УДК 338:658.5

Р. Патора, Н.І. Чухрай
Національний університет «Львівська політехніка»

ІННОВАЦІЙНІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

© Патора Р., Чухрай Н.І., 2001

Розглянуто особливості формування ринку освітніх послуг. Досліджується роль держави у становленні ринку освіти. Аргументується необхідність орієнтації на інноваційний тип розвитку в галузі освітніх послуг. Наводяться основні характеристики університетів майбутнього (“університетських корпорацій”).

The peculiarities of forming of the educational services market are considered. A role of the government in formation of the education services market is investigated. A necessity of educational service orientation on the innovation development type is argued. The authors explain us the main features of “university corporations».

Вступ. Конкуренція на ринку освітніх послуг, множинність концепцій і програм навчання при відсутності єдиної ідеології освіти – нові реалії сфери освіти. Як і будь-яка інша сфера послуг, сфера освіти по-різному вписується у ринковий механізм постсоціалістичних країн: у Польщі ці процеси відбуваються активніше, в Україні вони дещо розмиті.

Неминучість переходу до безперервної освіти і професійної постійної перепідготовки в умовах ринкових відносин і відмови від різноманітних форм державного регулювання роблять існуючу систему освіти неефективною за результатами і обтяжливо дорогою для суспільства і держави. Бюрократія в ринкових умовах не в змозі відповідати за точність прогнозу у визначенні того, чому саме, кого і як треба готувати і перепідготовувати. Ринковий механізм сфери освітніх послуг передає цю функцію на розсуд самих споживачів освітніх послуг, і тих, хто цю послугу надає.

Саме споживач, фізична чи юридична особа, стає головним джерелом фінансування цієї сфери, розглядаючи освітню послугу не тільки як предмет кінцевого споживання, але і як інноваційний продукт (товар). При цьому інституціями освіти аналізуються споживчий попит і бажання споживача, а прагнення догодити споживчим очікуванням стає центральною проблемою для тих, хто надає цю освітню послугу. В умовах ринкової системи в сферу освіти відкритий вільний доступ для тих, хто надає освітню послугу, і для тих, хто споживає цю послугу.

Відчуваючи на собі вплив певного перехідного періоду економіки, що значно загострює ситуацію в цій сфері, відбувається адекватна зміна парадигми, яка проявляється у переорієнтації розуміння освіти як сфери послуг, перехід від продукту до послуги. Подібна зміна парадигми торкається усіх традиційних інститутів освіти і самого поняття освіти.

Держава і ринок освіти. Зміна парадигми освіти визріла не тільки в умовах переходу до ринку, але стала актуальною ще за часів соціалістичної системи. Сфера послуг в примітивному вигляді була ринковою і при соціалізмі: одержувач товару (послуги) своїм гаманцем певним чином впливав на того, хто цю послугу надавав, а останній керувався тільки загальним дефіцитом. Специфіка соціалізму в освіті полягала у тому, що держава тримала під контролем виробництво освітніх послуг і їх розподілення. "Безоплатність"

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

послуги в цій ситуації не приносила споживачеві особливих благ, оскільки насамперед була формою перерозподілу на користь впливових осіб. Іншими словами, переважно існувала конкуренція не знань, а політична конкуренція. У цьому аспекті бажаною є переорієнтація, по-перше, сфери попиту на освітній продукт із політичної конкуренції на повне панування цінової конкуренції (ціна) та конкуренції знань (якість), по-друге, сфери пропозиції освітніх продуктів знов-таки із політичної конкуренції на цінову та конкуренцію придбаних знань (вмінь).

