

«Аналитика», 2005. – 208 с.

10. Алмазов А. А. Фрактальная теория рынка Fogex. – М.: Адмирал Маркетс, 2009. – 291 с.

11. Михайловська О. В. Самоорганізація світового інвестиційного процесу в умовах глобалізації: можливості фрактального аналізу // Актуальні проблеми економіки. – 2009. – №1. – С. 218–228.

12. Воробьев А. Д. Использование фрактальной теории в стратегическом планировании и управлении // Менеджмент в России и за рубежом, 2006. – №1. – С. 178-188.

13. Морозов А. Д. Введение в теорию фракталов. – М.: Институт компьютерных исследований, 2002. – 160 с.

14. Небава М. І. Теорія макроекономіки: навч. пос. для вузів. –

К.: Слово, 2003. – 536 с.

15. Кондратьев Н. Д. Большие циклы конъюнктуры и теория предвидения. Избранные труды. – М.: Экономика, 2002. – 767 с.

16. Шумпетер Й. Теория экономического развития. Капитализм, социализм и демократия / предисл. В. С. Автономова. – М.: ЭКСМО, 2007. – 864 с.

17. Лавров Е. И., Капогузов Е. А. Экономический рост: теории и проблемы: учеб. пособие. – Омск: Изд-во ОмГУ, 2006. – 214 с.

18. Кономалова М. Е. Научно-технический прогресс как структурообразующий фактор воспроизводственного процесса // Проблемы современной экономики. – 2008. – №3 (27). – С. 71–76.

УДК 37.014.5

ОСВІТНІ ПОСЛУГИ В УКРАЇНІ: ЕКОНОМІЧНА ПРИРОДА І СУПЕРЕЧНОСТІ РОЗВИТКУ



Ю.В. Гава, канд. екон. наук

Актуальність теми. У сучасних умовах стабільність функціонування будь-якої економічної системи пов'язана з розвитком системи освіти, яка не лише забезпечує підвищення якісного потенціалу робочої сили, а все більше набуває статусу окремої сфери економіки. Ринок освітніх послуг в Україні розвивається швидкими темпами і пов'язаний зі збільшенням чисельності учнів і студентів, відкриттям нових навчальних закладів. Унаслідок цього зростає роль і значення освітньої сфери України як чинника сталого економічного зростання. Виникає необхідність аналізу не лише кон'юнктури ринку освітніх послуг, а розуміння її економічної природи в цілому.

Деякі освітні заклади вже роблять перші спроби в напрямі визначення власного місця і ролі в системі освітніх послуг. Такий підхід дає змогу навчальному закладу набуті або виокремити ті специфічні можливості, що недостатньо використовуються на ринку. Відсутність орієнтованих на цю сферу діяльності науково-методичних підходів спричинює епізодичне використання окремих елементів у сучасних дослідженнях, що не дає відчутних результатів. У той же час недостатнє вивчення кон'юнктури ринку освітніх послуг призводить у ряді випадків до нераціональних витрат на підготовку фахівців.

Дослідження кон'юнктури ринку освітніх послуг знайшли відображення в наукових працях зарубіжних і вітчизняних учених-економістів: А. Вагнера, П. Гей-

ка, Б. Дейвіса, П. Друкера, В. Зомбарта, В. Н.Зотова, Л. Елісона, Ф. Лассалья, Д. Макдугалла, Д. Маккорта, П. Момберта, М. Портера, В. Репке, А. Бутенка, С. Гаркавенко, В. Карпова, Є. Крикавського, В. Кучеренка, Л. Іванової, А. Панкрухіна, С. Скибінського, В. Сотникова, А. Старостіної, Д. Штефаніча. Проте в працях цих науковців досліджується ринок освітніх послуг у контексті елементів комплексу маркетингу і відповідно до цього аналізується діяльність навчальних закладів. Мало уваги приділяється питанням збалансованості попиту і пропозиції освітніх послуг навчальних закладів. Недостатньо висвітлені фактори, що визначають кон'юнктуру цього ринку, відсутнє прогнозування динаміки розвитку сфери. Все це обумовило вибір теми дослідження, її актуальність, мету і завдання.

Мета роботи – дослідження економічної природи освітніх послуг, визначення закономірностей і особливостей цього розвитку в Україні.

