

Андрущенко Наталія Євгенівна
студентка гр. ПОФГзмсв-11, ННІНОТ, ЗУНУ, м. Тернопіль
Науковий керівник: к. е. н., доцент Сидор І. П.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

В нинішньому суспільстві інформація та знання стають базовими ресурсами і джерелом нагромадження окремого індивіда та держави в цілому. Конкурентоздатність економіки будь якої країни сьогодні визначається не обсягом природних чи матеріальних ресурсів, а насамперед інтелектуальним потенціалом та здатністю генерувати нові знання. Дані зміни обумовлюють виокремлення науки та освіти як вищого пріоритету нації в системі цілей розвитку держави. Відтак рівень розвитку ринку освітніх послуг в Україні є одним із визначальних чинників її конкурентоздатності.

Основоположник світової економічної теорії А. Сміт у своїй роботі «Добробут націй» [6] визначив освіту як одну з вагомих чинників у формуванні доходів суспільства і відмінності в їх соціальному статусі. В даній праці автором вперше освіту було схарактеризовано з позиції інвестиційного процесу та визначено проблеми визначення ефективності інвестицій в освітню галузь з позиції учасників цього процесу: учнів, їхніх батьків та суспільства загалом.

Послідовник теорії людського капіталу Г. Беккер визначив освітні послуги як змішані блага, при цьому виокремив спеціальні й загальні інвестиції в освіту, та розмежував межі відповідальності суб'єктів освітнього процесу. Він акцентував увагу на тому, що під час загальної підготовки особа здобуває знання та навички, які може у подальшому використовувати в різних видах професійної діяльності, а спеціальна освітня підготовка передбачає одержання специфічного набору знань і навичок, які можуть застосовуватися в будь-якій вузько спеціалізованій сфері. Г. Беккер вперше обґрунтував показники розрахунку економічної ефективності освіти. Зокрема, доходи, отримані після здобуття вищої освіти, безпосередні витрати на освіту та втрачені під час навчання доходи. Таким чином, автором було визначено віддачу від вкладень в освіту на рівні 12-14 % річного доходу [1].

У 70-ті роки минулого століття відомі економісти й соціологи А. Берг, М. Спенс, Дж. Стігліц, П. Уїлс та К. Ерроу [8] розвинули теорію фільтру, відповідно до якої освіта є механізмом, що відбирає людей за рівнем їх здібностей. Провідна ідея цієї теорії полягає у просуванні на перше місце не продуктивної, а селективної (інформаційної) функції освітнього процесу. Водночас, виникає питання щодо способу та механізму виконання освітою інформаційної функції. Зважаючи на те, що більш обдаровані особи досягають вищих щаблів освіти, то під час навчання має місце відбір учнів за рівнем їхніх здатностей до сприйняття нового і навчання в цілому.

Дослідженням освіти займалися й представники так званої ліворадикальної школи економіки – С. Боулс, Д. Гордон, Г. Джинтіс, М. Карной, Р. Едвардс та ін.

На їхню думку, освіта виконує такі основні функції: робить майбутніх працівників продуктивними, наділяючи їх необхідними професійними знаннями й навичками (при цьому система освіти повинна бути спроможною створювати резервну армію кваліфікованих працівників для сприяння зниження витрат виробництва й підсилення економічної влади підприємців над робітниками); виробляє в учнів емоційні характеристики й стереотипи поведінки, необхідні для роботи на підприємстві, привчає молодь до відносин панування й підпорядкування, що пронизує всю економічну систему капіталізму.

Розглянемо відмінності у трактуванні понять освітньої послуги та ринку освітніх послуг, які використовують сучасні вчені. Зокрема, А. Ченцов при визначенні освітньої послуги виділяє педагогічний компонент: «Освітні послуги створюються у процесі науково-педагогічної праці, що є у свою чергу різновидністю наукової праці. Результатом наукової праці є науковий продукт. Результат науково-педагогічної праці може бути названо освітнім продуктом. Освітній продукт – це частина інтелектуального продукту, яка адаптована до відповідного сегменту освітніх послуг» [10].

Більш широке тлумачення наводить Т. Сон: 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» [56].

Дослідник У. Зиннуров ширше розглядає поняття продукту вищих навчальних закладів і вважає, що вони є виробниками таких видів товару: послуг освітянського 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 освітянських послуг; учбово-методичної продукції [2].

Багато дослідників зіставляють освітянську послугу з категорією «суспільних благ». Освітянська послуга є благом особистим (для окремої людини) і суспільним для суспільства в цілому. Корисність освіти як суспільного блага має довготривалий характер, на відміну від одноразового споживання освітньої послуги як товару.

У праці Г. З. Чекаловської розглянуто особливість освітянської послуги з трьох точок зору: з економічної, юридичної, нормативно-політичної. Оскільки ці точки зору в деяких аспектах збігаються, то можна стверджувати, що освіта як благо носить змішаний характер. Зокрема відзначено, що освіта виконує три функції: викладання, дослідницької функції і функції надання послуг суспільству.

При реалізації першої функції освіти здійснюється підготовка фахівців, тому освітню послугу можна вважати особистим благом. Реалізація дослідницької функції освіти пов'язується з виробництвом нових знань, які через їх поширення (публікації, конференції) стають суспільними. Законодавчі норми щодо захисту прав інтелектуальної власності обмежують доступ широкого загалу до ознайомлення з результатами науково-дослідної діяльності

у ВНЗ, а вироблені знання у вигляді патентів стають особистим благом науковців, дослідників. Реалізацію третьої функції розглядають у двох аспектах: перший аспект – конкретні послуги, які можуть бути платними чи безплатними; другий аспект пов'язаний з користю, яку вища освіта приносить суспільству. Другий аспект свідчить про те, що освіта є суспільним благом [9].