Особливість сучасного етапу полягає у тому, що перехід на нову парадигму освіти збігається з переходом до нової ринкової економічної парадигми, що значно ускладнює ситуацію. Цей перехід не виключає із сфери освіти державні та інші владні структури, але при цьому радикально змінює їх функції. По-перше, держава на федеральному рівні законодавчо-нормативно встановлює відповідні умови функціонування для ринку. По-друге, в умовах вільного надання освітніх послуг і вільного їх вибору споживачем держава формує вимоги до деякого необхідного освітнього стандарту, тобто виробляє певні норми, що розробляються на основі досліджень знань, умінь, процесів навчання. Один з найнадійніших методів нормування – це формування вимог до освітніх установ і їх викладацького складу. По-третє, держава, а більшою мірою – муніципальні органи, можуть виступати замовниками освітніх послуг, керуючись місцевими програмами регіонального і муніципального розвитку, в забезпеченні яких істотне місце займають освітні аспекти. По-четверте, держава може підтримувати освіту і освітні установи як важливі суспільні інститути.

Держава і муніципальні органи при виконанні названих функцій оперують різноманітними засобами і прийомами: законодавчими, правовими, податковими, програмними. Освітні установи існують у просторі цих найважливіших нормативно-регулятивних чинників ринку освітніх послуг та у взаємодії таких ринкових чинників, як попит на освітні послуги і їх пропозиція, ціна послуг, сам освітній продукт, а точніше кажучи – його інноваційні властивості.

Сподівання на виключно державне фінансування освітньої сфери в Україні безпідставні, як з прагматичних причин (дефіцит коштів в бюджеті), так і з причин формування споживача освітньої послуги. Держава та регіональні органи цю роль, принаймні як монопольну, втрачають; за винятком сфер державного, регіонального і муніципального управління і відповідних споживчих сегментів на ринку освітніх послуг. Природно, це не виключає розробку стратегії і програм для державних і муніципальних структур як суб'єктів на ринку освітніх послуг. Сьогодні регіональні органи влади і управління, формально втрачаючи монополію, можуть замовляти програми розвитку освіти і використовувати їх як засіб адміністративного чи фінансового впливу.

Можна констатувати, що на сучасному етапі держава, муніципальна і регіональна влада набувають важливої ролі в становленні ринку освітніх послуг. Держава, рівно як і інші структури, повинна через економічну і освітню політику здійснювати певний вплив на ринок і попит на ньому на освітню продукцію, стимулюючи його методами непрямого регулювання, зокрема, збільшенням фінансування, наприклад, підвищення кваліфікації і перепідготовки державних і муніципальних службовців по усьому сучасному спектру дисциплін і спеціалізацій, і зниженням податків на освітню діяльність, стимулюючи інвестиції в інноваційно-орієнтовану діяльність освітніх установ. Водночас ці заходи будуть певним чином впливати на трансформаційні процеси в освіті, але самостійно подолати настання негативних процесів вони не можуть.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Причини негативних тенденцій на ринку освіти ми вбачаємо в суспільній недооцінці висококваліфікованої праці з причини диспропорції галузей і сфер народного господарства, ненадійності кредитно-грошової системи держави і зниженні граничної ефективності капіталів. Розв'язання цих проблем лежить в площині децентралізації державного регулювання економіки загалом і, зокрема, ринку освітніх послуг як в рамках держави і регіонів, так і в ринковій орієнтації та міжнародній інтеграції інституцій ринку освіти.

Інноваційні процеси у формуванні ринку освітніх послуг. Об'єктивні зміни в економічному житті вимагають переорієнтації національної економіки на нову модель прогресивного розвитку, а саме модель інноваційного типу, яка базується на використанні принципово нових сучасних технологій, нових організаційних і управлінських рішень, інтелектуалізації, "софтизації" та "сервізації" усієї економіки. Подібні зміни не можуть не відбутись і у сфері освітніх послуг. Інноваційні процеси дають змогу активізувати певні чинники в освітній діяльності, системно, програмно змінюючи їх і управляючи процесами зміни.