Відповідно до цього поставлені і вирішені такі її завдання:

- визначити економічну сутність освітніх послуг;
- дослідити кон'юнктуру ринку освітніх послуг;
- виокремити й дослідити фактори впливу на попит на освітні послуги.

Виклад основного матеріалу. В умовах перехідної економіки найбільший інтерес для освітніх закладів становить вивчення кон'юнктури ринку і попиту на освітні послуги, оскільки вирішального значення для соціально-культурного і економічного розвитку суспільства набуває входження освіти в систему ринкових відносин. З огляду на це актуальною проблемою є виявлення характеру попиту на освітні послуги.

Створення ринку освітніх послуг є одним із пріоритетів державної політики щодо розвитку освіти нашої держави, проте механізми функціонування

цього ринку потрібно ще вивчати і вдосконалювати, передусім на законодавчому рівні. Суб'єкти, що надають освітні послуги в Україні мають керуватися у своїй діяльності нормативно-правовими актами, зокрема: Конституцією України, Законом України «Про освіту», Законом України «Про вищу освіту» та ін.

Отже, оцінювання попиту на освітні послуги є одним із найбільш пріоритетних питань закладів освіти, вирішення якого надасть можливість вчасно реагувати на зміни в цій сфері, а отже, в майбутньому проводити ефективну цінову політику.

Перехід до ринкових стосунків і трансформація економічної системи України змушують шукати нові інноваційні шляхи її розвитку, у тому числі ринку освітніх послуг. На початку 90-х років ряд дослідників дійшли висновку, що ринкові стосунки необхідно розглядати як «головний елемент, що лежить в основі європейської політики вищої освіти» [1]. Перед економічною теорією, постають питання про значення освіти в нових умовах, взаємозв'язок ринку освітніх послуг з ринком праці, чинники, що впливають на формування попиту і пропозиції на даному ринку та оцінювання попиту на освітні послуги. Вирішення цих питань дасть змогу установам, що надають освітні послуги, здійснювати аналіз ринку освітніх послуг, розробляти різні сценарії його розвитку й відповідно до цього спрямовувати роботу освітнього закладу в напрямі підготовки окремих спеціальностей, а також ефективніше формувати свою цінову політику в умовах конкурентної боротьби за платоспроможного студента.

Розбудова суспільства знань є найважливішим викликом для України XXI сторіччя і має стати національною метою її подальшого розвитку. Поява такого завдання пов'язана як із впливом на розвиток України світових процесів глобалізації, так і з необхідністю формування сучасного інтелектуального потенціалу нації як основи конкурентоспроможності Української держави.

Суспільство знань як нова суспільно-економічна формація держави в XXI ст. залежить від сучасних умов цивілізаційному розвитку. На відміну від інформаційного суспільства, що визначається в першу чергу досягненнями технологій, поняття «суспільство знань» передбачає більш широкі соціальні, етичні і політичні параметри.

Світовим банком пропонується узагальнена методологія оцінювання знань (Knowledge Assessment Methodology), що дає змогу здійснювати міжнародні порівняння розвитку країн безпосередньо за критеріями суспільства знань і економіки знань. Коефіцієнт знань (KI) включає в себе сукупність показників інноваційності економічної системи, рівень освіченості населення і насиченість системи інформаційно-комунікативними технологіями. Коефіцієнт економіки знань (KEI) обраховується на основі коефіцієнта знань

і економічних умов господарювання.

У рейтингу 2008 р. за KEI Україна посіла 51-ше місце зі 140 обстежених країн світу, випередивши Російську федерацію на 10 позицій. Слід також зазначити, що відповідно до оцінки Світового банку за категорією «Освіта» при обрахунку коефіцієнта знань, Україна розташована на 29-й позиції, поступаючись країнам з розвинутою ринковою економікою. Це свідчить, що в Україні досягнуто високий рівень освіченості населення, існує велика частка громадян, які освоїли другий і третій рівні освіти, яка є індикатором зростання попиту на освітні послуги.

Отже, у системі економіки знань одне з провідних місць посідає освіта як джерело інтелектуального потенціалу нації, сфера масової адаптації суспільства до парадигматичних соціокультурних змін і основний засіб індивідуального засвоєння кваліфікаційних навичок. Саме тому для розбудови знанневої економіки необхідно сприяти розвитку освіти, у тому числі й ринку освітніх послуг.