Треба визнати, що власне термін «освітня послуга» за всієї загальноновизначеності та широковживаності не отримав однозначного тлумачення і не набув законного статусу.

Згідно із Законом України «Про освіту» [5], метою освіти є всебічний розвиток людини як особистості та найвищої цінності суспільства, розвиток її талантів, розумових і фізичних здібностей, виховання високих моральних якостей, формування громадян, здатних до свідомого суспільного вибору, збагачення на цій основі інтелектуального, творчого, культурного потенціалу народу, підвищення освітнього рівня народу, забезпечення народного господарства кваліфікованими фахівцями.

Освіта є одним з ключових понять Міжнародної стандартної класифікації освіти (далі –МСКО). Освіта, за визначенням МСКО, – це цілеспрямована й організована діяльність для задоволення навчальних потреб. Освіта містить організовану й сталу комунікацію з метою навчання. За визначенням, прийнятим на 20-ій сесії Генеральної конференції ЮНЕСКО, під освітою розуміють процес і результат удосконалення здібностей і поведінки особи, при якій вона досягає соціальної зрілості й індивідуального зростання [3].

Як відзначає М. Матвійв: «...визначити кінцевий результат діяльності вищих навчальних закладів досить важко через специфіку вищої школи, її кінцеві результати втілюються в зміну якісних властивостей індивіда. Вони носять комплексний характер і відображають тісний взаємозв'язок результатів роботи працівників навчального закладу з впливом інших чинників, не пов'язаних з ефективністю функціонування вищих навчальних закладів» [4, с. 13].

Отже, узагальнюючи різноманіття трактувань особистості, зокрема освітньої послуги у фаховій літературі, під поняттям освітньої послуги пропонуємо розуміти специфічні економічні блага, що надають, для задоволення її різноманітних освітніх потреб, які становлять взаємну зацікавленість суспільства й кожного індивіда в їх подальшому використанні в професійній діяльності. Такий підхід підкреслює, що освітні послуги є специфічними щодо інших нематеріальних послуг, тому що наслідки від споживання цих послуг є благом не тільки для індивіда, але і для економіки й суспільства в цілому.

На розвиток системи освіти в Україні спрямовуються матеріальні та фінансові ресурси. Фінансування установ, закладів та заходів освіти здійснюється на нормативній основі за рахунок коштів державного і місцевих бюджетів, галузей економіки, підприємницьких структур, а також додаткових джерел фінансування.

Згідно Закону України «Про освіту» фінансування державних навчальних закладів та установ, організацій, підприємств системи освіти здійснюється за

рахунок коштів відповідних бюджетів, коштів галузей економіки, державних підприємств і організацій, а також додаткових джерел фінансування [5].

Основним джерелом фінансування витрат на освіту є державний та місцеві бюджети. Держава повинна забезпечувати бюджетні асигнування на освіту в розмірі не меншому десяти відсотків національного доходу, а також валютні асигнування на основну діяльність. Кошти закладів і установ освіти та науки, які повністю або частково фінансуються з бюджету, одержані від здійснення або на здійснення діяльності, передбаченої їх статутними документами, не вважаються прибутком і не оподатковуються.

Важливою причиною державної підтримки освіти є суспільно-корисна цінність витрат на освіту. Вигоду від наявності громадян з високим рівнем освіти отримує не лише окремо взята людина, але й суспільство в цілому. Інакше кажучи, суспільна вигода від освіти перевищує суму тих вигод, які отримують окремі громадяни, й саме тому держава в більшості випадків не залишає питання про визначення рівня освіти на розсуд ринку, тому що ринок не завжди правильно враховує потреби та інтереси всього суспільства, тим більше, що послуги освіти, як правило, носять довгостроковий характер, а отже, й від них залежить довгострокова перспектива економічного та соціального розвитку країни в цілому.

Список використаних джерел:

1. Беккер Е. Г. Бренд и экономическая устойчивость вуза: монография / Е. Г. Беккер, Т. Н. Бурделова, А. Ю. Юданов. Москва: КНОРУС, 2012. 208 с.
2. Зиннуров У. Г. Методологические основы и методы маркетинговой деятельности в вузе : автореф. дисс. на соискание учен. степени д-ра эконом. наук / У. Г. Зиннуров. СПб.: 2006. 28 с.
3. Міжнародна стандартна класифікація освіти / Організація Об'єднаних Націй з питань освіти, науки та культури, 1997.
4. Оболенська Т. Є. Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід: Монографія. Київ: 2001. 208 с.
5. Про освіту. Закон України № 2145-19 від 15.09.2017 р. *Відомості ВРУ*. 2017. № 38-39. URL: <http://www.zakon.rada.gov.ua>.
6. Сміт А. Добробут націй. Дослідження про природу та причини добробуту націй [Текст] / А. Сміт; пер. з англ. О. Васильєва [та ін.] ; наук. ред. Є. Литвин. Київ: Port-Royal, 2001. 594 с.
7. Сон Т. А. Формирование рынка образовательных услуг: URL: www.marketing.spb.ru.
8. Стиглиц Дж., «Экономика государственного сектора», Инфра-М, Москва. 1997 г. 720 с.
9. Чекаловська Г. З. Ефективність функціонування ринку освітніх послуг в Україні: проблеми та перспективи. *Економіка та управління національним господарством*. 2012. № 3. С. 59–64.
10. Ченцов А. О бизнесе образовательных услуг. *Высшее образование в России*. 1999. № 2. С. 120–123.