

6. ОСВІТЯНСЬКІ ПРОБЛЕМИ ВИЩОЇ ШКОЛИ

УДК 37.015.6

*Доц. О.М. Свінцов, канд. екон. наук – Дрогобицький
державний педагогічний ун-ет ім. Івана Франка*

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ В СИСТЕМІ ОСВІТНЬОГО КОМПЛЕКСУ

Розглянуто соціально-економічні передумови формування ринку в системі освітнього комплексу національної економічної системи суспільства. Висвітлено основні ознаки ринкових механізмів та інституцій, а також їх історичну еволюцію і становлення у сфері освіти та перетворення освіти у власне освітній комплекс економіки.

Ключові слова: освітній комплекс економіки, постіндустріальна економіка, освітня послуга, ринок освіти.

*Assoc. prof. O.M. Svincov – Drohobuch state pedagogical university
named after Ivan Franko*

Social and economical preconditions of market development inside the system of educational complex

Social and economical preconditions of market development inside the system of educational complex are covered. Educational service is described as socially needed. Educational services are viewed through rules of market economy laws and due to that educational complex is considered as component of modern economic systems.

Keywords: educational complex, educational service, economic system, market of educational services, segmentation of the educational services market.

Вступ. Освітній комплекс суспільства тісно інтегрований у кожен підсистему національної економічної системи: виробничу, ринкову, регуляторну, розподілу, споживання і відтворення тощо. Ринок – це сфера життєдіяльності, де відбувається процес купівлі-продажу результатів людської діяльності, враховуючи діяльність інтелектуальну. Продукти розумової праці стають товарами, предметом купівлі-продажу є інформація, мета якої – відтворення людського капіталу. Капіталістична економіка перетворює освіту у соціальну необхідність, вводячи дії законів ринку не лише у відносини "вчитель-учень", а, загалом, структуруючи соціальний простір виробничих відносин під назвою "освітній комплекс".

I. Постановка завдання

Метою дослідження є розгляд соціально-економічних передумов формування ринку в структурі освітнього комплексу суспільства: інституціоналізація відносин власності, регулювання відносин обміну, розподілу та відтворення специфічного товару інтелектуально-духовного виробництва – освітньої послуги. Щоб досягнути мети, ми використали системно-синергетичний метод наукового дослідження, за допомогою якого окреслено ринкові закономірності структуризації функціонування освітнього комплексу.

II. Результати

Постіндустріальну економіку називають економікою знань, до того ж знань технологічно-прикладних, котрі є основним критерієм вартості робочої сили. Інформаційне забезпечення робочої сили залежить від такого чинника провідності інформаційних знань у соціумі як освітній комплекс, під яким можна розуміти сукупність інституцій та установ становлення і забезпеченості суспільства інформаційно-інтелектуально-інноваційним ресурсом розвитку. Тобто освітній комплекс – це первинна ланка генерації інформаційно-інтелектуально-інноваційного ресурсу стратегічно-пріоритетного випереджувального розвитку суспільства. Наступною ланкою виступають науково-дослідні центри формування інноваційних знань, які, своєю чергою, як новітні технології пришвидшення трансформації речовини та економії енергії, проходять апробацію в економічній системі виробництва.

У кожную історичну епоху система освіти еволюціонувала відповідно до ідеально-образних цільових моделей суспільства. У період існування доіндустріальних економічних систем освітня послуга не була суспільною необхідністю, оскільки пріоритетність такої праці носила не приватно-ринковий, а адміністративний та обмежений характер. Освітня послуга була індивідуальною необхідністю для вузьких прошарків населення, наприклад, для аристократів та філософів. Для античності, скажімо, доцільно-образне цілепокладання зумовлювалося античним способом мислення, котре було функціональною абстракцією Космосу із поділом праці на інтелектуально-управлінську (рабовласник) та фізично-виконавчу (раб) [1].

Швидкість речовинно-енергетичного обігу у процесах праці обмежувалася силою м'язів раба, а тому античне суспільство не реалізувалося як інноваційно-техногенне, бо нарощування обсягів виробництва з їх подальшою товаризацією не відповідало меті суспільства. У період Середньовіччя освіта, як фахова передумова, залишається необхідністю для тих же вузьких верств населення: аристократії та духовенства. За трудовою основою доіндустріальні виробничі економічні системи вважаються традиційними. В умовах функціонування індустріальних виробничих економічних систем зростає суспільна значимість освітньої послуги через підвищення попиту на кваліфіковану робочу силу, здатну управляти машинним виробництвом.

