

ПРОПОЗИЦІЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА ГЛОБАЛЬНОМУ РІВНЯХ

Постановка проблеми. Реформи в освіті, на порозі яких стоїть Україна, передбачають значні зміни умов функціонування ВНЗ. Загальновизнано, що ефективність соціально-економічного розвитку країни багато в чому залежить від стану кадрового потенціалу, професійної, технічної, економічної і наукової підготовки фахівців і, в меншій мірі – від нагромадження матеріальних елементів. Це дозволяє розглядати вищу школу як інститут держави і одночасно як інститут ринкової економіки, що забезпечує безперервне надання широкого спектру освітніх послуг різним суб'єктам.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В останні роки збільшився інтерес до вивчення ринку освітніх послуг, про що свідчить значна кількість публікацій вітчизняних та зарубіжних вчених. Ґрунтовне дослідження аспектів розвитку ринку освітніх послуг міститься у працях В.П. Андрущенка, Б.М. Данилишина, К. Б. Братаніч, К.В. Корсака, В.І. Куценко, О.А. Кратта В.І. Лугового, Т.Є. Оболенської, В.М. Огаренко, В.С. Сотнікової, В.І. Токаревої. Незважаючи на велику різноманітність порушених наукових проблем та глибину їх дослідження, у сучасній науці окремі їх аспекти залишились не вирішеними. Так, потребує розгляду питання оцінки пропозиції освітніх послуг на національному та глобальному рівнях.

Постановка завдання. Метою статті є оцінка пропозиції освітніх послуг на національному та глобальному рівнях. Для досягнення поставленої мети були визначені наступні завдання:

- дати оцінку пропозиції освітніх послуг на національному рівні;
- розглянути міжнародні послуги у сфері вищої освіти;
- запропонувати напрями вдосконалення пропозиції освітніх послуг на національному та глобальному рівні.

Виклад основного матеріалу дослідження. Уряд, виконуючи роль замовника та координуючого центру, здатний проводити політику постійного пошуку шляхів удосконалення діяльності структур вищої освіти. Ефективність роботи таких структур багато в чому залежить від ступеня їх адаптації до мінливих умов зовнішнього середовища. При цьому, як зазначає Д. Норт, необхідно досліджувати інституціональний контекст, для з'ясування того, який вид попиту існує в суспільстві на види знань та професійної майстерності. Загальні висновки можуть бути наступними: 1) інституціональна основа визначає напрямки накопичення знань та професійної приналежності; 2) ці напрямки є вирішальним фактором довгострокового розвитку суспільства [1, с.101].

Господарюючі суб'єкти можуть вкладати кошти в придбання знань, які підвищують продуктивність фізичного і людського капіталу, що призводить до сумарного збільшення продуктивності виробництва і веде до економічного зростання. Економічні суб'єкти з досить сильними позиціями в відстоюванні своїх інтересів використовують державу для досягнення цілей, коли вигоди від максимізації в цьому напрямку перевищують вигоди від капіталовкладень в рамках існуючих обмежень. Організації можуть стимулювати інтерес суспільства до капіталовкладень в різні види професійної майстерності та знань, що буде опосередковано впливати на їх прибутковість. Такі капіталовкладення будуть сприяти накопиченню знань в суспільстві, виступаючи запорукою економічного зростання [1, с.102-103].

Належність сфери вищої освіти до суспільного сектору економіки дозволяє дослідити, яким чином переваги громадян трансформуються в стратегічні цілі держави, за рахунок чого її економічна діяльність може стати більш раціональною. Можна констатувати, що підвищення споживання освітніх послуг слугує одним з кроків на шляху досягнення Парето-оптимізації, яке найкращим чином відповідає інтересам кожного з учасників ринку, а домінування позитивних ефектів освіти забезпечує вигоду суспільству загалом.

Ринки певних товарів і послуг (в т.ч. освіти) характеризуються інформаційною асиметрією, тобто нерівномірним розподілом інформації,

необхідної для прийняття рішень про купівлю і продаж. Покупець вимушений приймати рішення про придбання послуги до того, як проявляться її конкретні корисні властивості. Це не надто суттєво, якщо послуги стандартизовані, а їх споживчі якості наочні й можуть оцінюватися цілком об'єктивно. Однак, в освіті для оцінки послуг потрібна висока ступінь компетенції, що для багатьох споживачів є проблемою. Освітні установи найчастіше розглядаються як некомерційні організації, в яких існує т.з. заборона на розподіл прибутку. Отриманий прибуток в цьому випадку повністю витрачається на потреби самої організації, розвиток її матеріальної бази. Так, некомерційний університет має в умовах розвиненої ринкової економіки різні джерела доходів: від благодійних пожертвувань до виручки від реалізації послуг. Ціни на деякі послуги можуть не покривати витрат на їх надання. Це найчастіше відноситься до плати за навчання, яку вносять студенти (якщо така плата передбачена). Інші послуги, наприклад, проведення досліджень на замовлення підприємств, можуть приносити прибуток. Для того щоб забезпечити економічне благополуччя ВНЗ, сумарні доходи з усіх джерел повинні перевершувати поточні витрати в цілях необхідності фінансування розвитку організації та утворення резервних фондів.

Попит населення на суспільне благо «освіта» формується шляхом агрегування індивідуального попиту. Диференціація запитів споживачів відбивається в диференціації тієї плати, за яку благо в рівній кількості дістається різним споживачам. Формування попиту на суспільне благо освіта представлено на рис. 1. Криві індивідуального попиту D_1 , D_2 , D_3 відображають можливі преференції споживачів. Припустимо, що благо виробляється в кількості Q^* і споживається трьома індивідами. В цьому випадку оптимальним був би такий розподіл фінансового тягаря, за якого один із споживачів сплачував би ціну, рівну P_1 , другий – P_2 , а третій отримував би компенсацію за незручності, рівну P_3 , користуючись благом, яке має для нього негативну корисність.

Диференціація оплати споживачами одиниці суспільного блага є виправданою. Для приватних благ в стані рівноваги граничні норми заміщення (MRS) для всіх індивідів рівні між собою, співпадають з визначеною нормою

трансформації (MRT) і тотожні співвідношенню цін на дані блага. Водночас норма трансформації суспільного блага дорівнює сумі норм заміщення:

$$MRT = MRS_i,$$

де MRS_i – гранична норма заміщення для i -го індивіда.

