

**ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МІКРОПІДПРИЄМСТВ В ЛАТВІЇ В КОНТЕКСТІ БОРОТЬБИ З БЕЗРОБІТТЯМ**

Мікропідприємства стали створюватися в Латвії в 2010 році в розпал кризи, як захід боротьби з безробіттям, рівень якої досягав 20 %. Не отримавши очікуваного ефекту від збору податків з мікропідприємств, фіскальні органи вирішили збільшити для них єдиний податок з обороту. Це призвело до різкого скорочення реєстрації нових мікропідприємств та зростання безробіття.

**Ключові слова:** ринок праці, зайнятість, безробіття, малий бізнес, мікропідприємства, податки.

*Павук Ольга, доктор економічних наук, асоційований професор, програма магістратури «Управление предприни-*

*мательской деятельностью и администрирование», программа докторантуры «Региональная экономика и экономическая политика», Балтийская международная академия, Рига, Латвия, e-mail: olga.pavuk@outlook.com.*

*Павук Ольга, доктор економічних наук, асоційований професор, програма магістратури «Управління підприємницькою діяльністю та адміністрування», програма докторантури «Региональна економіка та економічна політика», Балтійська міжнародна академія, Рига, Латвія.*

*Pavuk Olga, Baltic International Academy, Riga, Latvia, e-mail: olga.pavuk@outlook.com*

УДК 37.015.6

Малюкіна А. О.

**ОБҐРУНТУВАННЯ ОСОБЛИВОСТЕЙ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

*Представлено особливості ринку освітніх послуг відносно вищих навчальних закладів України. Обґрунтовано визначення базових понять: «ринок», «освітня послуга», «ринок освітніх послуг». Визначено узагальнений склад основних учасників ринку освітніх послуг України, які поділяються на загальноновизнані та запропоновані.*

**Ключові слова:** ринок, освітня послуга, ринок освітніх послуг, учасники ринку освітніх послуг.

**1. Вступ**

В умовах посиленої конкуренції для економіки країни важливого значення набуває розвиток ринку освітніх послуг. Знання стають конкурентною перевагою будь-якої людини, організації чи суспільства. Вищі навчальні заклади забезпечують людськими ресурсами для суспільного розвитку.

Процес регулювання попиту і пропозиції на ринку освітніх послуг ніколи не носив суцільно ринкового характеру, він завжди перебував під контролем зі сторони держави. Не зважаючи на те, що ринок праці регулює потоки працівників, він так і не став безпосереднім замовником робочої сили. Це проявляється як у нашій державі, так і на ринках сучасних розвинених країн світу. В Україні дана асиметрія носить більш загрозливий для економічної безпеки суспільства характер: попит на робочу силу складають потреби економіки (реального виробництва), а пропозиція формується невідповідними до цих потреб амбіціями і запитами замовників освітніх послуг.

Сучасний стан економіки України демонструє невідповідність системи освіти зростаючим потребам замовників освітніх послуг. Роботодавець (без різниці — держава чи підприємець) потребує від спеціаліста нової культури і дисципліни праці, комунікативних навичок, відповідальності, уміння орієнтуватися у реальній професійній ситуації. Залишаються невирішеними проблеми відповідності освітніх послуг запитами зі сторони її замовників.

Нині через певні обставини освіта має формальний характер, тобто її здобувають не заради знань, а для отримання переваг на ринку праці, престижної посади чи

високооплачуваної роботи. Адже без диплома державного зразка людину зазвичай не визнають професіоналом.

Узагальнення наукових праць вчених дозволило зробити висновок про те, що ринок освітніх послуг та визначення його особливостей є досить складною науковою проблемою, яка вимагає подальшого дослідження. Тому виникає об'єктивна необхідність у подальшому поглибленні теоретичних і методичних положень щодо уточнення понятійно-категоріального апарату, аналізу складу учасників ринку освітніх послуг та обґрунтуванню його особливостей.

Цим обґрунтовується актуальність проведення даних досліджень.

**2. Аналіз літературних даних і постановка проблеми**

За прогнозами багатьох вчених-економістів ХХІ століття стає часом освіти та інформації. Саме вони стають головними ресурсами та джерелом багатства окремого індивіда та держави в цілому. Конкурентоспроможність економіки країни визначається сьогодні саме інтелектуальним потенціалом, головним показником якої є ринок освітніх послуг.