Вперше поняття "інновація" було запропоноване в макроекономічному аналізі на початку століття представником австрійської економічної школи Й.Шумпетером, який розглядав найважливіші винаходи (прориви) в технології і виробництві нових продуктів, тобто радикальні нововведення як головний стимул економічного зростання і чинник виходу з економічної кризи. Входження в новий цикл (фазу) кризи пов'язується ним із завершенням органічного розвитку нововведення і відсутністю нових техніко-технологічних проривів. При цьому головним завданням за Й. Шумпетером є постійна підтримка новаторських ініціатив, яка дає змогу подолати циклічний характер капіталістичної економіки [1]. Спираючись на класичну теорію інновації, в [2] автор стверджує: "Інновація як економічна категорія, це не просто поняття, що означає будь-яке нововведення, а нова функція виробництва. Це – зміна технології виробництва, яка має історичне значення і є необхідною. Інновація становить стрибок від старої виробничої функції до нової…" .

Досліджуючи інноваційні процеси, російський вчений Н. Д. Кондратьєв запропонував поняття "довгі хвилі" і життєвого циклу нововведення. Спираючись на теорію інновацій Шумпетера і довгих хвиль Кондратьєва, можна постулювати наявність довгих і коротких хвиль – циклів в освітніх процесах. У числі показників кон'юнктури великих циклів потрібно розглядати індекси ланцюгових відмінностей на освітню продукцію, номінальну заробітну плату, вплив зовнішнього світового ринку освітніх послуг (Міжнародних проектів), ступінь розвитку базових економічних ресурсів. При цьому необхідно врахувати стохастичний характер оцінок при аналізі статистичних показників кон'юнктури ринку освітніх послуг.

Важливим фактором, який визначає перебіг інноваційного процесу, є час. Однаково важливими є як сам момент появи інновації, так і термін від виникнення нової ідеї до її матеріалізації у формі конкретного товару, послуги чи технології. Кожній інновації, зокрема освітній, притаманний відповідний життєвий цикл, який розпочинається з моменту науково-дослідних робіт, проходить через фази дослідно-конструкторських робіт, впровадження у виробництво і закінчується моментом початку реалізації інновації, який розпочинає життєвий цикл товару (технології) на ринку, широко відомий як життєвий цикл товару (ЖЦТ). При дослідженні інноваційних процесів на ринку освіти будемо спиратись на такі твердження:

1. Інновації передбачають істотний елемент невизначеності. Вважаємо, що результати пошуку не можуть бути чітко наперед відомі ні в науковому чи технічному, ні в економічному чи комерційному аспектах.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

2. Сучасні промислові інновації все більшою мірою спираються на прогрес в наукових знаннях. Незважаючи на невизначеність, зазвичай існує діапазон можливих успішних рішень, які зумовлюються науковим прогресом. Наприклад, успіхам хімічної промисловості сприяло відкриття хімічного синтезу, а електротехнічної і електронної промисловостей – дослідження в галузі електромагнетизму і фізики твердого тіла.

3. Життєвий цикл інновації є структурно індивідуальним для кожної інновації і залежить від багатьох чинників, серед яких істотну роль відіграє рівень розвитку економіки і відповідних галузей, в яких відбувається інноваційний процес.

4. У міру розвитку цивілізації спостерігається скорочення життєвих циклів інновацій окремих товарів і технологій, а також зародження чергової генерації продуктів.

Загальною ознакою розвитку світової і національної освітньої системи як єдиного цілого є циклічність, яка виражає нерівномірність функціонування різних елементів системи, зміну революційних і еволюційних стадій розвитку, зміну парадигм, і, загалом параметрів прогресу. Циклічність є найважливішим чинником економічної динаміки освітньої системи, одним з детермінантів макроекономічної її рівноваги. Внаслідок складних різнонаправлених трендів окремих компонентів циклічності надто складно формалізувати окремі цикли. Найхарактернішою ознакою циклічності є рух по спіралі, тому згадана циклічність є формою прогресивного розвитку.