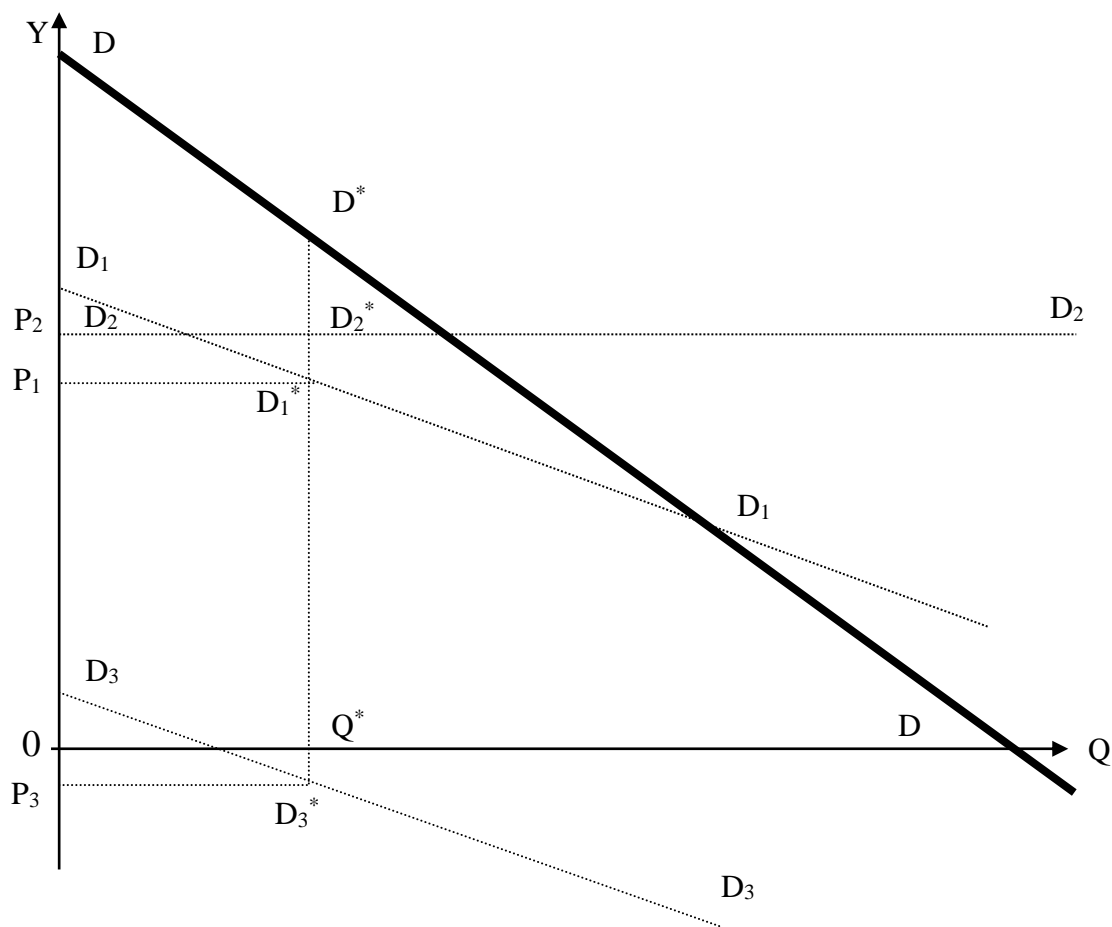


Рис. 1. Індивідуальний і агрегований попит на суспільне благо [2, с.48]

Примітка. Y – гранична корисність одиниці блага; Q^ – кількість благ, що постачаються на ринок; D_1, D_2^*, D_3 – криві індивідуального попиту; D – крива агрегованого попиту.

Таким чином, індивідуальний споживач не сплачує повністю ціну, за якою благо постачається суспільству, а лише вносить певну частку. При цьому диференціація оплати споживачами суспільного блага бажана, так як зростання функцій корисності для різних споживачів будуть різними і можуть бути досягнуті за рахунок третього індивіда, для якого це постачання означає зниження рівня добробуту і оплачуватиметься за ціною при від'ємній корисності. Очевидно, що якщо готовність платити за суспільне благо у всіх споживачів позитивна, але не однакова, а тягар фінансування виробництва розподіляється порівну, відбувається перерозподілення на користь тих, чия

гранична готовність платити нижча. Отже, індивідуальні ціни суспільних благ повинні диференціюватися відповідно до диференціації граничних норм заміщення.

Зміна попиту на освітні послуги у великій мірі залежить від впливу державних субсидій на їх споживання. Так, С.Рощин і Т.Разумова розглядають «ефект Пельтцмана», який полягає в тому, що після надання державою субсидії на освіту деякі родини починають витратити на освіту менше коштів, ніж раніше [3, с.160]. Субсидування в даному випадку розглядається не як грошова допомога сім'ям, а як підтримка навчальних закладів. Лінії бюджетних обмежень для багатих, середніх і бідних сімей (рис. 2) можна представити як:

$$B = p_e * E + p_x * X \text{ або } p_x * X = B - p_e E,$$

де p_e і p_x – ціна освітніх послуг та інших споживаних благ; E – кількість послуг освіти, що споживаються; X – кількість інших споживаних благ.