Освіта стає національною потребою, а отже, стає обов'язковою, а зобов'язуючим середовищем циркуляції освітніх знань виступає держава – державні школи та ВНЗ. За характером організації праці індустріальні економічні системи еволюціонували від квазіінтелектуальних до інтелектуальних, де значення інформаційних знань набуває обрисів домінації. Для постіндустріальних виробничих економічних систем освітній комплекс є первинною ланкою у системах соціоекономічної взаємодії. Виробничі системи автоматизуються та комп'ютеризуються, що вимагає інтелектуальної підготовки для їх обслуговування з боку персоналу.

Набута освіта стає критерієм місця людини у суспільній ієрархії – становища, безпеки, доходів, слави, тощо. Автоматизовані системи виробництва витіснили людський ресурс у площину інтелектуальної праці, у сферу надання послуг та в ті галузі виробництва, де оперативність машини з оброблення речовини, енергії та інформації є вторинною стосовно творчого мислення людини. Практична значимість техногенно-інноваційних знань у постіндустріальний період ущільнена часом в силу розвитку техносфери, зумовлену

постійним впровадженням інновацій, а тому суспільство, насамперед зайняте у виробництві, є постійним і всезростаючим попитом на освітні послуги, адекватні вимогам часу. Життєвий цикл освітньої послуги та її вартість залежить від кон'юнктури ринку праці.

Основою створення нових робочих місць і вищого рівня життя населення є інновації, нові технології, інтегровані у продуктах і службах. Економічне зростання є наслідком екстенсивного використання інформаційних технологій. Змінюється структура ринку шляхом поступової зміни інформаційної асиметрії на користь споживачів, які можуть використовувати віртуальні канали виходу на необхідний їм товар. Завдяки інформаційним системам еволюціонує інституційний механізм функціонування ринку – із абстрактного "сліпого" ринкові відносини набувають контрактного "завчасно адресного" характеру. Особливістю економічних організацій стає висока здатність у процесі діяльності набувати, створювати, поширювати і застосовувати знання. Знання розглядаються як ендогенний процес і створюються у відповідь на можливість отримати прибуток чи набути вищий рівень освіти. Набуті знання є показником рівня зайнятості в сучасних умовах, а інвестиції в освіту – умова повної зайнятості в майбутньому. Освіта виконує роль формалізованого і організованого інституту досягнення, надбання необхідного обсягу знань, постійного їх примноження і оновлення.

Постіндустріальне суспільство, зробивши інструментарієм соціальної взаємодії економіку знань, еволюціонує у напрямі становлення суспільства так званої ноосферної культури. Економічна ноосферизація передбачає не активну експлуатацію та споживання ресурсів біосфери, а їх репродукцію, перехід на якісно новий самовідновлювальний принцип використання речовинно-енергетичної основи виробництва. У сучасній науковій літературі під ноосферою розуміють всебічно розвинену людську спільноту або суспільство, що методологічно комп'ютеризувалось та кібернетизувалось на гуманістичній, соціально гармонізованій, морально-правовій і духовно збагаченій основі. Система освіти тут повинна продукувати освітньо-професійні програми відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня і напряму підготовки, які за змістом, організацією навчального процесу, системою управління цим процесом відповідають ідеології інтелектуально-інноваційно-випереджувального навчання.

Стан сучасного суспільства характеризується як атомістичний, тобто стосунки між індивідами сприймаються як відносини між ринковими цінностями. Ринок пропонує абстрактний спосіб соціального регулювання: стосунки між індивідами регулюються об'єктивними законами взаємного інтересу і при цьому між людьми відсутні відносини підпорядкування. Таким чином, ринок виступає не лише децентралізованим механізмом регулювання господарської діяльності через систему цін, ринок – це, насамперед, спосіб зображення і структурування суспільного простору. "Неправильно зводити ринок, – наголошує П'єр Розанвалон, – до простого економічного механізму оптимального розподілу ресурсів у середовищі, в якому відбувається їх постійне скорочення, до системи регулювання схем виробництва і розподілу багатства" [2, с. 140]. Дослідження ринку – це комплекс маркетингових проблем і проблемних блоків, серед яких: структура, стан і перспективи розвитку ринку загалом, а також його складових: попиту, пропозиції і механізмів, що служать для їх координації збалансування. Серед цих механізмів – ціноутворення, комунікаційна діяльність, просування товару тощо. Першим необхідним ступенем вивчення ринку, підставою для визначення його місткості і ви-

бору пріоритетних сфер застосування ринкової активності фірми чи освітньої установи є сегментація ринку. Сегментація – це поділ ринку на окремі частини-сегменти, кожен з яких охоплює більш або менш однорідні групи потенційних покупців з приблизно однаковими споживчими перевагами і стереотипом поведінки. Сегмент ринку – це сукупність споживачів, котрі реагують однаково на пропоновані властивості товару. Політика сегментації ринку передбачає виділення окремих частин-сегментів ринку, що відрізняються один від одного характеристиками попиту на товари та послуги і реакцією на маркетингові дії.

