

УДК 37.015(477)

Букало Н.А., ст. викладач

Волинський інститут економік та менеджменту

ФАКТОРИ ФОРМУВАННЯ ТА ЗАДОВОЛЕННЯ ПОТРЕБ СПОЖИВАЧІВ У ПОСЛУГАХ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Анотація. В даній науковій статті розглянуто актуальні питання впливу чинників на формування та задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти. За результатами проведеного пошуку розроблена класифікація факторів впливу на формування потреб у освітніх послугах ВНЗ.

Ключові слова: освітні послуги, потреби, фактори впливу, вищі навчальні заклади (ВНЗ).

Букало Н.А., ст. преподаватель

Волинский институт экономики и менеджмента

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ И УДОВЛЕТВОРЕНИЯ ПОТРЕБНОСТЕЙ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В УСЛУГАХ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация. В данной научной статье рассмотрены актуальные вопросы влияния факторов на формирование и удовлетворение потребностей потребителей в услугах высшего образования. За результатами проведенного поиска разработана классификация факторов влияния на формирование потребностей в образовательных услугах ВУЗа.

Ключевые слова: образовательные услуги, потребности, факторы влияния, высшие учебные заведения (ВУЗ).

Nadia A.Bukalo – Teacher

Volinskiy institute of economies and management

FACTORS OF FORMATION AND SATISFACTION OF DEMANDS OF USERS OF HIGHER EDUCATIONAL SERVICES

Summary. The article deals with the actual problems of formation of individual consumers needs, the influence of factors on the needs of users educational services of factors. The presented research is dedicated to the analysis of the classification and conditions that determine and limit the process of formation of the individual consumers demands educational services.

Keywords: educational services, needs, factors of influence, higher educational establishments (HEE).

Постановка проблеми у загальному вигляді і її зв'язок з важливими науковими та практичними завданнями. Ефективний розвиток вищих навчальних закладів зумовлений задоволенням потреб споживачів освітніх послуг, виходячи із кількісного та якісного оцінювання їх величини потреби за напрямками підготовки, спеціальностями, кількістю ліцензованих місць. Пріоритетом розвитку ВНЗ повинне стати максимальне задоволення потреб споживачів в освітніх послугах.

Свої потреби індивід реалізовує через придбання благ і послуг. Проте сам по собі перелік потреб або цінностей, що відображають їх, не дає відповіді на питання, чому при однаковому наборі потреб і приблизно типовій для всіх процедурі ухвалення ними рішень щодо споживання, люди різняться так суттєво за рівнем купівельного споживання. Інакше кажучи, необхідно з'ясувати, якими чинниками та якими критеріями визначається конкретний купівельний вибір.

У становленні постіндустріального суспільства саме освіта відіграє провідну роль у розвитку економічних систем різних країн. Відповідно останнім часом проблеми економіки освіти, впливу факторів на формування освітніх послуг тим чи іншим чином відображаються в багатьох наукових дослідженнях.

Аналіз останніх досліджень, у яких започатковано вирішення проблеми. Вивчення питання розвитку задоволення потреб споживачів, класифікації факторів і умов, що визначають

і обмежують формування потреб споживачів знайшло відображення в працях українських та закордонних вчених: А. Маслоу, Ф. Котлера, В. Д. Бондаренко, М. Л. Гончаренко, Л. І. Лелик, Д. С. Касьянкової, О. А. Крата, С. С. Огірок та інших. Дослідженню впливу чинників на споживачів послуг присвячена значна кількість теоретичних робіт, проте до теперішнього часу в економічній літературі немає загальноновизнаної думки щодо впливу факторів на формування та задоволення потреб споживачів у послугах вищої освіти, що і обумовило вибір теми дослідження.

Цілі статті:

1. Здійснити аналіз наукових досліджень впливу факторів на формування та задоволення потреб споживачів.

2. Розробити класифікацію факторів впливу на формування потреб у освітніх послугах.

Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів. В умовах ринкової економіки освітні послуги поступають у сферу споживання за допомогою обміну і є одним із конкретних типів продуктів, пропонує на ринку. Специфіка ринку освітніх послуг визначається “поєднанням у його характеристиці основних категорій ринку (попит і пропозиція, складові та чинники ринкової ситуації, тип ринкової конкуренції і т.п.) з унікальними, властивими лише йому інфраструктурними і інституційними категоріями та феноменами” [1, с. 143].

Функціонування системи освіти неможливе без узгодження з потребами та інтересами розвитку держави та суспільства загалом. Оскільки освіта належить до сфери соціальних послуг, то визначальну роль у сфері послуг відіграє людський фактор.

Вже в концепції А. Маслоу міститься твердження про те, що “актуалізація тієї або іншої потреби відбувається під впливом чинників його зовнішнього та внутрішнього середовища, що діють на індивіда” [2, с. 76].