Але стан наукової розробленості ринку освітніх послуг вищих навчальних закладів України на сьогодні не відповідає практичним потребам суб'єктів попиту та пропозиції цих послуг.

Теоретичні аспекти ринку освітніх послуг висвітлювалися в роботах вітчизняних та зарубіжних науковців [1–4].

Так, М. Аокі розглядав проблеми маркетингу. Щодо цього питання, дослідник звертає увагу на значенні

інформаційні системи управління проте у значній частині вони аналізують та узагальнюють теоретичні і практичні проблеми маркетингу матеріальних товарів, причому в основному з використанням зарубіжного досвіду [4].

Р. Патора багато уваги приділяє аналізу різних аспектів ринку освітніх послуг [5].

Т. Є. Оболенська у своїх роботах зосереджувала увагу на розгляді основних функцій у сфері освіти [6].

Метою статті є обґрунтування теоретико-методичних підходів щодо ринку освітніх послуг. Для досягнення поставленої мети в роботі було сформульовано та вирішено такі задачі:

1) уточнити визначення понять «ринок», «освітня послуга», «ринок освітньої послуги»;

2) сформувати узагальнений склад учасників ринку освітніх послуг;

3) обґрунтувати особливості ринку освітніх послуг.

### 3. Результати досліджень ринку освітніх послуг

Аналіз наукових робіт [1–3, 6–9], присвячених дослідженню ринку освітніх послуг, свідчить про складність даного явища та багатозначність його розуміння. Але, перш за все, необхідно визначитись з трактуванням поняття «ринок» (табл. 1).

Таблиця 1

Морфологічний аналіз поняття «ринок»\*

Джерело	Визначення	Ключове слово
Вікіпедія [10]	Ринок — це сукупність відносин купівлі-продажу товарів і послуг; спосіб взаємодії виробників і споживачів, заснований на децентралізованому, безособовому механізмі цінних сигналів. Він є механізмом розподілу товарів і послуг між членами суспільства шляхом добровільного обміну	Сукупність відносин
Р. Патора [5]	Ринок — це сукупність економічних відносин, що виникають між суб'єктами економічної системи (виробниками і покупцями) з приводу обміну результатами і умовами виробництва	
В. С. Гірський [1]	Ринок — це система економічних відносин, що виникають у процесі виробництва, розподілу і обігу товарів, а також руху грошей	Система економічних відносин
В. М. Огаренко [7]	Ринок — це певне місце, де продаються та купуються товари	
І. Бузько [2]	Ринок — це будь-яка територія, де відносини покупців і продавців вільні та ціни вирівнюються легко і швидко	Місце продажу та купівлі
Г. А. Тищенко [8]	Ринок — це будь-яка галузь, де взаємодіють продавці й покупці на умовах вільних цін	
Н. Ф. Стеблюк [3]	Ринок — це група людей, яка вступає у ділові відносини й укладає угоди з приводу будь-якого товару	Група людей, яка укладає угоди

Примітка: \* — складено та узагальнено автором на основі [1–3, 5, 7, 8, 10]

Ми вважаємо, що результатом будь-якої діяльності вищого навчального закладу є освітня послуга. Останнім часом було проаналізовано значну кількість публікацій на цю тему, але досі залишається невизначеним це поняття. Тому, пропонується в табл. 2 морфологічний аналіз поняття «освітня послуга», який було розроблено на основі аналізу думок та визначень, що знайшли відображення в публікаціях різних вчених-економістів.