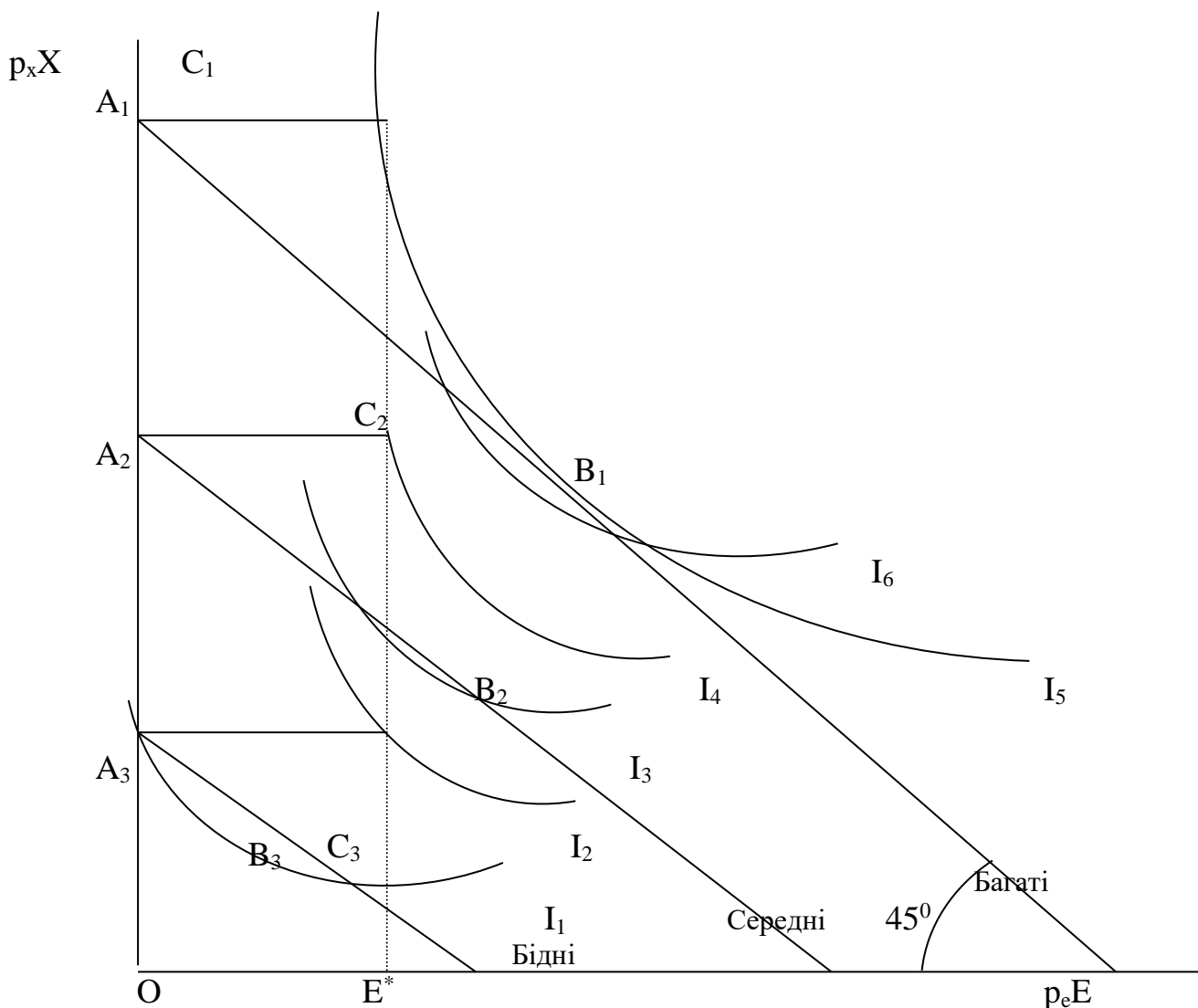


Рис. 2. Вплив субсидій на інвестиції в освіту [4, с.161]

Якщо держава пропонує певну кількість освітніх послуг (OE*) безкоштовно в державному навчальному закладі, то для бідної сім'ї є можливість поліпшити своє становище, перемістившись в точку C_3 . Сім'я середнього класу переміститься з точки B_2 в точку C_2 , яка знаходиться на кривій байдужості I_4 і відповідає більш високому рівню корисності. Дане переміщення означає, що сім'я скоротить споживання освітніх послуг, буде менше інвестувати в освіту і вважатиме за краще взаємодіяти із закладами, які отримують субсидії. Багаті родини залишаться в точці B_1 , але якщо вони скористаються послугами освітніх структур, які отримують субсидії (точка C_1), то вони перемістяться на більш низький рівень корисності. В результаті споживання освітніх послуг бідними сім'ями зросте, сім'ями середнього класу – скоротиться, багатими сім'ями – не зміниться.

Таким чином, основний результат введення субсидій полягає в зміні структури сімей за доходом, що споживають освітні послуги. Залежно від кількості бідних і середніх сімей можлива ситуація, за якої надання безкоштовної освіти не збільшить попит і витрати на придбання освітніх послуг, а може знизити їх споживання. Також, при оцінці сукупного впливу державних субсидій, можна відзначити, що деякі індивіди вважатимуть за краще не здобувати вищу освіту, і у них відповідно будуть горизонтальні криві байдужості. Вони знаходитимуться в точках A_2 або A_1 і нічого не виграють від поширення системи надання безкоштовних освітніх послуг [3, с.161-162].

Одна із особливостей ринку освітніх послуг полягає у тому, що за співвідношенням попиту та пропозиції даний ринок довгий час відносився до категорії ринку продавця, за умов якого попит переважає пропозицію. Проте, враховуючи демографічні проблеми багатьох європейських країн (в т.ч. України), а також низку економічних чинників, цей ринок прямує до значення, коли попит та пропозиція наближаються до знаку рівності, що часто негативно впливає 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 ним та ринком праці. Проте досягнути кількісного

взаємоузгодження між ринком освітніх послуг та ринком праці неможливо, адже 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 [3, с.184]. Специфіка формування попиту і пропозиції на цьому ринку зумовлена 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.

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 відповідного 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, – в рамках стратегічного управління (5-6 років) [5, с.12].

Особливості діяльності вищої школи пов'язані з тим, що на ринку вищої освіти взаємодіють кілька типів суб'єктів: споживачі – студенти, які отримують освітні послуги; батьки як покупці, що оплачують освітні послуги та впливають на вибір освітнього закладу і форми навчання; роботодавці, які зацікавлені в оновленні кадрів і вдосконаленні професіоналізму співробітників, і які здійснюють оплату за навчання студентів у рамках цільового набору, надають спонсорську підтримку, патронаж, шефство освітній установі, можуть входити до складу опікунської ради та впливати на управління вузом, а також пропонують свої підприємства в якості баз виробничої практики студентів; держава – замовник освітніх послуг ВНЗ, що зацікавлений у формуванні

трудоу ресурсів, які б забезпечили довгостроковий прогресивний розвиток суспільства, наступність культурних і наукових традицій.

В залежності від цінових факторів на ринку, що визначають рівень попиту на послуги, слід класифікувати асортимент освітніх послуг: освітні послуги престижного попиту, ціни на які практично не призводять до змін попиту (навчання підприємців, ліцензійне навчання, програми MBA, престижні спеціальності), послуги масового (еластичного) попиту (загальна середня освіта, дошкільна освіта, послуги популярних професій) та послуги нецінового попиту (попит на «робочі» професії технічного профілю) [3, с.14].

Одним з головних завдань позиціонування ВНЗ на ринку освітніх послуг є обґрунтування способу досягнення ними конкурентних переваг. Товарна пропозиція на ринку освітніх послуг відрізняється достатньою різноманітністю. Так, Т.В. Астаф'єва виділяє два типи освітніх послуг, які надаються вузами: традиційні (класичні) – виявляються за допомогою очної, заочної, вечірньої форм навчання, і змішані (сучасні) – створюються в процесі дистанційного, відкритого, змішаного навчання та екстернату [6].

Сьогоднішні студенти розглядають як пріоритет не тільки якість вузівської підготовки, але і комфортність самого свого перебування у стінах вищої школи. Н. Покровський, на основі узагальнення вітчизняного та зарубіжного досвіду, вказує на ряд змін в запитах споживачів щодо послуг вищої освіти: «... ставлення студентів та їх батьків до університетського утворення стає більш споживчим. Велике значення набувають такі компоненти вибору університету, як широко відомий бренд, красивий і переконливий каталог, хороша реклама, наявність сучасного сайту та ін. Принцип «ціна – якість» перетворюється на провідний у визначенні вищого навчального закладу майбутнім студентом і його батьками» [7]. Ця зміна споживчих переваг пов'язана з особливостями абітурієнтів та студентів ХХІ ст.: для більшості з них університетська освіта втратила характеристику «доленосності», навчання в університеті – це лише епізод у їх житті, який розгортається паралельно з іншими, не менш важливими моментами.

Розвиток комерційної складової вищої школи відбувається за рахунок збільшення обсягу та асортименту платних освітніх послуг державних вузів, а також розширення поля діяльності недержавних вузів, які конкурують як між собою, так і з державними вузами. Конкурентоспроможність державних вузів пов'язана з існуванням їх наукових шкіл, з авторитетністю для роботодавця диплома державного зразка, який є гарантією якості навчання. Навіть якщо навчання в державному вузі на позабюджетній основі коштує дорожче, ніж у недержавному вузі, там як і раніше зберігається високий конкурс абітурієнтів.