З погляду Ф. Котлера вибір індивіда є результатом складної взаємодії факторів культурного, соціального, особистого та психологічного характеру [3 с. 204]. Далі науковець стверджує, що при дослідженні особистого споживання послуг (в т. ч. і освітніх) виявлена потреба в споживанні з часом постійно змінюється та залежить від низки факторів. Детальне вивчення й аналіз їх впливу дозволять виявити причини формування індивідуальних потреб у споживачів. На формування потреб у освітніх послугах впливають такі фактори: демографічні, економічне середовище, природні, технологічні, політичні, соціальні, культурні, правові, психологічні, а також фактори індивідуальної потреби та відносної ймовірності [5, с. 26].

На думку Кейнса “потреби є абсолютні – ми їх відчуваємо незалежно від того, чого прагнуть інші люди і відносні – ті, які ми відчуваємо лише тоді, коли їх задоволення підносить нас вище над іншими людьми” [4, с. 365].

В. Д. Бондаренко фактори економічного розвитку ВНЗ поділяє на макроекономічні та мікроекономічні. До макроекономічних факторів віднесено: фінансові (стан інвестування, бюджетне фінансування); нормативно-правові (законодавче регулювання діяльності ВНЗ, оподаткування); соціально-економічні (рівень економічного розвитку країни, демографічна ситуація; ринкові (запити ринку праці, стан ринку освітніх послуг). До мікроекономічних належать: фінансово-економічні (фінансово-економічний стан, інвестування, позабюджетні надходження, оптимізація витрат); виробничі (технології навчання, якість професорсько-викладацького складу, якість освітніх послуг, матеріально-технічний стан); соціальні (наявність студентського контингенту, доступність освітніх послуг); маркетингові (конкурентоспроможність освітніх послуг ВНЗ, конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку, попит на освітні послуги, імідж ВНЗ); інноваційні (нові напрями діяльності, нові механізми та інструментарій) [6, с. 62].

Значною мірою розвиток сфери освітніх послуг залежить від оптимальних фінансових ресурсів, правових засад, інформаційного та наукового забезпечення.

На думку В. Є. Сафонові, фактори, що визначають попит на вищу освіту, мають переважно неціновий характер. “Ці фактори обумовлені, з одного боку, законом зростаючого прагнення людини до пізнання себе й навколишнього світу (чим більше людина знає, тим

більше вона намагається пізнати, і в цьому прагненні людина “за ціною не постоїть”), з другого – поступальним розвитком сукупного інтелекту суспільства, який в сучасних умовах став головним стратегічним ресурсом життєдіяльності будь-якої країни. Тому, чим вищий рівень освіти людей і суспільства в цілому, тим більший так званий попит на освіту як з боку окремих громадян, так і з боку держави” [7].

Вища освіта активно впливає на розвиток усієї системи освіти через удосконалення педагогічної освіти, розробку інтегрованих навчальних програм та відповідних інтерактивних методів і новітніх технологій навчання, проведення фундаментальних та прикладних досліджень у цій сфері. Реалізація системи “наука – освіта – технології” у навчально-виховному процесі вимагає значного посилення інформаційних процесів у всіх галузях освіти, науки та виробництва.

Ми погоджуємося з думкою В. В. Герчикової, що на підготовку фахівця впливають чотири групи факторів:

– економічні умови, що визначають рівень замовлення на фахівця та базу його реалізації (потенціал суспільства, стан економіки, темпи її розвитку, галузева структура, матеріально-технічна база практик, аудиторне навчання тощо);

– соціальні умови, що формують контингент студентів, визначають мотивацію освіти, яка забезпечує вертикальну мобільність тих, хто навчається (співвідношення фахівців за сферами виробництва, соціальна структура суспільства, потреби населення у вищій освіті, реальна доступність вищої освіти для різних груп населення і т.д.);

– стан навчання та виховання до ВНЗ, що визначають і формують готовність і здатність абітурієнта до навчання у ВНЗ (сімейне, дошкільне, шкільне, середнє спеціальне навчання);

– науково-технічний прогрес у сфері вищої освіти, що забезпечує зростання ефективності та якості підготовки фахівців [8, с. 26].

На сьогодні актуальності набуває питання впливу соціальних факторів на процес формування потреб споживачів у освітніх послугах, адже соціальна сфера зумовлює умови суспільного життя, культуру суспільства.

На ринку освітніх послуг соціальне середовище та умови життєдіяльності людей є основними, оскільки рівень життя населення та доходи характеризують соціально-економічний розвиток країни та ступінь задоволення матеріальних, духовних і соціальних потреб членів суспільства. Низький рівень соціально-економічного розвитку призводить до обмеженості забезпечення потреб населення, високий – дає можливість розширити та задовольнити всю систему людських потреб.