Таблиця 2

Морфологічний аналіз поняття «освітня послуга»\*

Джерело	Визначення	Ключове слово
В. Александров [9]	Освітня послуга — це організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь	
В. Огаренко [7]	Освітня послуга — це особливий інтелектуальний товар, який надається стороною, що організує і здійснює процес навчання, та утримується іншою стороною, яка може бути одночасно і учнем, і контролером якості послуги, і платником за неї	Процес навчання
Т. Оболенська [6]	Освітня послуга — це специфічний товар, який задовольняє потребу людини в набутті певних знань, навичок і вмінь для їх подальшого використання в професійній діяльності	Специфічний товар, який задовольняє потребу людини
Г. А. Тищенко [8]	Освітня послуга — це нематеріальна послуга особливого роду як сфера людської діяльності, що створює корисний результативний ефект, невідчужимий у матеріально — речову форму, його кваліфікаційні та професійні якості	Нематеріальна послуга

Примітка: \* — складено та узагальнено автором на основі [6–9]

Аналізуючи табл. 2, можемо стверджувати, що цей термін означає: процес навчання, специфічний товар, нематеріальні послуги. Цей термін включає у свій склад різні елементи, найбільш загальними з яких є такі, як: рівень загальної й професійної освіти, рівень кваліфікації, досвід, знання, навички, майстерність, відношення до процесу навчання, дисциплінованість, участь у новаторстві.

Для порівняння різних точок зору наведемо найбільш повні, усталені та розповсюджені визначення сутності поняття «ринок освітніх послуг», які пропонуються різними авторами (табл. 3).

Таблиця 3

Морфологічний аналіз поняття «ринок освітніх послуг»\*

Джерело	Визначення	Ключове слово
Вікіпедія [10]	Ринок освітніх послуг — це система відносин в ринкових умовах, з приводу купівлі-продажу освітньої послуги, яка в силу цього стає товаром	
І. Бузько [2]	Ринок освітніх послуг — це система економічних відносин з приводу купівлі-продажу освітніх послуг	Система відносин в ринкових умовах
Н. Ф. Стеблюк [3]	Ринок освітніх послуг — це система товарно-грошових відносин, які виникають між продавцем та покупцем з приводу купівлі-продажу специфічного освітнього товару	

Закінчення табл. 3

Джерело	Визначення	Ключове слово
В. С. Горський [1]	Ринок освітніх послуг — це взаємовідносини економічних суб'єктів, об'єднаних єдиною метою, спрямованою на реалізацію економічних і соціальних інтересів особистості та суспільства	Взаємовідносини суб'єктів, об'єднаних єдиною метою

Примітка: \* — складено та узагальнено автором на основі [1–3, 10]

Проаналізувавши табл. 3, можемо побачити, що на ринку освітніх послуг об'єктом купівлі-продажу є не сама освіта (процес набуття знань), а освітня послуга (набуті знання, навички та здібності), які необхідні для процесу навчання.

Вчені-економісти [1–3, 5–7, 10] вважають, що для ринку освітніх послуг характерно: адаптація людини до нових можливостей навчання, перенавчання, підвищення кваліфікації; конкурентоспроможність працівника на ринку праці; цінова політика освітніх послуг; формування комерційної освіти; отримання гарної освіти — основа матеріального благополуччя; орієнтація молоді на престижні професії тощо.

Ринок освітніх послуг в контексті розвитку ринкових відносин трактується як система економічних відносин з приводу купівлі-продажу освітніх послуг.

На рис. 1 нами запропоновано узагальнений склад учасників ринку освітніх послуг.



Рис. 1. Узагальнений склад учасників ринку освітніх послуг

Проаналізувавши економічну літературу [1–11], можна стверджувати, що, освітня послуга просувається за допомогою учасників ринку. Тому, вважаємо за доцільне, поділити склад всіх учасників ринку освітніх послуг на загально-визнаних та запропонованих. До загально-визнаних учасників ринку освітніх послуг належать:

- продавець (вищий навчальний заклад);
- покупець (абітурієнт або його батьки);
- товар (освітня послуга, яка розуміється нами, як набуті знання, навички та здібності).

До запропонованих учасників ринку освітніх послуг відносять:

- служби зайнятості;
- біржі праці;
- органи акредитації.

Відмічено, що особливість освітньої послуги полягає у тому, що вона одночасно й надається, й споживається. Товаром на ринку освітніх послуг є знання, вміння і навички, запропоновані суб'єктами цього ринку (вузами, приватними викладачами, училищами, коледжами тощо). Угоди між суб'єктами, які пропонують ці послуги у сфері освіти, та його споживачами здійснюються у вигляді обміну. Вочевидь, що на даний час угоди здійснюються так: продавець освітньої послуги навчає чомусь споживача і підкріплює отриману освіту дипломом, посвідченням, атестатом, а споживач вносить плату за навчання, або за нього це робить, наприклад, держава. Отже, вищий навчальний заклад виходить на ринок освіти і на ринок праці з результатами своєї освітньої діяльності (послуг, програм, курсів тощо), опосередкованими у знаннях, вміннях та навичках випускників, підтверджених дипломом (сертифікатом) [10].