В умовах інноваційного розвитку економіки сфера освіти відіграє особливу роль, що полягає у формуванні та вдосконаленні активного елемента інноваційного розвитку – людського капіталу. Впровадження нових технологій безглуздо та неможливо без достатньої кількості висококваліфікованих кадрів. В силу цієї функції сфера освіти є ключовим елементом інноваційної системи країни, здатним забезпечити її ефективність. Вузи, які обрали інноваційний шлях розвитку, стають конкурентоспроможними вузами-лідерами на ринку освітніх послуг. Оскільки тільки інноваційні ВНЗ здатні швидко адаптуватися до контекстуальних змін, то інноваційна діяльність стає основним фактором їх конкурентоспроможності на ринку [8]. Під інноваційним ВНЗ будемо розуміти освітню установу з глибокою інтеграцією наукової, освітньої та інноваційної діяльності, що забезпечує сталий розвиток. Головне завдання інноваційного ВНЗ – якісна підготовка інноваційно-орієнтованих фахівців для пріоритетних галузей науки, техніки і технологій на основі єдиного процесу отримання, розповсюдження і застосування нових знань.

Найбільш комплексно роль освіти в сучасному світі дають зрозуміти концепції освітніх сигналів, соціального капіталу та груп інтересів. З точки зору теорій інвестицій в людський капітал, освітня система виступає як одержувач фінансових впливів, на «виході» якої утворюється готовий «продукт» – фахівець, що має можливість отримувати вищі доходи на ринку праці. Однак чи дійсно студенти інвестують у людський капітал, розраховуючи на більш високу віддачу від отриманих навичок, чи в результаті отримання освіти вони просто отримують можливість сигналізувати про свої індивідуальні

здібності для позиціонування себе на ринку праці? Концепція освітніх сигналів М. Спенса [1], згідно якої освіта слугує механізмом відбору, отже, конкурує з теорією людського капіталу Г. Беккера [2], в якого освіта лише підвищує продуктивність праці працівників.

В моделі М. Спенса дві групи індивідів різняться своїми здібностями (рис. 3). Більш здібні індивіди несуть нижчі витрати отримання освітнього сигналу та мають більш високу продуктивність в якості працівників. Роботодавці готові заплатити їм більш високу заробітну плату, ніж членам групи менш здібних працівників. Якщо менш здібні індивіди прикладуть зусилля для отримання освітнього сигналу, їх вигоди будуть менші за вигоди більш здібних, і навіть менші, ніж якби вони його не отримували. Таким чином, система освіти виконує функцію відбору, видаючи дипломи більш здібним індивідам, відділяючи їх від менш здібних.

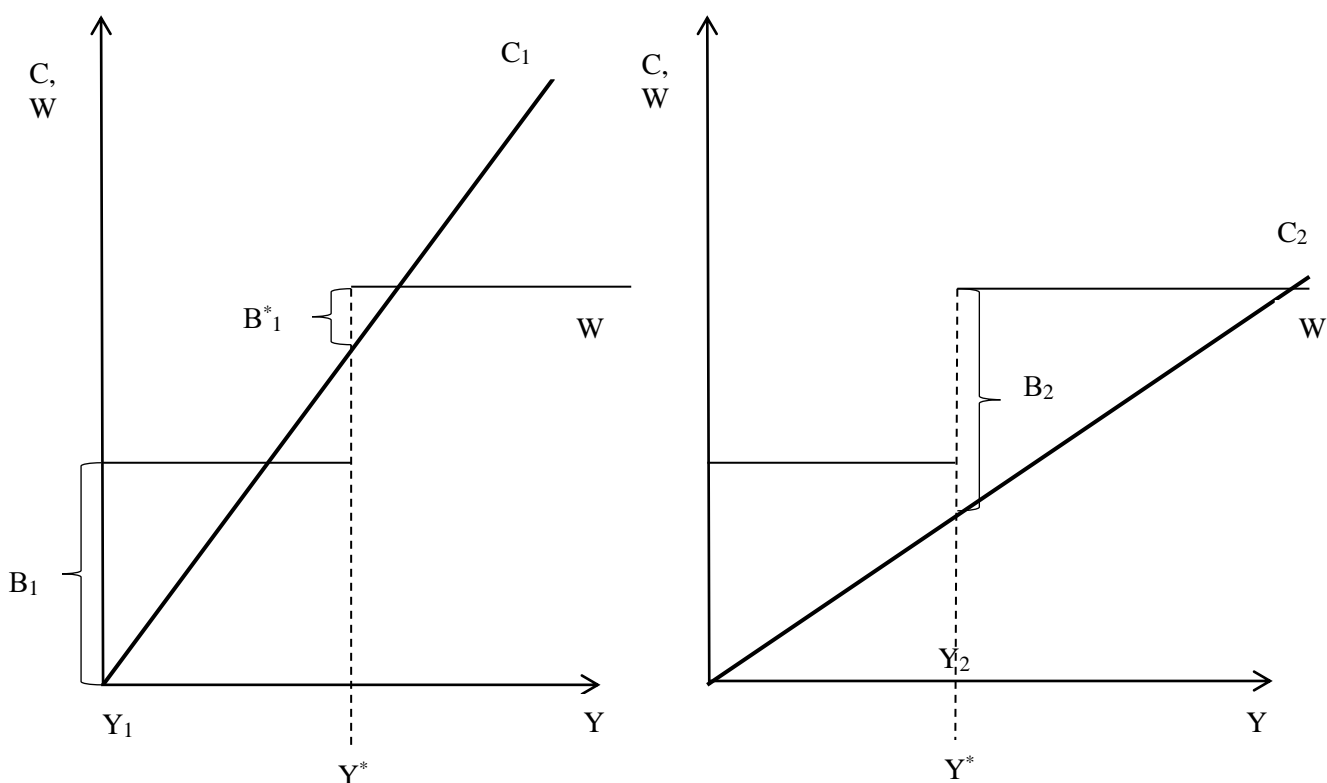


Рис. 3. Оптимізуючий вибір освіти для двох груп індивідів [1, с.363]

Примітка. C – витрати на отримання освітнього сигналу (втрати часу, грошей), відповідно витрати більш здібних індивідів менші за витрати менш здібних ($C_2 < C_1$) за будь-якого рівня освіти; Y – рівень освіти; W – заробітна плата як функція від Y (після отримання граничного значення освітнього рівня Y^ роботодавці готові значно підвищити зарплату); B_1 – вигоди менш здібних індивідів; B_2 – вигоди більш здібних індивідів; B_1^* – вигоди менш здібних індивідів, якби вони доклали зусиль для отримання освітнього сигналу; Y_1, Y_2 – оптимальний рівень освіти для членів першої і другої групи індивідів відповідно.

Отже, з точки зору теорії «освітніх сигналів» («фільтрів») освітня установа розглядається як свого роду «розподільвач» приватних вигод між споживачами, виробниками освітніх послуг та роботодавцями [9]. При цьому функціональне завдання освітнього закладу зводиться до зниження інформаційної асиметрії на ринку освітніх послуг за рахунок розвитку його «брендингової» компоненти, що дозволяє йому успішно децентралізувати свою систему фінансових надходжень.

