, H, J, N, G, L), \text{ де} \quad (2)$$

D – рівень попиту на освітні послуги;

P_1, P_2, P_3 – ціни на різні види освітніх послуг (як у виробника, так і конкурентів);

I – доходи населення;

T – потреби та уподобання споживачів;

W – очікування подальшого підвищення цін;

H – галузева структура підприємницького середовища;

J – потреби ринку праці;

N – демографічна ситуація;

G – рівень державних видатків на освіту;

L – рівень інвестицій в освітню галузь.

Пропозиція на ринку освітніх послуг – це обсяг освітніх послуг, що виробляється і надається суб'єктами освітнього процесу. Формуванню пропозиції освітніх послуг в умовах розвитку економіки знань передують ряд наступних факторів: рівень платоспроможного попиту, рівень НТП, потреби і уподобання споживачів, дії конкурентів, податки та рівень державного фінансування, умови надання послуг, рівень інформатизації суспільства, диверсифікованість освітніх програм (можливість працевлаштування за обраним фахом), інтернаціоналізація економічних, виробничих та освітніх систем, державна політика у сфері освіти, тощо. Таким чином, пропозиція на освітні послуги представляє собою функцію із багатьма змінними (3):

$$S=f(P_1, P_2, P_3...K, C, Z, Inf, Y, Int, F, D, Q), \text{ де} \quad (3)$$

S – обсяг пропозиції освітніх послуг;

P_1, P_2, P_3 – ціна матеріальних ресурсів (складових собівартості освітньої послуги – заробітна плата, комунальні платежі, матеріально-технічне забезпечення навчання тощо);

К – застосовувані освітні технології (рівень взаємодії освіти, науки та інновацій певного регіону);
 С – податки та рівень державного фінансування;
 Z – умови виробництва та надання освітніх послуг;
 Inf – рівень інформатизації суспільства;
 Y – диверсифікованість освітніх програм;
 Int – інтернаціоналізація економічних, виробничих та освітніх систем;
 F – державна політика та державне замовлення;
 D – рівень платоспроможного попиту споживачів;
 Q – кількість виробників освітніх послуг.
 Необхідно зазначити, що існують певні фактори, які однаково впливають як на формування попиту, так і

пропозиції освітніх послуг. На нашу думку, до них слід віднести: податки та державне фінансування освітньої сфери, державна політика, культура, інфраструктура ринку, рівень НТП, демографічна ситуація в країні, доходи громадян, потреби ринку праці, рівень інвестицій в освітню сферу, потреби і уподобання споживачів, територіальне розміщення. Враховуючи вищезазначене, на наш погляд доцільним є поділ факторів формування попиту та пропозиції на ринку освітніх послуг у відповідності ступеня їх впливу на: фактори першого рівня – це чинники, які виключно впливають або на попит, або на пропозицію; фактори другого рівня – фактори, які рівноцінно впливають на обидва показники (рис. 1).

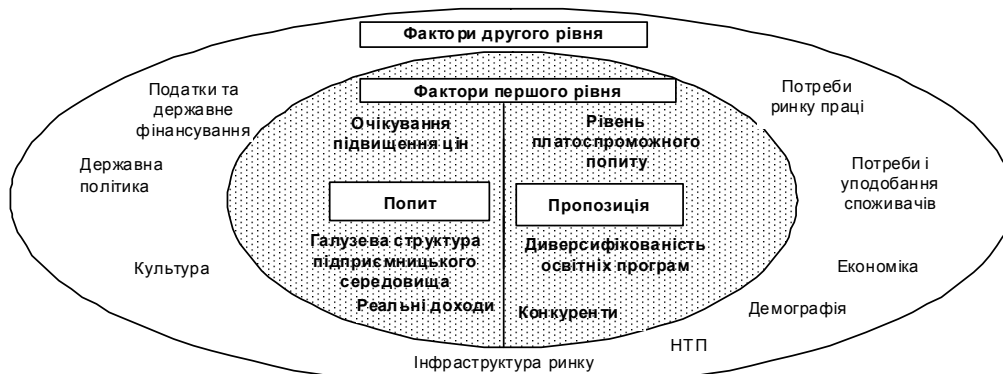


Рис. 1. Фактори формування попиту та пропозиції на ринку освітніх послуг (джерело: власні дослідження)

