

Черниш О.В., ст. викл.

*Київський національний університет технологій та дизайну
(м.Київ, Україна)*

КОНКУРЕНЦІЯ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Характеризуючи місце ринку освітніх послуг в економічній системі, дослідники приходять до єдиного висновку – він відноситься до системи ринків факторів виробництва, особливого підрозділу ринку продуктивних сил, де номенклатура послуг, попит і пропозиція визначаються кон'юнктурою на ринку більш високого порядку – ринку робочої сили [1].

Ринок освітніх послуг, як складова ринку послуг, щільно пов'язаний і взаємодіє з іншими ринками: праці, інформації, товарів тощо. Поруч із загальними характеристиками, властивими будь-якому товарному ринку, ринок освітніх послуг має свої особливості.

Однією з особливостей освітніх послуг є те, що отриманий ефект та якість важко кількісно оцінити. Це можливо зробити лише через деякий час у процесі професійної діяльності людини, наприклад, через оплату праці. Саме невизначеність кінцевих результатів та якісних показників є чинниками що створюють труднощі для споживачів освітніх послуг при виборі профілю та спеціальності навчання, а для роботодавців – при раціональному відборі кваліфікованих спеціалістів.

Предмет (об'єкт) праці в освіті є досить специфічним. Ним виступає не матеріальне благо, а людська особистість, індивідуальна, неповторна за своєю суттю, яка постійно перебуває у стані розвитку. Причому розвиток освіти неможливий без активної участі самої особистості в процесі навчання та виховання. Людина, яка навчається, є одночасно споживачем освітніх послуг і співучасником їх виробництва. У цьому полягає основна відмінність створення освітніх послуг від будь-яких інших [2, с. 16].

Ще однією особливістю освітніх послуг є висока еластичність попиту на них. Споживачі можуть свідомо обмежувати свої витрати на користь інших статей споживчого бюджету, і навпаки [3, с. 109]. Так, розвиток системи дистанційної освіти видозмінює контакт виробника і споживача послуги, перетворюючи його на віртуальний, тим самим розширюючи попит на різні види послуг освітніх установ [4].

Особливість ринку освітніх послуг полягає у його неоднорідності, багатосегментності через поєднання взаємопов'язаних ринків, які формуються під впливом різних обставин. До ознак структуризації ринку освітніх послуг належать: тип навчального закладу, форма власності, профіль та спеціальність тощо.

Як і будь-якому іншому ринку, ринку освітніх послуг притаманна конкуренція. Важливою умовою ефективного функціонування ринку є взаємодія та узгодження інтересів його суб'єктів. В якості суб'єктів ринку освітніх послуг виступають: споживачі освітніх послуг (окремі громадяни та групи осіб), виробники освітніх послуг (навчальні заклади різних форм власності, окремі юридичні та фізичні особи), держава – як регулятор ринку освітніх послуг. До інтересів споживачів належить отримання знань та вмій адаптованих до вимог ринку праці та бізнесу; в інтересах виробників розробляти та реалізувати такі освітні послуги, які будуть конкурентоспроможними та користуватись попитом на освітньому ринку; держава ж зацікавлена у створенні умов для підготовки висококваліфікованих спеціалістів та підвищення якості людського капіталу.

Конкуренція у освітній сфері проявляється у поведінці виробників освітніх послуг – навчальних закладів. При цьому розвиток конкурентних відносин відбувається за різними напрямками, серед яких виділяють наступні: конкуренція між закладами вищої освіти різних форм власності; конкуренція між навчальними закладами за студентів; конкуренція за висококваліфіковані викладацькі кадри; конкуренція за державне фінансування тощо.

Суб'єкти ринку освітніх послуг, як і учасники будь-якого іншого ринку, конкурують між собою. Виходячи із змістовного значення власне терміна «конкуренція», який означає змагання, суперництво, зіткнення, сьогодні конкуренцію називають основою, енергією

розвитку ринкової економіки, обов'язковою умовою розвитку в цілому при постійній зміні складу її суб'єктів.

Конкуренція на ринку освітніх послуг як економічний процес може розглядатися на декількох рівнях: мікроекономічний рівень (конкуренція між викладачами кафедр, навчальних закладів); мезоекономічний рівень (конкуренція між регіональними навчальними закладами); макроекономічний рівень (конкуренція на національному ринку освітніх послуг); глобальний рівень (конкуренція на глобальному ринку освітніх послуг).

На кожному рівні розгляду конкуренції ступінь її розвиненості визначається, з одного боку, наявністю певного конкурентного середовища, з іншого – конкурентоспроможністю учасників ринкових відносин.

На ринку освітніх послуг простежується конкуренція між державними та приватними навчальними закладами. Обидві форми мають свої переваги та недоліки. Державна освіта базується на відповідній матеріально-технічній базі, проте до її проблем можна віднести жорстку залежність від бюджетного фінансування, складність процедур акредитації та ліцензування спеціальностей, бюрократизацію навчального процесу. Приватній же освіті притаманно швидке реагування та зміну попиту та надання платних освітніх послуг. Проте приватні навчальні заклади мають і недоліки: найчастіше вони функціонують в орендованих приміщеннях, стикаються з недостатністю та плінністю висококваліфікованих кадрів.

Предмет конкуренції – це продукт діяльності суб'єктів, з яким вони виходять на ринок. Стосовно сфери вищої освіти найзагальнішим предметом конкуренції виступають освітні послуги.

Конкурентоспроможність освітньої послуги – це сукупність якісних та вартісних характеристик специфічного товару «освітня послуга», що забезпечують задоволення конкретних потреб споживачів (вартість послуги, якість, відповідність встановленим нормам та стандартам, імідж навчального закладу, мода на професії, географічний чинник тощо). На *рис. 1*. представлено модель визначення конкурентоспроможності освітньої послуги у сфері вищої освіти. Відповідність або невідповідність суб'єкта ринкового суперництва умовам ринкового середовища, свідчить про рівень конкурентоспроможності, показує наскільки продуктивний та ефективний суб'єкт по відношенню до конкурентів та вимог споживачів послуг.

У зв'язку з цим прихильники концепції людського капіталу вважають, що освіта є важливішим засобом соціально-економічної політики держави, ніж трансфертні виплати, прогресивне оподаткування чи перерозподіл багатства.

Для забезпечення конкурентоспроможності та виживання в сучасних умовах заклад вищої освіти повинен перебудовувати тактику та стратегію своєї економічної діяльності.



Рис.1. Модель визначення конкурентоспроможності освітньої послуги
 (адаптовано автором за даними [5])

Список використаних джерел

1. Каленюк І.С. Економіка освіти: Навч. посібник / І.С. Каленюк – К.: Знання України, 2003. – 316 с.
2. Падалка О.С., Каленюк І.С. Економіка освіти та управління: посібник/ Падалка О.С. - К.: Педагогічна думка, 2013.– 184 с.
3. Грішнова О.А. Людський капітал: формування в системі освіти і професійної підготовки. – К.: Т-во “Знання”, КОО, 2004. – 254 с.
4. Гарашук О. Детермінанти ринку освітніх послуг // Вісник ТДЕУ. - №2., 2006.
5. Тарасенко І.О. Сталий розвиток підприємств легкої промисловості: теорія, методологія, практика: Монографія. – К.: КНУТД, 2010. – 390 с.