Оскільки у статті значна увага приділяється ринку освітніх послуг, то автор вважає за доцільне більш детально розглянути основні його особливості (табл. 4).

Таблиця 4

Узагальнені особливості ринку освітніх послуг [1, 2, 7, 8, 10, 11]

№ з/п	Перелік особливостей ринку освітніх послуг	Характеристика особливостей ринку освітніх послуг
1	Доступність освітніх послуг	Пов'язана із розташуванням навчального закладу поблизу місця проживання «покупця»
2	Репутація вищого навчального закладу	Це динамічна характеристика її життя і діяльності, яка формується в суспільстві протягом досить тривалого періоду часу. На формування репутації вищого навчального закладу багато в чому впливають показники якості освітніх послуг, ціннісні переконання, думка, що склалася у людей на основі отриманої достовірної інформації про нього, особистого досвіду взаємодії (комфортність навчання та перебування, безпека, соціальна захищеність, ступінь сприятливості умов для розвитку студентів, авторитет викладачів)
3	Термін отримання освітньої послуги	Одержання першої вищої освіти за різним спеціальностями складає від 4 до 6 років. Одержання другої вищої освіти — 2 роки
4	Знання і досвід викладацького персоналу	Незважаючи на модернізацію устаткування у вищих навчальних закладах, одним з головних факторів розвитку освіти, як і раніше, залишаються розумові здібності викладачів та їхній інтелект
5	Пропозицію освітньої послуги формує сам споживач	Споживач, використовуючи сучасні технології, ініціює контакт з будь-яким вищим навчальним закладом, шукає потрібну інформацію, порівнює її та ухвалює власне рішення
6	Просування освітніх послуг	Для просування освітньої послуги на ринку доцільно використовувати такі види реклами, саме: — переконуюча — для установ освіти, які нещодавно вийшли на ринок; — інформативна — виведення на ринок нової модифікації освітньої послуги: створення нових програм та методик освіти або зміна ціни; — нагадуюча — у період абітурієнтського міжсезоння (зима, рання весна); — підтримуюча — всередині освітньої установи
7	Конкурсний характер	Більшість вищих навчальних закладів надають освіту споживачеві, бажаному скористатися послугами вузу, за допомогою тестів, іспитів чи співбесід. Особливо наочно ця ознака проявляється у державних вузах

Закінчення табл. 4

№ з/п	Перелік особливостей ринку освітніх послуг	Характеристика особливостей ринку освітніх послуг
8	Необхідність ліцензування	Держава видає ліцензії на право ведення освітньої діяльності і встановлює державний акредитаційний статус навчального закладу та диплом державного зразка
9	Неможливість перепродажу	Права володіння на освітні послуги не можуть перепродаватися

Узагальнення поглядів науковців дало змогу стверджувати, що ринок освітніх послуг має багато особливостей, а саме: доступність освітніх послуг, репутація вищого навчального закладу, термін отримання освітньої послуги, знання і досвід викладацького персоналу, пропозицію освітньої послуги формує сам споживач, просування освітніх послуг, конкурсний характер, необхідність ліцензування, неможливість перепродажу.

#### 4. Висновки

Одержані в ході дослідження результати в сукупності вирішують важливе науково-практичне завдання відносно подальшого розвитку теоретичних і методичних положень щодо ринку освітніх послуг. У процесі дослідження одержано такі основні висновки науково-практичного характеру.

1. Узагальнено теоретичні підходи до розуміння економічної суті понять «ринок», «освітня послуга», «ринок освітньої послуги», що дозволило трактувати їх як явище, що характеризує прагнення людини до самореалізації, самовдосконалення через набуття знань, умінь, навичок з метою подальшого їх використання у професійній діяльності.