Одна із особливостей ринку освітніх послуг, на противагу будь-якому іншому ринку, це те, що за співвідношенням попиту та пропозиції даний ринок відноситься до категорії ринку продавця, за умов якого, попит переважає пропозицію послуг. Проте, враховуючи демографічний стан в Україні, а також ряд економічних чинників, даний ринок прямує до значення, коли попит та пропозиція наближаються до знаку рівності, що ніяким чином позитивно не вплине на якість освітніх послуг.

Суттєвою проблемою на шляху розвитку освітньої сфери є невідповідність між попитом і пропозицією як в середині самого ринку освітніх послуг, так і між ринком праці. Специфіка формування попиту і пропозиції на ринку освітніх послуг обумовлена високим ступенем втручання держави: запровадження державного незалежного оцінювання для отримання вищої освіти, регулювання цінової політики вартості навчання, централізоване встановлення ліцензійного обсягу набору абітурієнтів за напрямками підготовки тощо.

Говорячи про взаємодію попиту і пропозиції відповідно на ринку праці та ринку освітніх послуг як на державному, так і регіональному рівні, необхідно також враховувати, що їх кількісне взаємоузгодження є

неможливим. Ринок праці виявляє попит на спеціалістів в першу чергу на регіональному рівні, а рішення про отримання освіти приймаються населенням із врахуванням можливого попиту на отриману освіту не тільки в даному регіоні, але й на інших регіональних та національних ринках праці. Тому освітні заклади повинні чітко розуміти, на який ринок праці вони працюють [8, с. 184].

Розглядаючи механізм взаємодії попиту і пропозиції на сучасному етапі розвитку ринку освітніх послуг, можна виділити наступні його особливості:

- зростання попиту на послуги в рамках асортименту спеціальностей призводить до зростання пропозиції у випадку відповідності цілям освітніх закладів;
- спад попиту на деякі спеціальності, не призводить до зниження пропозиції в рамках стратегії підготовки спеціалістів на цільовій основі для потреб розвитку промисловості;
- період реакції пропозиції на зміну попиту знаходиться в рамках тактичного управління (1-3 роки), період задоволення попиту (який впливає на його формування) знаходиться в рамках стратегічного управління (5-6 років) [6, с. 12]. Всі зазначені особливості необхідно враховувати при розробці стратегії розвитку регіональних ринків освітніх послуг (рис. 2).

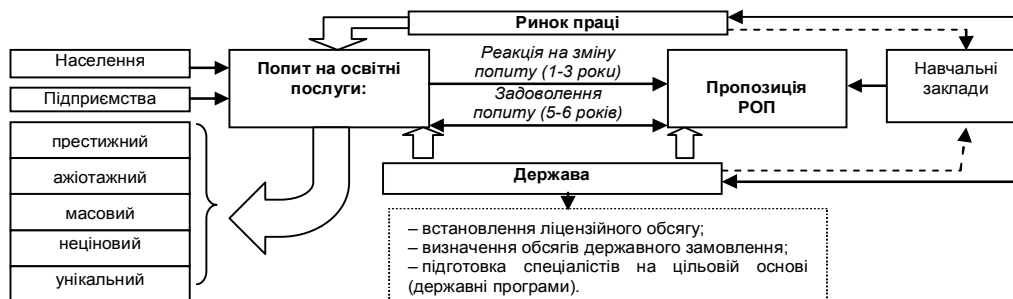


Рис. 2. Особливості формування попиту і пропозиції на ринку освітніх послуг

В залежності від цінових факторів на ринку, що визначають рівень попиту на послуги, слід розглядати і класифікувати асортимент освітніх послуг. Даний підхід передбачає виокремлення освітніх послуг *престижного попиту*, ціни на які практично не призводять до зниження попиту на ці послуги (навчання підприємців,

ліцензійне навчання, MBA, престижні спеціальності), *послуги масового попиту* (еластичного попиту – загальна середня освіта, дошкільна освіта, послуги популярних професій – при зміні ціни, відповідно змінюється і попит) та *послуг нецінового попиту* (попит на “робочі” професії технічного профілю) [8, с. 14].