Класичний підхід до побудови інноваційних політик діючих на ринку підприємств в розвинених країнах світу у другій половині ХХ-ст. ґрунтується на відомих ідеях Й. Шумпетера та знаходять підтримку у держави (від конкурентоспроможності підприємства до конкурентоспроможності економіки загалом). Політика зміцнення позиції на ринку за рахунок постійної пропозиції нових і вдосконалених товарів забезпечується підприємствами завдяки включенню прикладних інженерних досліджень і розробок всередині фірм у пріоритетні шляхом формування системи “галузевих досліджень” (Industrial Research) і нових концепцій маркетингу. Розвинені країни підтримують цю політику і сьогодні, розширюючи її за допомогою податкового регулювання, підтримки інноваційного бізнесу і ризикового капіталу, стимулювання оновлення основного капіталу і зовнішньоекономічної діяльності. Щодо цієї практики формується інфраструктура наукового і консультаційного сервісу. Загалом це означає, що інноваційна політика стає системоутворюючим чинником в макроекономіці і геополітиці, а інноваційне організування діяльності, на противагу спонтанним новинкам, ставить світ на якісно новий рівень розвитку.

Аналіз реалізації цих глобальних процесів в економіці країн колишнього соціалістичного табору показує, що, зрештою, вони не змогли відповісти на конкурентний виклик інноваційно-орієнтованої економіки Заходу, що стало справжньою причиною краху усієї соціалістичної системи, а відтак перебудови і глибоких реформ, зокрема, в Польщі та Україні.

Необхідно зазначити, що існують різні типи інновацій за ступенем новизни, а також окремі нововведення та організація діяльності, коли наукова думка і деяка “виробнича” структура (наприклад, вищий навчальний заклад) об’єднуються з метою оновлення технологічного способу виробництва задля задоволення потреб споживачів. Звісно, що інноваційні процеси ринку не можуть не охопити ринок освітянських послуг, що формується. Важливо сприяти не тільки поодиноким інноваціям і надавати підтримку окремим інноваторам, але й забезпечувати належний клімат для створення інноваційно-працюючих і здійснюючих інноваційну політику вищих навчальних закладів.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Враховуючи, що періоди (цикли і фази) нововведень мають тенденцію до прискорення і скорочення, необхідно активно розвивати виробництво освітніх послуг на основі конкуренції в інноваціях. Однією з особливостей справжнього циклічного розвитку негативних процесів є незбігання фаз циклу. Якщо під час цих процесів обов'язково повинно відбуватися падіння цін на освітню продукцію і виходом з них є оновлення основного капіталу і зниження витрат виробництва, то в сучасний період навіть у фазі цих негативних процесів ціни на продукцію утримуються на високому рівні.

Для подолання цього явища можуть бути використані різні методи: скорочення виробництва і тимчасова відмова від реалізації деякої освітньої продукції. Науково-технічний і культурний прогрес призводить до швидкого морального старіння основного і ставить вимогу реструктуризації оборотного капіталів, а конкурентна боротьба примушує оновлювати основне виробництво освітньої продукції, не очікуючи кризових явищ.

Основні характеристики університетів майбутнього. Говорячи про університети майбутнього, йдеться про новий спосіб існування і функціонування освітніх закладів, безпосередньо інтегрованих в ринок освітніх послуг.

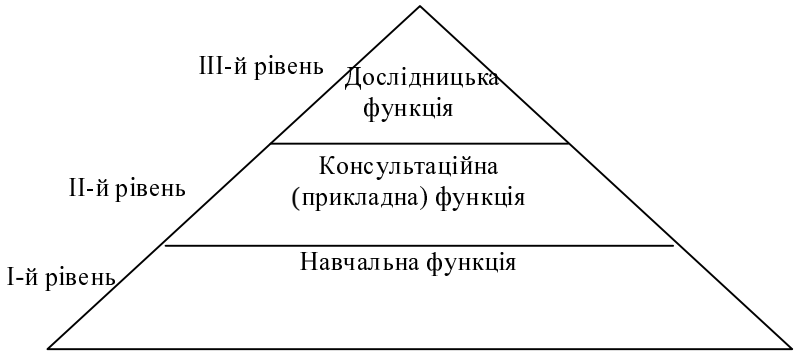
Парадигма освітнього процесу характеризується синтезом трьох функцій; дослідницької, освітньої і консультативної. На сучасному етапі мова йде про такий синтез трьох функцій – трансформація знання з однієї форми в іншу: з форми дослідницького знання – в навчальні програми, з форми консультативного (прикладного) знання – в дослідницьке і навчальне, з форми дослідницького і навчального – в консультативне (прикладне). Існують, принаймні, два глибинні процеси, характерні для другої половини XX ст., які зумовлюють місце, функції і призначення подібних "університетських корпорацій", що повною мірою реалізують викладений синтез функцій. Разом з тим, соціокультурні функції подібних університетів пов'язані із зміною політичного контексту, тобто зміною відносин на полюсах «влада – інтелект», і з проблемами, де відбувається зміщення пріоритетів від реального капіталу до капіталу знань.