Важливу роль у досягненні високої якості освіти належить таким інституціям, як ліцензування та акредитація. У новій системі ліцензування та акредитації МОН передбачено відхід від практики використання “подвійних стандартів” до навчальних закладів різних типів та форм власності. “Необхідною перспективою для української системи вищої освіти має бути її залучення до міжнародної системи акредитації та входження до Європейської мережі забезпечення якості у вищій освіті” [9, с. 6].

Основним фактором, що визначає величину попиту, є місткість ринку освітніх послуг. Стан кон’юнктури ринку насамперед залежить від демографічної ситуації, що склалася в країні чи конкретному регіоні, адже потенційними споживачами освітніх послуг у ВНЗ є молоді люди, що мають повну та неповну базову середню освіту.

Аналізуючи вищевикладене, подаємо класифікацію факторів впливу на формування потреб освітніх послуг ВНЗ: обмежувальні (стимулюючі) фактори; визначальні фактори; фактори, що характеризують процес надання освітніх послуг; доповнюючі фактори; особистісні фактори (рис. 1).

До факторів, що обмежують формування потреб освітніх послуг ВНЗ, можна віднести: високий конкурс на спеціальності ВНЗ; висока ціна навчання; незалежне зовнішнє оцінювання (результати зовнішнього незалежного оцінювання менші 124 балів); обмежена кількість державного замовлення; низький рівень доходів споживачів освітніх послуг. .