Теорія соціального капіталу наголошує на важливості «ділової репутації, взаємної симпатії, товарищкості та соціальної взаємодії серед груп індивідів і сімей» [10]. За визначенням П. Бурд'є [11], соціальний капітал являє собою «сукупність реальних та потенційних ресурсів, пов'язаних із володінням стійкою мережею більш-менш інституціоналізованих відносин взаємного знайомства та визнання (членства у групі). Ф. Фукуяма визначив соціальний капітал як набір неформальних цінностей чи норм, які поділяються членами групи і роблять можливим співробітництво всередині неї [12]. Загалом соціальний капітал проявляється в укріпленні довіри між суб'єктами, що взаємодіють між собою, щодо виконання виникаючих у них очікувань щодо норм та правил такої взаємодії.

Розвиток освіти в контексті теорії соціального капіталу сприяє формуванню системи цінностей та соціальних зв'язків, які сприяють модернізації суспільства. Рівень освіти є головним фактором, що визначає накопичення соціального капіталу, яке відбувається в результаті безперервної взаємодії людей, а спільне навчання в групі є базовою компонентою такої взаємодії.

Рівень освіти розглядається як фактор, що позитивно впливає на здатність до ефективного суспільного вибору. Так, Л. Мізес наголошував, що неосвічені індивіди готові безапеляційно підтримати правлячу групу, що діє всупереч їх інтересам [13]. С. Ліпсет стверджує, що «освіта розширює кругозір людини, дозволяє їй зрозуміти потреби у толерантності, стримати її від приєднання до екстремістських доктрин, покращує її здатність приймати раціональний вибір в

якості виборця». Ефективна система освіти, отже, повинна стати способом просвітництва населення, підвищення рівня компетентності людей в суспільстві.

Найкращим прикладом виконання освітою функції відбору та формування соціального капіталу є «елітарна вища освіта» (особливо це стосується дипломів найкращих ВНЗ Великобританії та США, Японії). В традиційних суспільствах не існувало вищої освіти у сучасному її розумінні, однак були інститути, які можна прирівняти до інститутів елітної освіти. Наприклад, в імперії інків освіта розглядалась не лише як інструмент відбору членів майбутньої еліти, але й як засіб ідеологічної обробки [9, С.59].

В період виникнення вищої освіти «університетський диплом був свідченням певної соціальної належності, знаком лояльності встановленому політичному порядку, справжня ж освіта отримувалась поза університетом – в родині, салонах, шляхом відвідування приватних лекцій, читання книг, а також безпосередньо на практиці на початку кар'єри» [14]. Однак у ті часи освіта повинна була формувати зручного для правлячого режиму конформіста, а не компетентну, критично мислячу особистість. Велике значення надавалось недопущенню отримання освіти представникам нижчих верств населення, що й донині зберіглося в багатьох країнах Африки, Азії та Латинської Америки.

У 1930-1970-х рр. у СРСР намітилась тенденція поширення вищої освіти серед широких верств населення, що пояснювалось зацікавленістю держави у підготовці кваліфікованих працівників для сфери виробництва, поширенні ідеології соціалізму та формуванню нової еліти з лояльних у політичному сенсі студентів. Після 1991 р. в Україні відмічено іще більше поширення вищої освіти серед молоді, навіть незважаючи на демографічний спад з 2009 р. Проте сьогодні вітчизняна освіта вже перестала виконувати свою сигнальну функцію, а слугує скоріше лише в якості ретранслятора знань. В Україні вища освіта перетворилась не лише у масове явище, що позначається на її якості, але й стала обов'язковим атрибутом сучасної людини.

Беручи до уваги групи інтересів, слід відмітити, що у сфері освіти їх є кілька: студенти, викладачі, адміністрація ВНЗ, чиновники державних структур

управління освітою та представники бізнесу, які працевлаштовують випускників. Студенти зацікавлені в мінімізації витрат (у формі грошей та часу) та максимізації якості отриманої освіти, що допоможе їм бути конкурентоспроможними на ринках праці відповідно до вимог роботодавців. Викладачі фактично зацікавлені у збільшенні витрат на освіту у тій частині, в якій вони формують їх зарплату, а також мінімізації витрат часу на роботу. Чиновники у сфері вищої освіти та адміністрація ВНЗ зацікавлені у зростанні витрат на цю галузь і підтримці освіти на високому рівні. Роботодавці, висуваючи вимоги до якості освіти випускників, прагнуть отримати кваліфікованих спеціалістів, не докладаючи зусиль для їх стажування, перенавчання та підвищення кваліфікації.

На сучасному етапі розвитку освіти вплив основних груп інтересів пов'язаний з їх чисельністю. Оскільки з 2000-х рр. в Україні почала скорочуватись кількість молоді та, відповідно, розміри групи інтересів студентів, отже, змінився характер конкуренції між тими, хто навчається: зменшилась загроза відрахування з ВНЗ, вимоги до якості кваліфікаційних робіт, рівня знань студентів «на вході» та «на виході» з університету.

Оскільки в процесі навчання знання передаються не лише від викладача до студента, але й від одних студентів до інших, то при зростанні кількості студентів, що припадають на одного викладача, збільшується кількість студентів в групах, а викладачі втрачають можливість застосовувати індивідуальний підхід до кожного студента. Спостереження підтверджують [9, с. 63], що студенти в процесі спілкування один з одним не здатні обговорювати предмети, які входять до програми навчання, отже, підвищення кількості студентів на одного викладача неминуче позначається на якості освіти.

Головною проблемою вітчизняної вищої освіти сьогодні є її негнучкість, коли в процесі навчання примус превалює над свободою. Студенти часто вивчають предмети, які їм не цікаві і не будуть потрібні у майбутньому житті. Тому Болонський процес та нові реформи, пов'язані із вищою освітою, спрямовані якраз на забезпечення можливості вибору: предметів, форм навчання, викладачів, тем наукового дослідження. Варіативність та можливість

вибору предметів для навчання повинні не просто декларуватися ВНЗ, а існувати насправді. Також існує недостатній зв'язок між системою вищої освіти та сферою виробництва товарів та надання послуг. Виробнича практика не вирішує проблеми, оскільки організації розглядають практикантів як безкоштовну та низькокваліфіковану робочу силу, і не прагнуть їх навчати, що зводить значення практики виключно до набуття знайомств та формування соціального капіталу. Проблема фінансування навчального процесу також не перестає бути актуальною, адже від того, хто фінансує освітній процес, напряму залежить його зміст. Необхідною є автономія освіти від впливу груп спеціальних інтересів, тобто фінансова незалежність ВНЗ та диверсифікація джерел доходу. Тривалий процес занепаду наукового та освітнього рівня в Україні призвів до масового поширення некваліфікованих кадрів, в основі чого лежить проблема мотивації та комунікації. Необхідними є стимули для підвищення кваліфікації, що охоплюють не лише зростання зарплат викладачів і посилення конкуренції між ними, але й розширення співробітництва між різними науковими школами шляхом участі у наукових семінарах, проведенні спільних досліджень, публікації колективних праць.