Здійснення економічної реформи в Україні супроводжується поступовим формуванням ринку освітніх послуг. Економічна природа освітніх послуг полягає в тому, що, виступаючи як комплексне благо і будучи інвестиційним товаром, вона виробляється і споживається з метою збільшення людського капіталу [4].

Досліджуючи питання еволюції поглядів учених економістів на роль і значення освіти в розвитку суспільства і людини, була виявлена перша спроба звернути увагу на економічну ефективність освіти Вільямом Петті [2, с. 60], який підрахував цінність населення як складової частини багатства держави. А.Сміт відзначав, що час, витрачений на навчання, є значно продуктивнішим ніж час, коли людина вже безпосередньо використовує в процесі навчання набуті знання, вміння, навички і досвід [2, с. 60].

Варто зазначити, що сам термін «освітня послуга» через свою загальноживаність не отримав однозначного тлумачення і не набув законного статусу, відсутність якого є «кричущою суперечністю» між державним управлінням і ринковими відносинами, адже цей факт означає відсутність того головного законодавства, що регулює відносини продавців і покупців на ринку освіти [3].

Як відзначає М. Матвеев: «...визначити кінцевий результат діяльності вищих навчальних закладів досить важко через специфіку вищої школи. Її кінцеві результати втілюються у зміну якісних властивостей індивіда. Вони мають комплексний характер і відображають тісний взаємозв'язок результатів роботи працівників навчального закладу з чинниками, не пов'язаними з ефективністю функціонування вищих навчальних закладів» [8, с. 13].

Результатом освіти називають «систему знань, умінь і навичок, що передаються людині в процесі навчання» [6, с. 19.]. Тобто йдеться про безпосередне

оцінювання на власне педагогічному рівні кінцевої «продукції» освітньої діяльності на індивідуальному рівні. У праці Б. Гершунського результат освіти «фіксує факт привласнення і державою, і суспільством, й індивідуумом усіх тих цінностей, які з'явилися в процесі освітньої діяльності, що є значущими виходячи з економічного, морального, інтелектуального стану «споживачів продукції» освітньої сфери – держави, суспільства, кожної людини, усієї цивілізації в цілому» [5, с. 83]. На думку Л. Карамушки, кінцевим «продуктом» функціонування освітньої організації є «живий» об'єкт, особистість – соціальна істота, яка включена в суспільні стосунки і є діячем (суб'єктом) цих стосунків [7, с. 45.]. Більшість дослідників [12; 35] вважає, що до продуктів вищої школи не належать ні нові знання і вміння, бо вони не продаються і не купуються, а є надбанням власної праці; ні кваліфікація спеціалістів; ні робоча сила, бо вона теж не продається, продається тільки її послуга – праця, але не навчальним закладом, а безпосереднім носієм робочої сили – людиною.

Таким чином, результатом навчальної, управлінської і фінансово-господарської діяльності навчального закладу є освітня послуга (див. таблицю).

Узагальнюючи ці трактування можна констатувати, що *освітні послуги* – це змішані економічні блага, які надаються індивідууму для задоволення різноманітних освітніх потреб і споживаються ним з корисністю як для себе, так і для суспільства в цілому.

При цьому слід враховувати специфічність освітніх послуг, які:

- є нематеріальними, їх неможливо «відчутти» до моменту придбання. Для більшої наочності вони

можуть бути проілюстровані навчальними планами, програмами, інформацією про методи, форми й умови надання послуг, ліцензії;

- неможливо відділити від суб'єктів, які їх надають, а заміна одного викладача іншим може вплинути на якість освітньої послуги;

- неможливо попередньо заготовити, зберігати в очікуванні підвищення попиту на них;

- відрізняються від процесу реалізації товару тим, що їхнє надання відбувається не одномоментно, а протягом тривалого часу;

- вирізняються тим, що якість послуги може бути оцінена тільки в ході реалізації знань і навичок спеціаліста в практичній господарській діяльності [13, с. 161].

Крім того, ринки освітніх послуг і праці тісно взаємодіють в умовах «економіки знань» і генерації знань в інноваційній економіці, утворюючи нероздільну триаду ринків: знань, послуг і праці [11].

