

## ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

© Свінцов О.М., 2004

**Розглядаються ознаки такого продукту інтелектуально-духовного виробництва, як освітня послуга, яка є об'єктом ринкових відносин у сфері освіти та одним із джерел фінансування ВНЗ. Висвітлюються особливості та структура ринкової ціни на платні освітні послуги в освітніх закладах.**

**The features of such a product of an intellectually-spiritual production as educational service, which is an object of market relations in the educational sphere and one of the sources of HEE (Higher Educational Establishments) financing are examined. Peculiarities and structure of the market price for payed educational services in educational establishments are described.**

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок з науковими та практичними завданнями.** Сучасна західна цивілізація (англосаксонська океанічна та західноєвропейська континентальна субцивілізації) розвинулася завдяки техногенезу, впровадженню технологічних інновацій, що дало їй змогу стати світовим лідером у площинах економічній, політичній та мілітарній. Останні два десятиліття на Заході та деяких країнах Південно-Східної Азії відбувається становлення так званих постіндустріальних економічних систем, де основою створення нових робочих місць і вищого рівня життя населення є інновації, нові технології, інтегровані у продуктах і службах, а високе економічне зростання є наслідком екстенсивного використання інформаційних технологій. Інформаційні технології, разом із своєю інфраструктурою, акумулюються своєрідним "колективним мозком" того чи іншого суспільства, або інтелектуальним капіталом нації. Розвиток інформаційно-інноваційних технологій висунув сферу науки і освіти як необхідну і пріоритетну передумову еволюції постіндустріальних суспільств. Освітній комплекс став невід'ємною частиною національної економічної системи, що формує передумови становлення інформаційно-енергетичного ресурсу нації і є основним критерієм цивілізаційного виміру економічного розвитку. Увага суспільства до освіти сприяє входженню освітнього комплексу у систему ринкових відносин, де формується особливий вид товару – освітня послуга. Ринок освітніх послуг являє собою ринкову інституцію у формуванні людського капіталу, втіленого у працівниках у вигляді їх досвіду, знань, навичок і здібностей, а також у їх загальній культурі, моральних цінностях і т.п.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв'язання даної проблеми.** Ринок освіти як структурний компонент кожної національної ринкової системи, містить усі передбачені ринкові категорії:

- попит – форму вираження потреб індивідів та суспільства в освітніх послугах;
- пропозицію – обсяг освітніх послуг, що їх створює і надає професорсько-викладацький склад;
- ціну – компромісну угоду суб'єктів обміну, що реалізується у вигляді плати за надану послугу – знання;
- товар – об'єкт акту обміну на ринку освіти у формі освітньої послуги.

Ринок освіти можна визначити як сукупність правових, фінансово-економічних, соціально-освітніх, організаційно-методичних, інформаційних відносин, що складаються між виробниками і

споживачами освітніх послуг і реалізуються через механізм обміну. Ринок освіти, як і будь-який інший вид ринку, функціонує завдяки вмонтованому механізму регулювання реалізації угод обміну. З цього погляду ринок освіти є сукупністю нормативно-законодавчих, морально-етичних, культурологічно-ціннісних, інших інституційних обмежень здійснення угод, пов'язаних з реалізацією освітніх послуг. [6, с. 186].

**Цілі статті.** 1. Тлумачення поняття “освітня послуга”. 2. Визначення ознак освітніх послуг. 3. Аналіз структури цін на платні освітні послуги в освітніх закладах.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Об'єктом ринкових відносин у сфері освіти є освітня послуга – продукт інтелектуально-духовного виробництва, вартістю і споживною вартістю якого є інформація. Суб'єктами ринкових відносин, пов'язаних з реалізацією освітньої послуги, є: з одного боку – покупці, з іншого – продавці. Покупцями освітньої послуги є: учні, студенти, різні категорії населення, що підвищують кваліфікацію, громадські організації тощо. Продавцями, в свою чергу, є: заклади освіти усіх рівнів, органи держуправління і місцевого самоврядування, громадські організації, міжнародні інституції, окремі фізичні і юридичні особи та ін. Як зауважив Р. Патора [4], в умовах інформатизації і глобалізації заклади освіти обслуговують потреби двох ринків: на ринку освіти реалізують освітні послуги, які споживають учні, студенти, доросле населення, а на ринку праці споживачами освітньо-наукової продукції закладів освіти є підприємства і організації різних форм власності [4, с. 8].