Сьогодні на глобалізованому ринку освітніх послуг сформувалися стійкі «потоки – коридори». Якщо раніше трансконтинентальні освітні потоки відтворювали світові міграційні потоки робочої сили, то в сучасних умовах вони «відображають» конкурентну боротьбу між постачальниками і одержувачами освітніх послуг, що призводить до виникнення нових гравців. Потоки міжнародної академічної мобільності складають більше 3 млн. осіб на рік. Всесвітня організація торгівлі включила освіту в список послуг, торгівля якими регулюється положеннями Генеральної угоди про торгівлю в сфері послуг.

В даний час на світовому ринку освітніх послуг спостерігаються наступні тенденції:

1. Збільшення загальної кількості іноземних студентів в середньому на 6% в рік і якщо, в 1960 р. в світі налічувалося 250 тис. іноземних студентів, то до початку 80-х рр. їх число зросло до 1 млн., а до 2000 – до 2,1 млн. У 2009 р.

загальна кількість іноземних студентів, стажистів, аспірантів становила 3,37 млн., а до 2025 р. згідно з прогнозом ЮНЕСКО чисельність іноземних студентів може досягти 7,2 млн. осіб.

2. Висока конкуренція серед всіх країн-учасниць освітнього ринку та поява «нових» регіональних країн-лідерів.

3. Розвиток інтеграційних процесів у світовому освітньому просторі.

4. Зростання ступеня привабливості професійної освіти і, як наслідок, збільшення попиту на послуги освітніх інститутів за рахунок різноманітності професійних освітніх програм, рівня отримання освіти, термінів навчання, складу нормативно-методичних та навчально-методичних матеріалів, професорсько-викладацького складу.

5. Розвиток транскордонних форм навчання іноземних громадян.

6. Розвиток інформаційних технологій і телекомунікацій.

7. Інтернаціоналізація та гармонізація національних систем вищої освіти.

За даними ЮНЕСКО [15], освітні послуги для іноземців пропонують тисячі вузів із 140 держав, хоча основна частка міжнародного освітнього бізнесу припадає на кілька розвинених країн Північної Америки та Західної Європи, де навчається понад половини всіх іноземних студентів світу. На сучасному ринку освітніх послуг основними лідерами є США (19,6%), Великобританія (11%), Австралія (7,6%), Франція (7,4%) і Німеччина (5,9% іноземних студентів). Австралія за період 2000-2013 рр. збільшила свою частку на освітньому ринку з 5,4% до 7,6 % і стала займати третє місце серед світових лідерів. Нова Зеландія збільшила свою частку майже в 3 рази і зараз щорічно навчає близько 40 тис. студентів. Справжній прорив у навчанні іноземців здійснив сьогодні Китай. За даними Міністерства освіти КНР, за період 1978-2013 рр. чисельність іноземних студентів зросла з 1,236 до 61,211 млн. осіб. Інші країни Південно-Східної Азії, такі як Республіка Корея (частка на світовому освітньому ринку близько 1,5 %), Малайзія і Сінгапур (частки в даний час складають по 1,2%) також докладають чималих зусиль в сфері експорту освітніх послуг і активно нарощують свої позиції на цьому ринку. В Африці одним з лідерів освіти є ПАР (частка на світовому ринку освітніх

послуг близько 1,8%), серед країн Близького Сходу і Північної Африки – Єгипет і ОАЕ (по 1%), Йорданія (0,8%). У Латинській Америці – Куба (0,9%), а в країнах СНД – Росія (4,1 %). Решта країн світу навчають близько 16,3% іноземних студентів.

Якщо поглянути на світовий ринок освітніх послуг з точки зору споживання, то ми помітимо, що за чисельністю студентів, що виїжджають, лідирує азіатський регіон (47%). Далі з великим відривом слідують країни Європи (27%), Африки (8%) і країни регіону Близького Сходу та Північної Африки (8%), Латинська Америка (7%) і країни Північної Америки (3%).

Таким чином, умовно можна виділити кілька основних потоків іноземних студентів на світовому ринку освітніх послуг: найбільше студентів виїжджає з країн Азії та Океанії в США і Канаду, в країни Європи. Другий за величиною потік спостерігається в рамках Європейського Союзу. Очевидно, що стан експорту освітніх послуг визначається привабливістю країни, її системи вищої освіти і доступністю отримання вищої освіти, престижністю вузів, а також маркетинговою політикою з просування освітніх послуг на світовий ринок.

Розширення експорту освітніх послуг в останні десятиліття увійшло до числа пріоритетів державної політики всіх країн світу. Інтерес будь-якої держави до розширення експорту освітніх послуг можна пояснити кількома причинами. По-перше, підготовка фахівців для зарубіжних країн стає однією з найбільш вигідних статей експорту, а також однією з причин для створення і підтримки робочих місць у секторі освітніх послуг. По-друге, підготовка фахівців для інших країн – це сприяння реалізації геополітичних та економічних інтересів країни. По-третє, прагнення залучити іноземних студентів підштовхує вузи до реформування системи підготовки спеціалістів з урахуванням вимог світового ринку праці; підвищення якості навчання; розробки нових навчальних програм і курсів з «включенням міжнародних компонентів», що забезпечують підготовленість випускників до роботи в умовах глобальної економіки; і, в кінцевому підсумку, перетворення національних університетів в міжнародні науково-освітні комплекси. По-четверте, наявність іноземних студентів істотно підвищує репутацію вузу. Крім

того, країна-експортер освіти може отримувати користь від глобальних зв'язків з випускниками своїх вузів. По-п'яте, іноземні студенти є пріоритетним джерелом поповнення чисельності населення і покращення демографічної ситуації, а також трудового потенціалу, тому що закінчуючи вуз, вони вже повністю інтегровані в суспільство – володіють мовою, знайомі з культурою і законами. Крім того, прагнення країн-експортерів освіти (особливо США, Німеччини) використовувати кращих іноземних випускників для розвитку економіки і науки своїх країн. У механізмі державного регулювання освіти всіх країн світу особливе місце займають питання, пов'язані з державною підтримкою експорту освітніх послуг.

У боротьбі за іноземних студентів країни застосовують різні методи з просування і стимулювання за кордоном власних навчальних програм для залучення більшої кількості іноземних студентів для навчання у ВНЗ своїх країн. У зв'язку з цим, було запропоновано три моделі систем вищої освіти за типом стимулювання експорту освітніх послуг: 1) традиційна (Великобританія, Німеччина, Франція, США, Австралія і Нова Зеландія, Росія) з відповідною історією та традиційною якістю освіти; 2) наздоганяльна (Китай, Малайзія, Сінгапур, ПАР) з високим освітнім потенціалом і здатністю запропонувати якісний продукт за доступними цінами; 3) новий тип (Бахрейн, Катар, ОАЕ) із створенням вільної економічної зони в сфері вищої освіти. Країни цієї групи, будучи в числі лідерів на світовому ринку енергоносіїв, створили у своїх державах сучасні університети та інститути за моделями кращих світових зразків освітніх установ. Практично кожен національний університет у цих країнах тісно інтегрований в мережу американських, чи британських вузів. Іноземні освітні інститути та компанії спільно розміщені в економічній зоні з привабливими фінансово-податковими умовами.