Висновки та перспективи подальших досліджень.

Для динамічної системи соціально-економічного розвитку територій повинна відповідати адаптивна система освіти, яка б швидко реагувала на потреби ринку праці, стимулювала економічне зростання, відтворювала спеціалістів, здатних ефективно працювати в конкурентному економічному середовищі. Проте, цьому на заваді стоять безліч стримуючих факторів, зокрема:

Політичні:

– відсутня державна політика зайнятості населення (неможливість працевлаштування випускників ВНЗ, відсутність державних зобов'язань по працевлаштуванню);

– високий рівень корупції, що створює негативний імідж вітчизняної освіти, а також знижує якість освіти;

– політична нестабільність в країні, що дестабілізує законодавчу базу, а також погіршує інвестиційний клімат;

– відсутність єдиної кадрової стратегії в сфері освіти (темпи зростання тих, хто навчається, набагато випереджають темпи зростання кадрового складу закладів освіти, що призводить до зростання перевантаженості викладачів за умов низької оплати праці).

Економічні:

– несприятлива для РОП система оподаткування;

– неефективна модель фінансування системи освіти;

– відсутні налагоджені механізми кредитної політики фінансування навчання;

– відсутність маркетингового підходу розвитку освіти;

– незадовільний рівень фінансування, що не відповідає декларованому рівню у відповідності Закону України “Про освіту” та стримує впровадження інноваційних технологій в освіті;

– відсутність досвіду позиціонування вітчизняних навчальних закладів на міжнародному ринку освітніх послуг, що знижує їх конкурентоспроможність.

Соціальні:

– низький рівень доходів населення;

– високий рівень безробіття, в тому числі серед населення із вищою освітою, що свідчить про значні диспропорції між ринком освітніх послуг та ринком праці щодо задоволення попиту на певні професії.

Правові:

– низька доступність отримання освіти у ВНЗ країни (відсутність спрощених процедур вступу для іноземців, відсутність державних програм підтримки у вигляді грантів, стипендій, кредитування навчання, відсутність міжнародних програм залучення іноземних студентів і т.д.);

– обмеженість діяльності ВНЗ ліцензованим обсягом набору звужує коло потенційних споживачів освітніх послуг, стримує розширення їх діяльності на міжнародних освітніх ринках;

– відсутність міжнародного визнання вітчизняних дипломів про вищу освіту.

Передумовами стимулювання попиту та пропозиції на ринку освітніх послуг, як зовнішнього, так і внутрішнього, могло б стати забезпечення сприятливого інвестиційного та підприємницького клімату, оздоровлення фінансового стану підприємств та підвищення конкурентоспроможності національної економіки з метою прискорення інтеграції у світовий економічний простір.

Основним кроком на шляху взаємо узгодженості попиту та пропозиції на ринку освітніх послуг повинна стати активна профорієнтаційна робота на всіх рівнях: при виборі професії в загальноосвітніх закладах, на етапі професійної підготовки в ПТНЗ, на етапі професійної адаптації на робочих місцях. Професійну орієнтацію необхідно впроваджувати системно та послідовно на всіх стадіях виходу молоді на ринок праці:

– при виборі професії необхідне стимулювання профорієнтаційної роботи. Потрібно змінювати методики навчання, вводити до навчального процесу додатковий напрям на соціальну адаптацію учнів, факультативні заняття тощо. Нині широко обговорюється питання закріплення шкіл за ПТНЗ та підприємствами, створивши