Особливістю ринку, на якому споживачами освітніх послуг виступають особи, є його подовженість, довготривалість і складність керуванням руху продукції. Для цього ринку характерним є те, що особи як суб'єкти прийняття рішень найменш інформовані, організовані, цілеспрямовані у процесі здійснення свого вибору. Рівень інформаційної асиметрії суб'єктів цього виду ринку освітніх послуг є чи не найбільший. Ринок, суб'єктами попиту на якому є фірми, більш професійний, споживачі здійснюють свій вибір регулярно відповідно до прийнятих стратегій і планів дій. Ринок підприємств легше піддається структуризації, сегментується за галузевою ознакою. Підприємства й організації швидше реагують на структурні зрушення в економіці, відповідно швидко змінюючи попит щодо профілів і спеціальностей підготовки. Підприємства активно взаємодіють із посередницькими структурами: службами зайнятості, агентствами, безпосередньо з освітніми закладами та їхніми об'єднаннями, з органами управління освітою тощо. Щодо того виду ринку, де споживачами освітніх послуг виступають органи управління різних рівнів, то перебуваючи в умовах існування адміністративної системи єдиними інвесторами освіти, органи держави реалізовували розподіл трудових ресурсів між галузями економіки. Практика замовних відносин з підготовки фахівців для органів влади, зокрема перепідготовка і підвищення рівня кваліфікації, є доволі привабливим для освітніх закладів, насамперед масштабістю попиту на спеціалістів, здебільшого у сферах економіки, менеджменту, права та інших гуманітарних профілів, його певною гарантованістю і становищем клієнтів у владній ієрархії.

Сучасна Західна цивілізація (англосаксонська океанічна та західноєвропейська континентальна щодо субцивілізації) розвинулася завдяки техногенезу, впровадженню технологічних інновацій, що дало їй змогу стати світовим лідером у площинах економічній, політичній та мілітарній. Останні два десятиліття на Заході та деяких країнах Південно-Східної Азії відбувається становлення так званих постіндустріальних економічних систем, де основою створення нових робочих місць і вищого рівня життя населення є інновації, нові технології, інтегровані у продуктах і службах, а високе економічне зростання є наслідком екстенсивного використання інформаційних технологій. Інформаційні технології, разом із своєю інфраструктурою, акумулюються своєрідним "колективним мозком" того чи іншого суспільства, або інтелектуальним капіталом нації. Розвиток інформаційно-інноваційних технологій висунув сферу науки і освіти як необхідну і пріоритетну передумову еволюції постіндустріальних суспільств. Освітній комплекс став невід'ємною частиною національної економічної системи, що формує передумови становлення інформаційно-енергетичного ресурсу нації і є основним критерієм цивілізаційного виміру економічного розвитку. Увага суспільства до освіти сприяє входженню освітнього комплексу у систему ринкових відносин, де

формується особливий вид товару – освітня послуга. Ринок освітніх послуг є ринковою інституцією у формуванні людського капіталу, втіленого у працівниках у вигляді їх досвіду, знань, навичок і здібностей, а також у їх загальній культурі, моральних цінностях і т.п.

Ринок освіти, як структурний компонент кожної національної ринкової системи, охоплює всі передбачені ринкові категорії: попит – форму вираження потреб індивідів та суспільства в освітніх послугах; пропозицію – обсяг освітніх послуг, що їх створює і надає професорсько-викладацький склад; ціну – компромісну угоду суб'єктів обміну, що реалізується у вигляді плати за надану послугу – знання; товар – об'єкт акту обміну на ринку освіти у формі освітньої послуги. Ринок освіти можна визначити як сукупність правових, фінансово-економічних, соціально-освітніх, організаційно-методичних, інформаційних відносин, що складаються між виробниками і споживачами освітніх послуг і реалізуються через механізм обміну. Ринок освіти, як і будь-який інший вид ринку, функціонує завдяки вмонтованому механізму регулювання реалізації угод обміну. У цьому відношенні ринок освіти є сукупністю нормативно-законодавчих, морально-етичних, культурологічних-ціннісних, інших інституційних обмежень здійснення угод, пов'язаних з реалізацією освітніх послуг. [3, с. 186].