Поняття освітньої послуги є первинним структурним елементом ринку освіти, на якому пропозиція являє собою:

- продукцію науково-технічного спрямування;
- інтегровану продукцію на базі науково-технічної продукції та освітньої послуги;
- навчально-методичну продукцію тощо [4, с. 32].

Освітня послуга, як і будь-який інший вид послуги в економічних відносинах між людьми, являє собою вигоду, якою обмінюються суб'єкти економіки, але привласнення освітньої послуги є невідчутним через відсутність речовинної форми даного виду товару. Невідчутність освітньої послуги ще проявляється в тому, що у споживача відсутній образ даного виду товару, тобто економічний ефект привласнення-споживання настає лише у момент надання, а до того доцільно-образна спонукальна мета для покупця освітньої послуги має суб'єктивний та нечіткий характер. Це, у свою чергу, ускладнює вибір ВНЗ, а тому ВНЗ зобов'язані рекламувати пропозицію своїх освітніх послуг, формуючи позитивно-спонукальну думку в соціумі.

Освітня послуга – це економічна категорія, що опосередковано впливає на інфраструктуру економічної системи, значною мірою зумовлюючи як економічний розвиток, так і економічне зростання у тій чи іншій країні. Із економічної теорії відомо, що характер та еластичність попиту в ринковій економіці визначають структуру національного виробництва, є індикатором ресурсно-фінансових потоків між галузями національного господарства. Належне функціонування тієї чи іншої галузі передовсім залежить від кваліфікації робочої сили, від достатньої кількості спеціалістів-новаторів, економічно адаптованих до вимог часу, навички яких адекватні рівню техногенезу на сучасному його етапі. Стрімкий та невпинний розвиток НТР і НТП ущільнює цикл функціонування основного капіталу, а тому те, що вчора було інновацією, сьогодні – морально застаріла технологія. Це, у свою чергу, спричиняє постійний та зростаючий попит на відповідні освітні послуги. Однак, невідчутність освітньої послуги, як ми вже наголошували, певною мірою бентежить суспільство через невпевненість у відповідності інформаційного забезпечення доцільно-образній меті. Механізмом розв'язання цієї суперечності може бути таке явище, як ліцензування освіти – видачі ліцензії на право ведення освітньої діяльності і встановлення державного рівня акредитації навчального закладу, на основі якого ВНЗ видають відповідного державного зразка дипломи – формальне підтвердження набутих знань. Видача диплому про закінчення ВНЗ, тим не менше, не вичерпує потребу подальшого споживання інформації у формі освітньої послуги. Обсягу знань, здобутих за час навчання,

спеціалістові у сучасних умовах вистачає на декілька років, після чого перед індивідом постає об'єктивна потреба у підвищенні кваліфікації. Постійна зміна кон'юнктури на ринку праці є фактором еластичності попиту на той чи інший вид освітньої послуги, а це, в свою чергу, посилює конкурентний характер освіти, найперше – зміну інформаційно-інноваційного наповнення освітньої послуги, тобто якісну динаміку пропозиції освітніх послуг у різних ВНЗ. Для цього необхідно проводити прискіпливий підбір професорсько-викладацького складу ВНЗ для підвищення якості освітніх послуг, сприяти розвиткові матеріально-технічної бази закладів освіти, що дасть практичні навички студентам, підвищивши тим самим їх майбутню конкурентоспроможність на ринку праці. Ці два вказані фактори забезпечують відповідний позитивний ефект від послуги у вигляді набутих знань, котрі є сучасним критерієм товару – робоча сила, а в соціальній площині є інформаційно-енергетичним ресурсом розвитку суспільства.