ланцюжок школа – ПТНЗ – виробництво, що на нашу думку є безумовно позитивним кроком в напрямі відродження у школах трудового навчання [7, с. 86];

– на етапі професійної підготовки потрібно підвищувати ефективність проходження практики. В майбутньому на базі загальноосвітніх закладів слід створити окремі служби профорієнтаційної роботи, які б здійснювали моніторинг соціально-економічної ситуації регіону, аналізували потребу в кадрах за професіями та фахами, проводили психологічні тести на психологічну та трудову сумісність учнів до певних видів робіт; популяризували ті види професій, в яких регіон відчуває потребу; ознайомлювали учнів із статистичними даними щодо потреб ринку праці, середній рівень заробітної плати фахівців різного профілю та перспективи розвитку професій;

– на етапі професійної адаптації необхідна підтримки зі сторони роботодавців щодо надання молоді перше місце праці. Слід запроваджувати систему заходів соціального партнерства між навчальним закладом та підприємством шляхом участі останніх у підготовці, перепідготовці та підвищенні кваліфікації.

Список використаної літератури:

1. Антохов А.А. Ринок освітніх послуг у світлі класичного та новітніх підходів до дослідження / Антохов А.А. // Регіональна економіка. – 2009. – № 1. – С. 251-259
2. Боголіб Т.М. Фінансове забезпечення розвитку вищої освіти і науки в трансформаційний період: [монографія] / Т.М. Боголіб. – К.: Т-во “Освіта України”, КОО, 2005. – 324 с.
3. Економічна теорія: Політекономія: підруч. [для студ., аспір., виклад. вищ. навч. закл.] / [В.Д. Базилевич, В.М. Попов, К.С. Базилевич та інш.]; за ред. В.Д. Базилевича. – [5-те вид.]. – К.: Знання-Прес, 2006. – 615 с. – (Вища освіта ХХІ століття).
4. Каленюк І.С. Освіта в економічному вимірі: потенціал та механізм розвитку: [монографія] / І.С. Каленюк. – К.: ТОВ “Кадри”, 2001. – 326 с.
5. Куценко В.І. Соціальна сфера: реальність і контури майбутнього (питання теорії і практики): [монографія] / В.І. Куценко; за ред. д.е.н., проф., чл.-кор. НАН України Б.М. Данилишина. – Ніжин: ТОВ “Видавництво “аспект-Поліграф””, 2008. – 818 с.
6. Перова Е.Ю. Рынок образовательных услуг: особенности и тенденции развития в условиях информационной экономики [Электронный ресурс]: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.01 “Экономическая теория” / Е.Ю. Перова. – Улан-Удэ, 2008. – 17 с. – Режим доступа: <http://portal.esstu.ru:8180/portal/dissertation/listDissertations.htm>
7. Радева М.М. Соціальне партнерство між підприємством та навчальним закладом як напрям формування та розвитку трудового потенціалу / М.М. Радева // Економіка та держава. – 2007. – № 4. – С. 85-86.
8. Рошин С.Ю. Спрос на образование как сигнал на рынке труда [Электронный ресурс] // сб. докладов по материалам Всероссийской научно-практической Интернет-конференции с международным участием [“Спрос и предложение на рынке труда и рынке образовательных услуг в регионах России”], 26 – 27 октября 2005 г., Петрозаводск, Кн. II. / Федеральная служба по труду и занятости Российской Федерации, Федеральное агентство по образованию [и др.]. – Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2004. – С. 179-184. – Режим доступа: <http://www.labourmarket.ru/conf/reports/roschin.zip>
9. Статистичний щорічник України за 2009 рік: [стат. зб.]. – К.: Державний комітет статистики України, 2010. – 566 с.

КАРПЮК Ольга Анатоліївна – кандидат економічних наук, старший викладач кафедри економіки і менеджменту Житомирського державного університету імені Івана Франка.

Наукові інтереси:

- розвиток ринку освітніх послуг;
- фінансування вищої освіти.