

ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Одним із основних завдань соціально – економічного зростання та прискорення інноваційної динаміки України є перехід до економіки, яка базується на продуктивному використанні нових знань. Сьогодні йдеться про особливе значення освіти у розвитку суспільства, адже дослідження показують, що в даний час подвоєння знань відбувається кожного десятиліття.

В економічній літературі існує достатня кількість неоднозначних трактувань поняття «освітня послуга». Можна виділити декілька основних підходів до визначення даного поняття.

Перший підхід характеризує освітню послугу як процес і результат. Зокрема, Ченцов А. при визначенні освітньої послуги приділяє значну увагу педагогічному компоненту: «освітні послуги створюються у процесі науково-педагогічної праці, що є у свою чергу різновидністю наукової праці. Результатом наукової праці є науковий продукт. Результатом науково - педагогічної праці може бути названо освітнім продуктом. Освітній продукт – це частина інтелектуального продукту, яка адаптована до відповідного сегменту освітніх послуг» [1]. Більш ширше тлумачення наводить Сон Т.: освітня послуга – «є результатом навчальної, управлінської і фінансово-господарчої діяльності навчального закладу, що спрямована на задоволення виробничого попиту на підготовку, перепідготовку і підвищення кваліфікації робочої сили і попиту індивідів на одержання професії чи кваліфікації, перекваліфікації» [2].

Другий підхід визначає освітню послугу як товар. Згідно думки Оболенської Т., освітня послуга є специфічним товаром, що формує цінності людини та задовольняє її потреби в придбанні певних знань, навичок та вмінь для їх подальшого використання в професійній діяльності [3, 133]. В. Огаренко дає таке визначення даного поняття: «Освітня послуга – освітній товар, що являє собою визначену діяльність, що її здійснює виробник, і в процесі якої відбувається задоволення потреби споживача в освіті» [4, 43]. Зиннуров У. ширше розглядає поняття продукту вищих навчальних закладів і вважає, що вони є виробниками наступних видів товару: послуг освітнього характеру (перша вища освіта, друга вища освіта, підвищення кваліфікації, перепідготовка, курси, лекції і т.д.); науково-технічної продукції; інтегрованої продукції на базі науково-технічної продукції й освітніх послуг; учбово-методичної продукції [5]. В.Александров вважає освітню послугу «...особливим інтелектуальним товаром, 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.» [6].

Багато дослідників співвідносять освітню послугу з категорією «суспільних благ». С. Кадачников стверджує, що «Освітня послуга – це економічне благо, що володіє корисністю з точки зору його споживачів і потребує витрат на своє виробництво» [7]. В.М. Кожухар вважає, що освіта не є суспільним благом, і це підтверджується її платністю [8]. С.А. Мамонтов уточнює, що освітні послуги мають ознаки як суспільних, так і приватних. З одного боку, їх споживання здійснюється колективно, але при цьому доступ до послуг, що фінансуються державою, отримують не всі бажані, а значить не виконується принцип «неможливості виключення зі споживання» [40].

Ми схильні до думки, що освітня послуга є змішаним благом. Як суспільне благо освітня послуга характеризується спільним характером споживання, невичерпністю, поширеністю. Як приватне благо, освітня послуга є об'єктом купівлі-продажу, має споживну вартість, а також ринкову ціну, яка формується під впливом попиту і пропозиції.

Література

1. Ченцов А. О бизнесе образовательных услуг [Текст] / А.Ченцов //Высшее образование в России. – 1999. – № 2. – С. 120-123.
2. Сон Т.А. Формирование рынка образовательных услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу // www.marketing.spb.ru

3. Оболенська Т.Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід: Монографія. [Текст] / Т.Є. Оболенська – К. 2001.- 208 с.
4. Огаренко В.М. Державне регулювання діяльності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг [Текст] / В.М. Огаренко – К.: НАДУ, 2005. – 326 с.
5. Г. Зинуров; Уфим.гос.авиацион.техн.ун-т [Текст] / Г. Зинуров – М. [и др.]: Из-во УГАТУ, 1993. – 226 с.
6. Александров В. Освітня послуга [Текст] / В. Александров // Економіка України.- 2007.- № 3.- С. 53-60
7. Кадачников С.М. Особенности высшего образования как экономического блага и некоторые практические следствия этих особенностей [Текст] / С.М. Кадачников // Университетское управление. – 2001. - № 2 (17). – с.48-49.
8. Кожухар В.М. К определению содержания образовательной услуги [Текст] / В.М. Кожухар // Маркетинг в России и за рубежом.- 2005.- № 3.- С. 31-41.
9. Мамонтов С.А. Сфера образования как многоуровневая система [Текст] / С.А. Мамонтов // Маркетинг в России и за рубежом.- 2001.- № 5.- С. 43-51