Об'єктом ринкових відносин у сфері освіти є освітня послуга – продукт інтелектуально-духовного виробництва, вартістю і споживною вартістю якого є інформація. Суб'єктами ринкових відносин, пов'язаних з реалізацією освітньої послуги є: з одного боку – покупці, з іншого – продавці. Покупцями освітньої послуги виступають: учні, студенти, різні категорії населення, що підвищують кваліфікацію, громадські організації, тощо. Продавцями ж є: заклади освіти усіх рівнів, органи держуправління і місцевого самоврядування, громадські організації, міжнародні інституції, окремі фізичні і юридичні особи та ін. Як зауважив Р. Патора [3], в умовах інформатизації і глобалізації заклади освіти обслуговують потреби двох ринків: на ринку освіти реалізують освітні послуги, споживачами яких виступають учні, студенти, доросле населення, а на ринку праці споживачами освітньо-наукової продукції закладів освіти є підприємства і організації різних форм власності [3, с. 8].

Поняття освітньої послуги є первинним структурним елементом ринку освіти, на якому пропозиція є: продукцією науково-технічного спрямування; інтегрованою продукцією на базі науково-технічної продукції та освітньої послуги; навчально-методичною продукцією тощо [3, с. 32].

Освітня послуга, як і будь-який інший вид послуги в економічних відносинах між людьми, є вигодою, якою обмінюються суб'єкти економіки, але привласнення освітньої послуги є невідчутним через відсутність речовинної форми цього виду товару. Невідчутність освітньої послуги ще проявляється в тому, що у споживача відсутній образ даного виду товару, тобто економічний ефект привласнення-споживання настає лише у момент надання, а до того доцільно-образна спонукальна мета для покупця освітньої послуги має суб'єктивний та нечіткий характер. Це, своєю чергою, ускладнює вибір ВЗО, а тому ВНЗ зобов'язані рекламувати пропозицію своїх освітніх послуг, формуючи позитивно-спонукальну думку в соціумі.

Освітня послуга – це економічна категорія, що опосередкованим чином впливає на інфраструктуру економічної системи, значною мірою зумовлюючи як економічний розвиток, так і економічне зростання у тій чи іншій країні. Із економічної теорії відомо, що характер та еластичність попиту в

ринковій економіці визначає структуру національного виробництва, є індикатором ресурсно-фінансових потоків між галузями національного господарства. Належне функціонування тієї чи іншої галузі передовсім залежить від кваліфікації робочої сили, від достатньої кількості спеціалістів-новаторів, економічно адаптованих до вимог часу, тобто навиків яких адекватні рівню техногенезу на сучасному його етапі. Стрімкий та невпинний розвиток НТР і НТП ущільнює цикл функціонування основного капіталу, а тому, те, що вчора було інновацією, сьогодні – морально застаріла технологія. Це, своєю чергою, спричинює постійний та зростаючий попит на відповідні освітні послуги. Однак, невідчутність освітньої послуги, як ми вже наголошували, певною мірою бентежить суспільство через невпевненість відповідно інформаційного забезпечення доцільно-образній меті. Механізмом розв'язання цієї суперечності може служити таке явище як ліцензування освіти – видачі ліцензії на право ведення освітньої діяльності і встановлення державного рівня акредитації навчального закладу, на основі якого ВЗО видають відповідного державного зразка дипломи – формальне підтвердження набутих знань. Видача диплому про закінчення ВЗО, тим не менше, не вичерпує потребу подальшого споживання інформації у формі освітньої послуги. Обсягу знань, здобутих за час навчання, спеціалістові у сучасних умовах вистачає на декілька років, після чого перед індивідом постає об'єктивна потреба у підвищенні кваліфікації. Постійна зміна кон'юнктури на ринку праці виступає чинником еластичності попиту на той чи інший вид освітньої послуги, а це, своєю чергою, посилює конкурентний характер освіти, найперше – зміну інформаційно-інноваційного наповнення освітньої послуги, тобто якісну динаміку пропозиції освітніх послуг у різних ВЗО. Для цього необхідно проводити прискіпливий підбір професорсько-викладацького складу ВЗО для підвищення якості освітніх послуг, сприяти розвитку матеріально-технічної бази закладів освіти, що дасть практичні навиків студентам, підвищивши їх майбутню конкурентоспроможність на ринку праці. Ці два вказані чинники забезпечують відповідний позитивний ефект від послуги у вигляді набутих знань, котрі є сучасним критерієм товару – робоча сила, а в соціальній площині виступають як інформаційно-енергетичний ресурс розвитку суспільства.