Університетські корпорації – це університети без "стін": вони спираються на ділову мережу, що складається з викладачів-консультантів, експертів, фахівців, що мають практичний досвід, але які вже втратили інтерес до функціонування реальних секторів економіки [3, с. 71]. Оргструктури, характерні для традиційних університетів, стають структурно розмитими і формується університетська корпорація, яка реально здійснює трансструктурний і трансрегіональний типи робіт – навчальних, консультативних, дослідницьких. Розглянемо етапи розгортання в Україні подібної організації. Перший етап – лідерська організація, синтетичний навчально-консультаційно-дослідницький заклад з ієрархічною (пірамідальною) моделлю управління. Другий етап – трансформація ієрархічної (пірамідальної) форми і перетворення її в мережеву форму організації, де основну роль починає грати ділова мережа, куди входить широке коло предметних фахівців, експертів, консультантів і прикладних фахівців. Третій етап – структурована університетська корпорація, основні елементи якої – факультети університетського центру бізнесу-освіти. Вимоги до їх функціонування: поліпредметність, поліпрофесіоналізм і універсальність сучасної бізнес-освіти, забезпечення існування у цьому центрі бізнес-утворення інших факультетів, що являють собою декілька самостійних оргструктур.

З системного погляду формування університетської корпорації – це умова самовідтворення консалтингу і виходу на самовідтворювальне виробництво навчальних практик.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

Однак формування університетського центру – це вже умова самовідтворювання навчальних режимів і вихід на самовідтворювальні дослідницькі практики. Це нагадує піраміду, де біля основи її знаходяться навчальний рівень, далі – консультативний і, на вершині – дослідницький рівень (див. рисунок).



Рівні структурованої університетської організації (університетської корпорації)

Враховуючи проблему необхідності нейтралізації агресивного зовнішнього середовища, основна увага приділяється "швидким" циклам консалтингу: управлінському, фінансовому, соціальному. Перспективи консалтингу полягають в розвитку таких його форм, як рамковий консалтинг і консалтинг, пов'язаний з організацією процесів і систем діяльності, який трансформується в консалтинг політичний, інфраструктурний або, враховуючи проблему необхідності нейтралізації агресивного зовнішнього середовища, основна увага приділяється "швидким" циклам консалтингу: управлінському, фінансовому, соціальному. Перспективи консалтингу полягають в розвитку таких його форм, як рамковий консалтинг і консалтинг, пов'язаний з організацією процесів і систем діяльності, який трансформується в консалтинг політичний, інфраструктурний або регіональний стосовно розроблення моделей розвитку великих міст і регіонів.