Враховуючи світові тенденції у сфері експорту освітніх послуг та перехід української економіки до інноваційного соціально-орієнтованого типу розвитку, слід постійно нарощувати конкурентні переваги країни в науці, освіті та високих технологіях. За таких умов освітня політика стає одним із головних важелів інноваційного розвитку країни, а розширення експорту освітніх послуг

стає прибутковим видом економічної діяльності, яскравим показником її соціального і культурного майбутнього, у т.ч. через підвищення рівня та якості освіти.

В українських ВНЗ навчається близько 42 тис. іноземних студентів з майже 130 країн світу. Більше всього іноземних студентів приїздить з Китаю (6,7 тис.), Російської Федерації (4,5 тис.), Індії (2,7 тис.), Йорданії, Пакистану, Ірану, Сирії, Малайзії, Нігерії та ін. Серед українських міст лідерами у залученні іноземних студентів є м. Харків – 12,0 тис., Київ – 8,0 тис., Одеса – 5,0 тисяч. У той же час темпи зростання чисельності іноземних студентів в Україні (10% щорічно) ще не набули того рівня, який відповідав би сучасним можливостям вітчизняної вищої школи. ВНЗ та місцеві органи влади поки що не створили необхідних умов для адаптації іноземних студентів в частині облаштування їх побуту та впровадження освітніх програм на іноземній мові. Потребує подальшого розвитку інфраструктура залучення кращих іноземних студентів та викладачів, інтернаціоналізація сфери освіти. Вищезначене обумовило розробку Концепції формування експортування освітніх послуг на період 2011-2020 рр. та довгострокову перспективу.

До основних чинників, які визначають вибір іноземними студентами країни та навчального закладу, належать: наявність викладання предметів на міжнародних мовах, авторитет країни, репутація ВНЗ, вартість навчання та мешкання, гнучкість програм та співставлюваність кваліфікаційних вимог, географічні, торгівельні та історичні зв'язки між країнами, активна державна політика в просуванні національних освітніх інститутів освіти у глобальному просторі, а також заходи щодо організаційного, методичного та соціально-педагогічного супроводження іноземних студентів.

Світовий досвід зафіксував наявність трьох основних моделей експорту освітніх послуг: пасивну, активну і дистанційну. При реалізації пасивної моделі експорту освітніх послуг на першому етапі виникають проблеми іміграційного характеру, що полягають в отриманні дозволів на в'їзд і проживання під час навчання на території України. Ключовим чинником реалізації пасивної моделі експорту освітніх послуг є розширення повноважень Міністерства освіти і

науки України у сфері управління навчальною іміграцією, тобто вирішення питань повного забезпечення іноземних студентів від сприяння в отриманні візи до процедур медичного страхування і вирішення побутових проблем. Наприклад, у США в 2002 р. створена федеральна служба, яка займається тільки питаннями та проблемами перебування в країні іноземних студентів. Реалізація активної моделі експорту освітніх послуг стримується в першу чергу тим, що в законодавстві України до теперішнього часу чітко не були прописані правила і процедури відкриття філій і представництв за кордоном. Часто відкрити і забезпечити функціонування філії українського ВНЗ за кордоном набагато легше на підставі законодавства іноземної держави, ніж українського. Разом з тим слід зазначити, що держава повинна активніше брати участь в організації українськими ВНЗ активної моделі експорту освітніх послуг, особливо у сфері міжнародних договорів відомчого рівня. Повноцінна ж реалізація дистанційної моделі експорту освітніх послуг ускладнена, оскільки практично відсутня нормативно-правова база дистанційного навчання.

Для заняття Україною гідного місця на світовому ринку необхідна активна участь держави, в тому числі створення загальнонаціональної програми експорту освітніх послуг. У даній програмі необхідно відобразити основні етапи і напрям по просуванню українських освітніх послуг на світовий ринок, вказати пріоритети і послідовність заходів, що приймаються, а також механізми їх реалізації.

Аналіз досвіду різних країн з організації експорту освітніх послуг показує, що основні елементи інфраструктури управління програмами підтримки експорту включають: національні і наднаціональні агентства, експертні структури і інформаційні центри, мережу незалежних експертів; регламенти і типові конкурсні процедури, зрозуміло описані в конкурсних документах; детально і прозоро розроблене методичне забезпечення з підготовки заявок; електронну систему подачі заявок; прозору систему оцінки; систему консультування, що оперативно діє; типові контракти для всіх категорій претендентів; систему збору і аналізу статистичних даних; зрозумілу

систему моніторингу результатів, систему індикаторів оцінки результатів і ефективності.

Планування і узгодження заходів щодо експорту освітніх послуг, включаючи визначення пріоритетів по країнах і регіонах, ступеня політичної і економічної доцільності, об'ємів, способів надання освітніх послуг, повинно здійснюватися Міністерством освіти і науки України, при активному сприянні спеціалізованого агентства спільно із зацікавленими відомствами.

Зростанню експорту українських освітніх послуг можуть сприяти наступні заходи: формування інфраструктури та інституційних умов мобільності студентів, викладачів і дослідників на всіх рівнях; створення спеціалізованого агентства, регіональних і зарубіжних центрів, централізованого сайту, їх інтеграція в систему (мережу) національних і міжнародних агентств, організацій, інформаційних ресурсів; створення мережевих освітніх установ на двосторонній і багатобічній основі, включаючи формування мережі науково-освітніх центрів світового рівня, інтегруючих кращі наукові розробки і освітні програми українських і зарубіжних інститутів; створення і розвиток мережі філій і представництв українських ВНЗ за кордоном; підтримка, розширення і поліпшення інфраструктури приймаючих українських ВНЗ, включаючи поліпшення побутових умов і соціальний захист, що сприяють підвищенню привабливості навчання в них.

Розглядаючи міжнародні послуги у сфері вищої освіти, варто враховувати, що на світовому ринку освітніх послуг конкурують не стільки навчальні заклади як такі, скільки самі країни, їхні репутації, перспективи та багатовікові культурні традиції. Тому можна констатувати, що розвинуті країни мають тут великі переваги без додаткових зусиль. Лідером на ринку сфери освітніх послуг є США, для яких вища освіта іноземців – перш за все довгострокова глобальна політика, аніж короткострокова локальна економіка [16]. З огляду на українські реалії, експансія освітніх послуг на світовий ринок мала б переслідувати цілі: по-перше, розширення можливостей для розвитку і утримання інтелектуального потенціалу країни; по-друге, отримання

додаткових джерел для «проривів» у науковому просторі; по-третє, розвиток певного напрямку бізнесу.

Україні для успішної самореалізації як світового експортера освітніх послуг необхідно вирішити кілька ключових завдань: відмовитися від вимоги хорошого знання української мови. Слід почати формувати систему рівневої освіти англійською мовою, перш за все, на рівні магістратури. Навіть такі країни, як Іспанія і Франція, які бережуть національні і мовні традиції, відкривають програми англійською мовою для залучення іноземних слухачів; спростити нормативні вимоги, що дозволяють зарахувати студента на річне або семестрове навчання. Зараз у США дуже популярна ідея *semester-abroad* (навчання протягом семестру або року за кордоном). Передбачається, що найближчими роками в США так вчитимуться до 50% студентів; полегшити візовий режим як для іноземних студентів, так і для викладачів; вирішити проблему безпеки; покращити інфраструктуру ВНЗ; збільшити бюджетне фінансування вищої освіти.