2. Досліджуючи ринок освітніх послуг, ми дійшли висновку, що необхідно детально розглянути та проаналізувати склад учасників ринку освітніх послуг. І, узагальнюючи різні твердження, ми дійшли висновку про необхідність поділу складу учасників ринку освітніх послуг на загальноприйняті (вищий навчальний заклад, освітня послуга, абітурієнт) та запропоновані (служби зайнятості, біржі праці, органи акредитації). Освітня послуга, у нашому дослідженні, це знання, вміння і навички).

3. Стрімкий розвиток сучасного ринку освітніх послуг обумовлює необхідність детального дослідження його особливостей. Опираючись на економічну літературу стосовно цього питання, можна констатувати, що ринок освітніх послуг має багато особливостей, серед яких найбільш вагомими є: доступність освітніх послуг, репутація вищого навчального закладу, термін отримання освітньої послуги, знання і досвід викладацького персоналу, пропозицію освітньої послуги формує сам споживач, просування освітніх послуг, конкурсний характер, необхідність ліцензування, неможливість перепродажу.

#### Література

- Горський, В. С. Сучасні системи вищої освіти: порівняння для України [Текст] / В. С. Горський, Г. К. Немира, В. А. Погребняк. — Київ: КМ Академія, 2009. — 290 с.

- Бузько, І. Розвиток ринку освітніх послуг в Україні в умовах глобалізації [Текст] / І. Бузько // Економіст. — 2007. — № 8. — С. 28–33.
- Стеблюк, Н. Ф. Економічна природа освітніх послуг в системі вищої освіти України [Текст] / Н. Ф. Стеблюк // Вісник Хмельницького національного університету. — 2009. — № 6(2). — С. 196–199.
- Aoki, M. Endogenizing institutions and institutional changes [Text] / M. Aoki // Journal of Institutional Economics. — 2007. — Vol. 3, № 1. — P. 1–31. doi:10.1017/s1744137406000531.
- Патора, Р. Ринок освіти в системі кадрового забезпечення стратегічного розвитку країни [Текст]: автореф. дис. ... на здобуття наук. ступеня доктора економ. наук : спец. 08.09.01 / Р. Патора. — Львів, 2002. — 39 с.
- Оболєнська, Т. Є. Маркетинг у сфері освітніх послуг [Текст]: дис. док. економ. наук: 08.06.02 / Т. Є. Оболєнська. — Харків, 2002. — 346 с.
- Огаренко, В. М. Державне регулювання діяльності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг [Текст]: монографія / В. М. Огаренко. — К.: НАДУ, 2005. — 326 с.
- Тищенко, Г. А. Особенности и классификация услуг высшего профессионального образования [Текст] / Г. А. Тищенко // Вестник ХГАЭП. — 2010. — № 2(47). — С. 83–88.
- Александров, В. Освітня послуга [Текст] / В. Александров // Економіка України. — 2007. — № 3. — С. 53–60.
- Концепция [Электронный ресурс] / Википедия (Свободная энциклопедия). — Режим доступа: \www/URL: http://ru.wikipedia.org/wiki.
- Лившина, В. В. Формирование системы менеджмента качества вуза [Текст]: монография / В. В. Лившина, Э. С. Бука. — Красноярск: СибГТУ, 2004. — 324 с.

#### ОБОСНОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ РЫНКА УСЛУГ ОБРАЗОВАНИЯ

Представлены особенности рынка образовательных услуг относительно высших учебных заведений Украины. Обосновано определение базовых понятий: «рынок», «услуга образования», «рынок услуг образования». Определен обобщенный состав участников рынка услуг образования Украины, которые разделяются на общепризнанные и предложенные.

**Ключевые слова:** рынок, услуга образования, рынок услуг образования, участники рынка услуг образования.

*Малюкіна Анастасія Олександрівна, кандидат економічних наук, доцент, кафедра менеджменту та бізнесу, Харківський національний економічний університет ім. Семена Кузнеця, Україна, e-mail: knastyia12@rambler.ru.*

*Малюкіна Анастасія Александровна, кандидат экономических наук, доцент, кафедра менеджмента и бизнеса, Харьковский национальный экономический университет им. Семена Кузнеця, Украина.*

*Maliukina Anastasiia, Simon Kuznets Kharkiv National University of Economics, Ukraine, e-mail: knastyia12@rambler.ru*