При усіх відмінностях концептуальних, організаційних і навіть ідеологічних (макроідеологічних) – таке існування диференційованої, багатополюсної, мережевої, матричної організації освітнього закладу дає змогу інтегрувати декілька різних організаційних структур, їх функціональні відносини, створюючи передумови для комунікації і кооперації. Мається на увазі не тільки ситуативна кооперація для якихось конкретних (освітніх) проектів, але і певна віртуальна (неінституйована) кооперація як узгоджений рух щодо реалізації певної мети і цінностей. У цьому аспекті надзвичайно важливе питання займає концентрація інтелектуального потенціалу і інтелектуальної різнорідності в пакеті викладацького складу бізнес-корпорації. Нове покоління, яке характеризується відповідним типом кваліфікації і навичок, знаходиться під впливом не тільки соціально-демографічної характеристики. Реалізація нових ідей неможлива без урахування того, що цей тип знань неадекватний духу тієї нової номенклатурно-бюрократичної структури прийняття рішень, яка зберігається і спираючись на яку будуть робитися спроби подальшої стабілізації.

Регіональним практичним освітнім проектам загрожують інші чинники макросередовища через незалежні від кожного з нас більш загальні геополітичні і геоекономічні тенденції [4]. У суспільстві з'явилася деяка внутрішня стратифікація: з'явилися люди, які уміють заробляти гроші, але погано думають; з'явилися люди, які непогано думають, але не

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua

уміють заробляти гроші; і з'явилися реальні менеджери, які уміють поєднати і те, і інше [3, с. 72]. Відбувається певна внутрішня спеціалізація самого суспільства. Йде процес переоцінки цінностей і можливостей і досягнення реалізму в діях. Усе це зумовлює додаткові специфічні вимоги до викладацького потенціалу освітніх корпорацій

Висновки.

1. Створення ринку освітніх послуг за цих умов дасть змогу усунути цілий ряд обмежень, які впливають на діяльність освітньої установи сьогодні, а також зумовить інтенсифікацію конкуренції на ньому. Усунення бар'єрів і рівень зростаючої конкуренції будуть мати такі основні наслідки:

- необхідність підвищення ефективності внутрішньої діяльності освітньої установи;
- зниження впливу рівня цін на освітню продукцію як наслідок конкуренції: встановлення еластичності попиту щодо ціни;
- підвищення попиту на неї внаслідок нижчих цін;
- порівняльні переваги освітніх установ стануть очевиднішими;
- посилиться потік інновацій в освітніх процесах, зумовлених динамікою ринку освітніх послуг.

Перераховані ефекти, які реалізовуються через комплексні механізми взаємодії таких чинників, як прогрес в технології освіти, витрати, ціни, приведуть до підвищення конкурентоспроможності освітніх установ.

2. Аналізуючи тенденції розвитку ринку освітніх послуг, необхідно враховувати ось що:

- процес еволюції до ринку буде тривалим і супроводжуватиметься нестабільністю в плані впливу соціальних, політичних і економічних чинників на нього;
- правове і організаційне забезпечення ринку будуть залишатися незавершеними, розмитими і нестабільними, що збільшить ризик інвестицій і вимагатиме більшого потенціалу інновацій в освітніх процесах;
- значно важче буде зрозуміти, як потрібно діяти в короткотерміновій перспективі і яку позицію на ринку потрібно зайняти освітній установі; наскільки інноваційні досягнення економічного розвитку можуть бути перенесені на сферу освітніх послуг і використані нею?

3. Специфікою сфери освітянських послуг повинна стати діалогова активність споживачів цих послуг.

4. Прогнозовані мегатренди на ринку, а саме глобалізація освітніх послуг у формі університетських корпорацій, сприятимуть концентрації інтелектуального потенціалу і об’єднання в єдине ціле трьох основних функцій (навчальної, консультативної, дослідницької).

1. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала и цикла конъюнктуры): // Пер. с нем.– М., 1982. – 455с. 2. Бажал Ю.М. Економічна теорія технологічних змін: // Навч. посібник. – К., 1996. – 238 с. 3. Грешнов В.А. Инновационные процессы в самоорганизации рынка образовательных услуг России // Инновации. – №7 – 8. – 1999. – с. 70 – 75. 4. Zarządzanie innowacjami/ Praca zbiorowa pod redakcją Jerzego Bogdanienki. – Warszawa, 1998. – 132 s.

Lviv Polytechnic National University Institutional Repository http://ena.lp.edu.ua