Одного бажання споживача придбати освітню послугу недостатньо, він повинен мати базовий рівень знань, необхідний стан здоров'я, здатність генерувати нові ідеї.

Особливості економічних стосунків щодо освітніх послуг у цілому обумовлені приналежністю їх до різних видів благ, тому їх можна віднести до змішаних видів благ. Це пояснюється наявністю факторів суперництва у споживанні і необмеженістю можливостей використання благ [9]. Освітні послуги у формі суспільного блага приймаються споживачем як безкоштовні і загальнодоступні. Освітні послуги, виступаючи об'єктом купівлі-продажу на ринку, ста-

| Автори, джерело | Визначення |
|-----------------------------|--|
| В. Александров [3] | Освітня послуга – це організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь. 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 |
| Т. Оболенська [12, с. 133] | Освітня послуга - специфічний товар, який задовольняє потребу людини в набутті певних знань, навичок і вмінь для їхнього подальшого використання в професійній діяльності |
| С. Николаєнко [10, с. 10] | Освітні послуги – це не матеріальні, а соціальні блага, система знань, інформації, умінь і практичних навичок, задоволення її різноманітних освітніх потреб і реалізації особистих здібностей їхнього споживача |
| І. Каленюк [6, с. 36] | Освітні послуги або продукт освітньої діяльності є результатом здійснення різноманітної (педагогічної, виховної, наукової, організаційно-управлінської) діяльності працівниками сфери освіти для задоволення освітніх потреб окремих людей і всього суспільства |
| С. Трубич, Т. Майкович [14] | Освітня послуга – це нематеріальна послуга особливого роду як сфера людської діяльності, що створює корисний результативний ефект, не втілений у матеріально-речову форму, його кваліфікаційні і професійні якості |
| В. Огаренко [16, с. 43] | Освітня послуга – освітній товар, що являє собою визначену діяльність, що її здійснює виробник, і в процесі якої відбувається задоволення потреби споживача в освіті |
| С. Кадачников [17, с. 48] | Освітня послуга – це економічне благо, що володіє корисністю з точки зору його споживачів і потребує витрат на своє виробництво |
| О. М. Свінцов [18, с. 41] | Освітня послуга виступає специфічним товаром духовного виробництва, продуктивність якого прямо пропорційна рівню інформаційного насичення в момент споживання |

ють товаром, отже, необхідно визначити, яку форму приймає цей товар [11].

Деякі науковці [9] товаром вищого навчального закладу пропонують вважати освітню програму як комплекс освітніх послуг, спрямованих на підвищення освітнього рівня або на професійну підготовку споживача і забезпечену відповідними ресурсами освітнього закладу. Мотивується це тим, що різні рівні освіти мають і різні освітні програми, які задовольняють різні освітні потреби індивіда – від отримання елементарних знань і навичок у початковій школі для особистого побутового використання – до здобуття фундаментальних знань з метою досягнення певного соціально значущого ефекту (вищий життєвий статус, успішна кар'єра, особистий інтелектуальний розвиток). Освітня програма продається як кожній окремій особі, так і роботодавцю, котрий хоче отримати спеціаліста, що здобув підготовку, тому навчальний заклад виходить на ринок, репрезентуючи її конкурентні властивості.

Як стверджує Григорій Міщенко: «Товаром вищого навчального закладу можна вважати випускника і диплом як документ, що гарантує певні дивіденди від інвестованих матеріальних і моральних зусиль» [9]. На зарубіжних ринках праці часто конкурують саме дипломи. Так, диплом Гарвардського чи Оксфордського університетів має високий рейтинг незалежно від того, що рівень знань його власників різний і від того, чи працює особа за фахом. Ось чому головним ринковим сегментом успішного вищого навчального закладу має бути саме ринок праці, а товаром – дипломований спеціаліст, фахівець у тій чи іншій сфері економіки як результат освітніх послуг, програм і технологій, з яким заклад виходить на ринок кваліфікованої праці. Своїх випускників вищий навчальний заклад має пропонувати безпосереднім роботодавцям: державі, підприємствам, установам тощо через систему інвестування потрібних їм фахівців на основі економічної угоди "гроші-товар". При цьому роботодавець повинен фінансувати не навчання персонально якогось студента (що буде угодою між ними), а взагалі певну кількість спеціалістів.