Освітня послуга як товар має ознаку іманентності, але, на відміну від інших видів послуг, зокрема і послуг інформаційного характеру, корисний ефект від освітньої послуги не зникає в момент її надання, а консервується та примножується у пам'яті споживача, кристалізує той сукупний обсяг специфічної інформації, який у майбутньому стане товаром – для ринку і як спосіб існування – для людини. А чинник недовговічності освітньої послуги, її незбереженість для подальшого використання має свій позитивний момент у тому, що акт обміну освітньою послугою між викладачем і студентом є не лише інформаційним обміном, а й актом творчим і духовним. Творчий аспект полягає у неповторності відтворення освітньої послуги у кожен наступний момент часу, пов'язаний із особливостями психоінформаційної атмосфери в аудиторії, контекстом соціального часу, домінацією тих чи інших інституцій, тощо. Духовний аспект полягає в енергетично-польовому контексті обміну, де живе слово лектора формує не лише сукупність раціональних імперативів поведінки слухачів, а насамперед формує абстрактно-чуттєвий світ естетичних смаків, етичних норм, витонченості бажань, які, пройшовши крізь раціональну компоненту людської свідомості, стають доцільно-образною метою того чи іншого трудового процесу, де основним критерієм виступатиме іннова-

ційність. Саме тому освітня послуга, як і твір мистецтва, є результатом інтелектуально-духовного виробництва, але, на відміну від творів мистецтва, має не суб'єктивний, а об'єктивний аспект своєї корисності, бо є продуктом інвестиційним – першоосною інтелектуального капіталу. Іманентність освітньої послуги має ще й ту особливість, що вона нівелює розрив у просторі і часі у динаміці виробництва-споживання. У момент свого безпосереднього надання освітня послуга реалізує свою корисність як споживче благо, але як благо інвестиційне, освітня послуга зреалізує свою корисність у майбутньому, тобто освітня послуга як товар має два рівні цінності: споживчу та інвестиційну.

У сучасній науковій літературі виділяють такі ознаки освітніх послуг: невідчутність; відсутність речової форми; непостійність якості; неможливість відокремлення від виробника; суміщення в часі і просторі їх виробництва і споживання; незбереженість та ін. [3, с. 35].

У новітніх умовах освітня послуга, як певний обсяг інформації, фіксується на певному матеріально-конструктивному носії для збереження, передачі і відтворення знань у просторі і часі. Йдеться про так зване дистанційне навчання, де необхідна освітня послуга міститься на відповідних електронних носіях. Дистанційне навчання, на відміну від традиційного, унеможливорює живе спілкування між викладачем і студентом, тобто нівелюються духовні чинники навчального процесу. Повсякчас учитель був взірцем для учня, кристалізуючи своєю поведінкою не лише інтелект, а й волю, смаки, етико-естетичні запити молодшої людини, тобто, вчитель формував учня (студента) як соціально орієнтованого індивіда із власною системою цінностей, що сповідувала не меркантильні, а високі ідеали. Саме ця особливість традиційної освіти забезпечить їй домінування у майбутньому, хоча, з розвитком інформаційних технологій, можливості підключення до світової електронної мережі, традиційне навчання дедалі більше включатиме в себе техногенну компоненту.

Висновки. Соціально-економічні умови формування ринку в системі освітнього комплексу визріли історично в міру розвитку капіталізму, товаризації відносин обміну та зростання ролі інформації як економічного ресурсу. Ліберальна доктрина, розглядаючи суспільство як ринок, що є децентралізованим простором економічного обміну атомістичних індивідів на основі приватного споживацького інтересу, які використовують майно як капітал, ринковим середовищем, бачить, природно, також й інститут освіти. Розвиток капіталізму, індустріалізація виробництва, інтернаціоналізація капіталу стимулювали попит на інформацію, спричинивши відповідну пропозицію освітніх послуг.

Література

1. **Лосев А.Ф.** Філософія. Мифологія. Культура. – М. : Політиздат, 1991. – 525 с.
2. **Розанвалон П.** Утопічний капіталізм. Історія ідеї ринку. – К. : Вид. дім "Києво-Могилянська академія", 2006. – 246 с.
3. **Патора Р.** Ринок освіти в системі кадрового забезпечення стратегічного розвитку країни. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2002. – 338 с.

УДК 339

Аспір. О.Я. Семчук – Львівський НУ ім. Івана Франка

НАВЧАННЯ ПЕРСОНАЛУ З МЕТОЮ ВПРОВАДЖЕННЯ СИСТЕМИ БЮДЖЕТУВАННЯ НА ПІДПРИЄМСТВІ

У разі впровадження бюджетування у системі управління підприємством, повинні чітко бути визначені завдання та заходи з навчання персоналу. Серед основних