Висновки та подальші дослідження. Економічне значення освіти полягає в тому, що ті, хто навчаються, отримують можливість нагромаджувати людський та соціальний капітал, сигналізувати роботодавцям за допомогою дипломів про свої потенційні можливості. Групи інтересів прагнуть вплинути на функціонування системи вищої освіти з метою її переорієнтації на створення саме тих благ, які для них являють найбільшу цінність. Доступність та поширення вищої освіти є прикладом інституціональних змін, які відбуваються під впливом груп інтересів. Вища освіта сьогодні перестала цінуватися як ознака належності до еліти. Ця ситуація не влаштовує групи інтересів, пов'язаних з елітарною освітою, які прагнуть підвищити значущість сигнальної функції вищої освіти шляхом скорочення її масовості і звуження просвітницької функції.

Література

1. Spence A.M. Job Market Signaling // *Quarterly Journal of Economics*. – 1973. – Vol.87. – №3. – P.355-374.

2. Беккер Г. Человеческое поведение: экономический подход. Избранные труды по экономической теории. –М.: ГУ-ВШЭ, 2003.
3. Рощин 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 ”], 26 – 27 октября 2005 г., Петрозаводск, –Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2004. – С. 179-184. – Режим доступа: <http://www.labourmarket.ru/conf/reports/roschin.zip> .
4. Hanifan L.J. The Rural School Community Center // Annals of the American Academy of Political and Social Science. –1916. –.Vol.67. –P.130-138.
5. Перова Е.Ю. Рынок образовательных услуг: особенности и тенденции развития в условиях информационной экономики: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. экон. наук: спец. 08.00.01 “Экономическая теория” / Е.Ю. Перова. – Улан-Удэ, 2008. – 17 с.
6. Багаутдинова Н., Ибрагимова А. Формирование системы менеджмента качества образовательной организации / Н. Багаутдинова, А. Ибрагимова // Проблемы теории и практики управления. – 2006. – № 1. – С. 101–105.
7. Покровский, Н. Корпоративный университет: утопия , антиутопия или реальность? [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.russ.ru/stat_i/korporativnyj_universitet_utopiya_ili_real_nost
8. Фаина Т. В. Рынок образовательных услуг как фактор развития инновационной экономики / Т. В. Фаина // Бюлетень Міжнародного Нобелівського економічного форуму. –2011. – № 1 (4) – С. 438–444.
9. Ширяев И. М. Экономическое значение образования в контексте теорий социального капитала и групп интересов / И. М. Ширяев // Вопросы регулирования экономики. – 2014. – Т.5. – №3. – С.55-67.
10. Hanifan L.J. The Rural School Community Center // Annals of the American Academy of Political and Social Science. –1916. –.Vol.67. –P.130-138.

11. Бурдые П. Формы капитала // Экономическая социология. – 2002. – Т.3. – №5. – С.60-74.
12. Фукуяма Ф. Великий разрыв. –М.: АСТ, 2003.
13. Мизес Людвиг Фон. Социализм. Экономический и социологический анализ. / Мизес Людвиг Фон – М.: “Catallaxy”, 1994
14. Ефимов В. М. Дискурсивный анализ в экономике: пересмотр методологии и истории экономической науки / В. М. Ефимов // Вопросы регулирования экономики. – 2011. – Т.2. – №3. – С.5-79.
15. Comparing Education Statistics Across the World // Global Education Digest: UNESCO Institute of Statistics, 2011. – 312 p.
16. Никольская Г. К. Международный рынок труда образовательных услуг и его роль в развитии человеческого потенциала / Г. К. Никольская // Труд за рубежом. - 2005.- № 4. - С. 3-20.

ПРОПОЗИЦІЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ НА НАЦІОНАЛЬНОМУ ТА ГЛОБАЛЬНОМУ РІВНЯХ

Мета. Метою даної публікації є оцінка пропозиції освітніх послуг на національному та глобальному рівнях.

Методика дослідження. Теоретична і методологічна основа дослідження побудована на використанні базових положень економічної теорії, макроекономіки, методичних підходів вітчизняних і зарубіжних учених до дослідження проблем регулювання освіти, законодавчих актів та інформаційно-статистичних матеріалів, що стосуються питань розвитку сфери освітніх послуг.

У процесі дослідження застосовані такі методи дослідження, як: аналіз, синтез і наукова абстракція (під час уточнення базових економічних категорій наукового дослідження); порівняльний і статистичний аналізи; метод логічного узагальнення (в ході вивчення принципів організації пропозиції освітніх послуг).

Результати. Система вищої освіти, як один з провідних соціальних інститутів, органічно пов'язана з соціально-економічною та політичною організацією суспільства, вона багато в чому обумовлює характер і спрямованість суспільного життя. Цей інститут має ще одну специфічну рису, яка полягає в тому що він може випереджати суспільний розвиток, але й може відставати від нього. Таке відставання через певну інерційність і консервативність освітньої системи є характерним та нормальним для буденних та стійких періодів суспільного життя. Але в періоди піднесення, змін, якісного

зрушення в політичному, соціально-економічному, технологічному житті суспільство повинно переналагоджувати свою освітню систему, переводячи її в режим випереджувального розвитку, що й відбувається сьогодні у освітньому просторі європейських країн.

Зростанню експорту українських освітніх послуг можуть сприяти наступні заходи: формування інфраструктури та інституційних умов мобільності студентів, викладачів і дослідників на всіх рівнях; створення спеціалізованого агентства, регіональних і зарубіжних центрів, централізованого сайту, їх інтеграція в систему (мережу) національних і міжнародних агентств, організацій, інформаційних ресурсів; створення мережевих освітніх установ на двосторонній і багатобічній основі, включаючи формування мережі науково-освітніх центрів світового рівня, інтегруючих кращі наукові розробки і освітні програми українських і зарубіжних інститутів; створення і розвиток мережі філій і представництв українських ВНЗ за кордоном; підтримка, розширення і поліпшення інфраструктури приймаючих українських ВНЗ, включаючи поліпшення побутових умов і соціальний захист, що сприяють підвищенню привабливості навчання в них.

Наукова новизна. Визначено основні напрями вдосконалення соціально-економічної політики в галузі освіти та розвитку ринку освітніх послуг, характерні для світового досвіду і для України зокрема. Дано оцінку пропозиції освітніх послуг на національному та глобальному рівнях.

Практична значущість. Практична цінність результатів роботи полягає в розробці рекомендацій, що можуть бути використані при розробці заходів, спрямованих на оптимізацію розвитку освітньої сфери, підвищення якості освітніх послуг та інтенсифікацію діяльності ВНЗ.

Ключові слова: вища освіта, освітні послуги, ринок освітніх послуг,