Освітня послуга як товар має ознаку імманентності, але, на відміну від інших видів послуг, в тому числі і послуг інформаційного характеру, корисний ефект від освітньої послуги не зникає в момент її надання, а консервується та примножується в пам'яті споживача, кристалізує той сукупний обсяг специфічної інформації, який у майбутньому буде товаром для ринку і способом існування – для людини. А фактор недовговічності освітньої послуги, її незбереженість для подальшого використання має свій позитивний момент в тому, що акт обміну освітньою послугою між викладачем і студентом є не лише інформаційним обміном, а й актом творчим і духовним. Творчий аспект полягає у неповторності відтворення освітньої послуги у кожен наступний момент часу, пов'язаний із особливостями психоінформаційної атмосфери в аудиторії, контекстом соціального часу, домінацією тих чи інших інституцій тощо. Духовний аспект полягає в енергетично-польовому контексті обміну, де живе слово лектора формує не лише сукупність раціональних імперативів поведінки слухачів, а, перш за все, формує абстрактно-чуттєвий світ естетичних смаків, етичних норм, витонченості бажань, які, пройшовши крізь раціональну компоненту людської свідомості, стають доцільно-образною метою того чи іншого трудового процесу, де основним критерієм виступатиме інноваційність. Саме тому освітня послуга, як і твір мистецтва, є результатом інтелектуально-духовного виробництва, але, на відміну від творів мистецтва, має не суб'єктивний, а об'єктивний аспект своєї корисності, бо є продуктом інвестиційним – виступає як першооснова інтелектуального капіталу. Іманентність освітньої послуги має ще й ту особливість, що вона нівелює розрив у просторі і часі у динаміці виробництва-споживання. У момент свого безпосереднього надання освітня послуга реалізує свою корисність як споживче благо, але як благо інвестиційне освітня послуга реалізує свою корисність у майбутньому, тобто освітня послуга як товар має два рівні цінності: споживчу та інвестиційну.

У сучасній науковій літературі виділяють такі ознаки освітніх послуг:

- невідчутність;
- відсутність речової форми;
- непостійність якості;
- неможливість відокремлення від виробника;
- суміщення в часі і просторі їх виробництва і споживання;
- незбереженість та ін. [4, с. 35].

У новітніх умовах освітня послуга як певний обсяг інформації фіксується на певному матеріально-конструктивному носії для збереження, передачі і відтворення знань у просторі і часі. Йдеться про так зване дистанційне навчання, де необхідна освітня послуга міститься на відповідних електронних носіях. Дистанційне навчання, на відміну від традиційного, виключає можливість живого спілкування між викладачем і студентом, тобто нівелюються духовні фактори навчального процесу. В усі часи вчитель був взірцем для учня, кристалізуючи своєю поведінкою не лише інтелект, а й волю, смаки, етико-естетичні запити молодої людини, тобто вчитель формував учня (студента) як соціально орієнтованого індивіда із власною системою цінностей, що сповідувала не меркантильні, а високі ідеали. Саме ця особливість традиційної освіти забезпечить їй домінування у майбутньому, хоча в силу розвитку інформаційних технологій, можливості

під'єднання до світової електронної мережі традиційне навчання все більше міститиме техногенну компоненту. А це, в свою чергу, ускладнить сам процес навчання – підвищить вимоги до професорсько-викладацького складу щодо їх фаховості не лише у царині своєї галузі науки, а й у сфері інформаційних технологій; актуалізує проблему ресурсного забезпечення і, звичайно, загострює фінансові аспекти.

Ускладнення фінансового механізму системи освіти проявляється у дедалі більшому розширенні джерел фінансування на кожному рівні загальноосвітньої та професійної підготовки. Диверсифікація джерел фінансування освіти – проблема №1 функціонування освітнього комплексу як розвинутих країн світу, так (і особливо) постсоціалістичних країн Східної Європи. Згідно із статтею 61 п. 4 Закону України “Про освіту” позабюджетними джерелами фінансування освіти є:

- кошти, одержані за навчання, підготовку, підвищення кваліфікації і перепідготовку кадрів відповідно до укладених договорів;
- плата за надання додаткових освітніх послуг;
- кошти, одержані за науково-дослідні роботи, виконані закладами освіти на замовлення підприємств, установ, організацій та громадян;
- доходи від реалізації продукції навчально-виробничих підприємств, цехів і господарств, від здачі в оренду приміщень, споруд, обладнання;
- дотації з місцевих бюджетів;
- валютні надходження;
- кредити і позики банків, дивіденди від цінних паперів та доходи від розміщення на депозитних вкладах тимчасово вільних позабюджетних коштів;
- добровільні грошові внески, матеріальні цінності, одержані від підприємств, установ, організацій, окремих громадян.