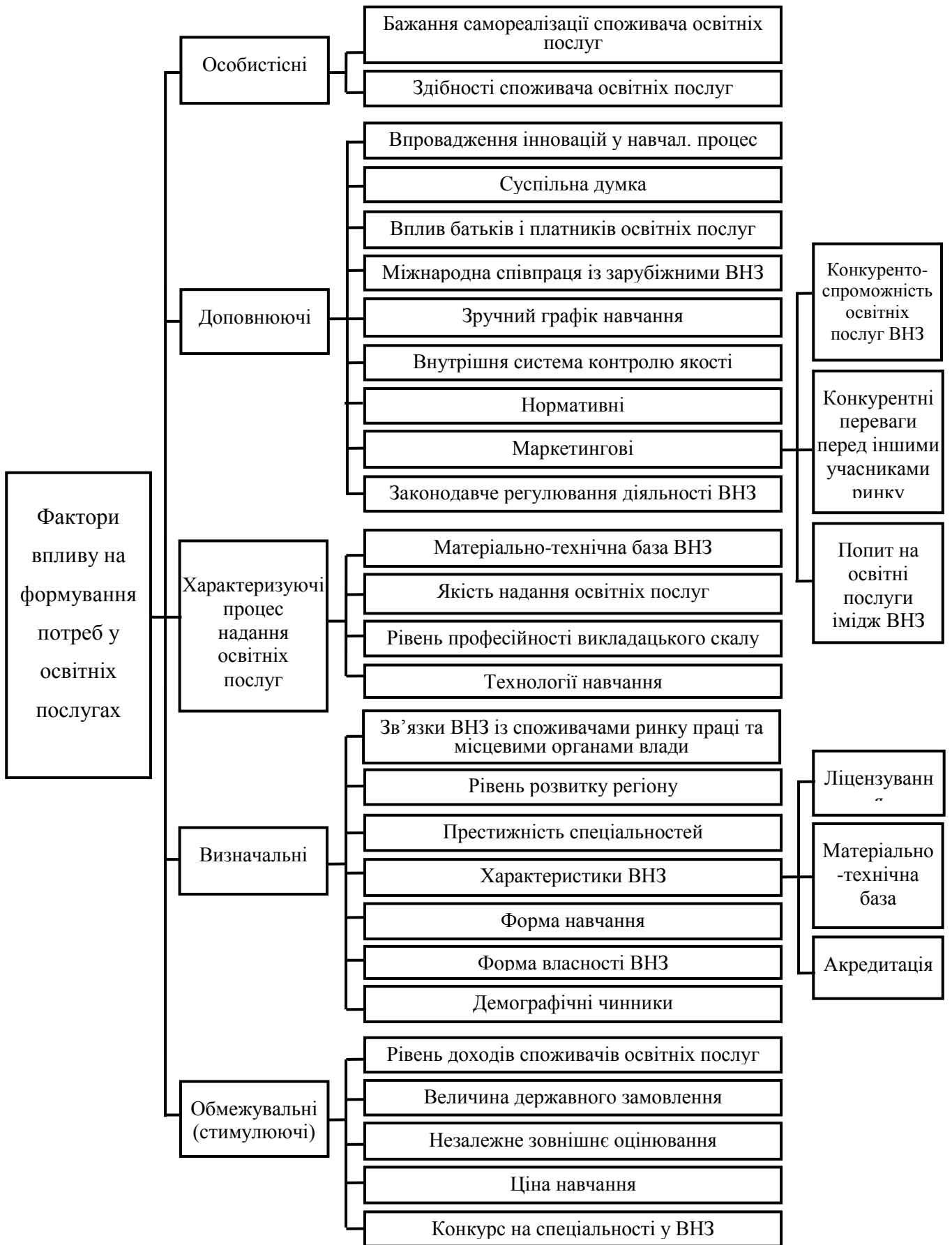


Рис. 1. Фактори впливу на формування потреб у освітніх послугах ВНЗ

Залежно від обставин вище перелічені фактори можуть бути й стимулюючими: низький конкурс на спеціальності ВНЗ; помірна ціна навчання; високі результати незалежного зовнішнього оцінювання; наявність державних місць; високі доходи споживачів освітніх послуг

До визначальних факторів можна віднести: демографічні чинники; форму власності ВНЗ; форму навчання; ліцензований обсяг набору; рівень акредитації ВНЗ; кількість акредитованих спеціальностей; престижність спеціальностей; рівень розвитку регіону; зв'язки ВНЗ із споживачами ринку праці та місцевими органами влади.

До факторів, що характеризують процес надання освітніх послуг, відносимо технології навчання, рівень професорсько-викладацького складу, якість надання освітніх послуг, рівень матеріально-технічної бази ВНЗ.

Доповнюючими факторами впливу на формування потреб освітніх послуг ВНЗ є законодавче врегулювання діяльності ВНЗ; маркетингові (конкурентоспроможність освітніх послуг ВНЗ; конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку; попит на освітні послуги, імідж ВНЗ); нормативні чинники; внутрішня система контролю якості надання освітніх послуг; міжнародна співпраця із зарубіжними ВНЗ; зручний графік навчання; вплив батьків та платників освітніх послуг; формування потреби під тиском суспільної думки; впровадження інновацій у навчальний процес.

До особистісних факторів впливу віднесемо здібності споживача освітніх послуг, бажання самореалізації споживача освітніх послуг, його самовдосконалення, потяг до знань, кар'єризм.

Висновки: Характеризуючи фактори формування та задоволення потреб споживачів в освітніх послугах, можна відзначити наступне:

- аналіз наукових досліджень впливу факторів на формування та задоволення потреб у освітніх послугах показав, що потреба у споживанні з часом змінюється та залежить від низки чинників;

- за результатами проведеного пошуку розроблена класифікація факторів впливу на формування потреб у освітніх послугах ВНЗ, таких як: обмежувальні, або стимулюючі фактори; визначальні фактори; фактори, що характеризують процес надання освітніх послуг; доповнюючі й особистісні фактори. Запропонована класифікація факторів впливу на процес формування потреб в освітніх послугах ВНЗ має теоретичну цінність та практичне значення, оскільки дозволяє розширити уявлення фахівців з економіки та маркетингу про специфіку поведінки споживачів освітніх послуг. Використання цієї класифікації надасть ВНЗ конкурентні переваги перед іншими учасниками ринку освітніх послуг, допоможе залучити більшу кількість абітурієнтів і якісно надавати послуги вищої освіти.

Література

1. Приватная высшая школа в объективе времени: украинский вариант: Монография / М-во образования Украины, Нар. укр. акад.; [Под. общ. ред. В. И. Астаховой.] – Харьков, 2000. – 462 с.
2. Maslow H. A. Theori of Human Motivation. // The Psuchologikal Review. 1943. – Vol.50. – P. 370-396.
3. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер. [пер. с англ.]. – М. : “Ростинтэр”, 1996. – 704 с.
4. Keynes J. M. Essays in Persuasion - Economic Possibilities for our Grandchildren. // The Collected Writings of J. M. Keynes. – London : MacMillan Ltd. – 1936.-Vol.9.
5. Котлер Ф. Маркетинг и менеджмент: [пер. с англ.] / Ф. Котлер. – СПб. : Питер Ком, 1999. – 896 с.
6. Бондаренко Д. В. Фактори забезпечення виробничої ефективності діяльності вищих навчальних закладів / Б. В. Бондаренко // Проблеми системного підходу в економіці: Зб. наук. пр. – К., – 2006. – Вип. 15. – С.63-68.
7. Сафонова В. Є. Інноваційні основи макроекономічного прогнозування розвитку системи вищої освіти України: дис. ... кан. екон. наук: 08.01.01 / В. Є. Сафонова. – К. : 2006. – 190 с.
8. Герчикова В. В. Современное высшее образование: функции, реализация, перспективы / В. В. Герчикова. – Томск : Изд-во Томского ун-та, 1988. – 164 с.
9. Кремень В. Доповідь на колегії Міністерства освіти і науки / В. Кремень // Уряд. кур'єр. – 2004. – № 47. – 12 берез. – С. 6.