Отже, процес розбудови суспільства знань пов'язаний з необхідністю формування сучасного інтелектуального потенціалу нації як основи конкурентоспроможності Української держави. Саме тому для створення основаної на знаннях економіки необхідно сприяти розвитку освіти, у тому числі й ринку освітніх послуг. Економічна природа освітніх послуг проявляється в їхньому виробництві і споживанні з метою збільшення людського капіталу, виступаючи при цьому змішаним благом. Термін «освітня послуга» не отримав однозначного тлумачення і не набув законного статусу, проте, проаналізувавши визначення цього поняття, які дають різні дослідники, можна узагальнити, що освітні послуги – це змішані економічні блага, що надаються індивідууму для задоволення його освітніх

потреб і споживаються ним з корисністю як для себе, так і для суспільства в цілому.

При цьому слід враховувати характеристику освітніх послуг та їхні особливості. Вищий навчальний заклад виходить на ринок освіти і на ринок праці з результатами своєї освітньої діяльності – товаром, який набирає форму послуг, програм, курсів тощо, опосередкованими у знаннях, уміннях і навичках випускників, підтвердженими дипломом або сертифікатом.

Ринок освітніх послуг має свої особливості, для виявлення яких необхідно визначити специфічні детермінанти, що впливають на попит і пропозицію.

ЛІТЕРАТУРА

1. Перспективы профессионального образования в Центральной и Восточной Европе: Доклад конференции. Падерборн, 15–17 сентября 1999. – СПб., 2000. – 112 с.
2. *Петти У.* Экономические и статистические работы. – М.: Соцэкгиз, 1940. – С.60.
3. *Александров В.* Освітня послуга // Економіка України. – 2007. – №3 – С. 53–60.
4. *Гаращук О.* Детермінанти ринку освітніх послуг // Вісник ТДЕУ. – 2006. – №2.
5. *Гершунский Б. С.* Философия образования для XXI века. – М.: Изд-во «Совершенство», 1998. – 608 с.
6. *Каленок І. С.* Економіка освіти: Навч. посіб. – К.: Знання України, 2003. – 316 с.
7. *Карамушка Л.* Принцип гуманізації управління як один з провідних принципів освітнього менеджменту // Освіта і управління. – 2002. – Т.5. – №4. – С. 41–57.
8. *Матвеев М. Я.* Методология та організація маркетингового менеджменту в сфері вищої освіти: Монографія. – Тернопіль: Економічна думка, 2005. – 560 с.
9. *Міщенко Г.* Маркетинг і вища освіта // Вісник Книжкової палати – №8 – 2004.
10. *Николаєнко С.* Рейтингові системи – складові національного моніторингу якості вищої освіти // Вища школа. – 2007. – №4. – С. 3–14.
11. *Николаева Е. М.* Формирование рынка образовательных услуг и его регулирование // Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – М., 2006. С. 13 – 20.
12. *Оболєнька Т. Є.* Маркетинг освітніх послуг: вітчизняний і зарубіжний досвід: Монографія. – К. 2001. – 208 с.
13. *Чухно А. А.* Постіндустріальна економіка: теорія, практика та їх значення для України. – К.: Логос, 2003. – 631 с.
14. *Трубич С., Майкович Т.* Формування та розвиток ринку освітніх послуг як передумова входження України в ЄС (деякі підходи до уточнення понятійного апарату дослідження) // Вісник ТАНГ. – 2003. – №5–1. – С. 145–150.
15. *Шпотенко В. Д.* Методика визначення плати за навчання студентів у вищих навчальних закладах // Фінанси України. – 2003. – № 7. – С. 43–50.
16. *Огаренко В. М.* Державне регулювання діяльності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг: Монографія. – К.: НАДУ, 2005. – 326 с.
17. *Кадачников С. М.* Особенности высшего образования как экономического блага и некоторые практические следствия этих особенностей // Университетское управление. – 2001. – № 2 (17). – С. 48–49.
18. *Свинцов О. М.,* Проблемы современной экономики и институциональная теория: сб. научн. тр. // ДоНТУ: Серия Экономика, Вып. 89–3. – С. 40 – 45.