Серед додаткових (позабюджетних) джерел ресурсного забезпечення підготовки кадрів найчастіше спостерігається сьогодні надання навчальними закладами платних послуг, які можна класифікувати так:

1. Освітні послуги:
  - навчальні курси за “вузькими” та унікальними спеціальностями;
  - підготовка спеціалістів на замовлення фірм;
  - підготовка до виду діяльності в конкретному регіоні;
  - підготовчі курси для абітурієнтів.
2. Експертні послуги.
3. Інформаційні послуги.
4. Дослідницькі послуги.
5. Проектні послуги.
6. Організаційні послуги.

Детальний перелік платних послуг, які можуть надаватися державними закладами у різних сферах діяльності, затверджений відповідною Постановою Кабінету Міністрів України від 20. 01. 1997р. №38 [9]. Порядок надання платних послуг державними навчальними закладами затверджений наказом Міністерства освіти, Міністерства фінансів та Міністерства економіки України від 27. 10. 1997 р. № 383/239/131. Метою цінової політики державних ВНЗ є формування позабюджетних ресурсів для забезпечення належного рівня фінансування процесу підготовки фахівців, постійного вдосконалення статутної освітньої діяльності. Оскільки вища освіта – це стабільно висока і постійно зростаюча потреба громадян і суспільства загалом, то вартість навчання, його ринкова ціна формується як компроміс ціни попиту і ціни пропозиції. На конкурентному ринку покупець освітньої послуги вибирає такого продавця – навчальний заклад, який, на його думку, здатний дати йому вищу освіту належної якості за прийнятну ціну.

В Україні для успішного формування ринку освітніх послуг слід утвердити чітку законодавчу базу функціонування як комерційних, так і державних структур. Структуру ціни на освітні послуги можна зобразити у вигляді таблиці:

## Структура ціни на платні освітні послуги

Пункти статей	Назва статті витрат
П.1	Заробітна плата: - основного персоналу (професорсько-викладацький склад, вихователі, вчителі); - допоміжного персоналу (лаборанти, технічні працівники); - іншого персоналу
П.2	Резерв на оплату чергових відпусток
П.3	Заробітна плата (п.1 + п.2)
П.4	Нарахування на заробітну плату (п.3 × 37,5%)
П.5	Матеріали
П.6	Витрати на харчування (у школах, гімназіях, ліцєях, приватних дитячих садках)
П.7	Амортизація обладнання
П.8	Витрати на придбання обчислювальної, комп'ютерної та копіювальної техніки
П.9	Господарські витрати (комунальні витрати, поточний ремонт приміщень, ремонт обладнання та інвентаря, витрати на технічне обслуговування)
П.10	Витрати (п.3 + п.4 + п.5 + п.6 + п.7 + п.8 + п.9)
П.11	Прибуток (п.10, помножений на визначений навчальним закладом відсоток і на коефіцієнт X)
П.12	Разом (п.10 + п.11)
П.13	Відрахування в інноваційний фонд (від п.12)
П.14	Собівартість (п.10 + п.13)
П.15	Ціна без ПДВ (п.11 + п.14)
П.16	ПДВ (п.15 × 0,2)
П.17	Ціна з ПДВ (п.15 + п.16)

Коефіцієнт X підвищує або знижує частку прибутку у ціні освітньої послуги, на який впливають такі фактори:

- рейтинг закладу, його імідж і престижність;
- місцезнаходження закладу (периферія, столиця, велике місто, невелике місто, сільська зона);
- місцезорозташування закладу (центральна частина міста чи околиця);
- наявність аналогічних закладів у тому чи іншому регіоні, місті;
- кількість учнів чи студентів;
- тип, вид закладу (школа, гімназія, ліцей, приватний дитячий садок, ВНЗ);
- статус закладу (державний, недержавний);
- великий, середній, невеликий освітній заклад [7, с. 72–73].

Однак основним компонентом ціни на освітні послуги є заробітна плата професорсько-викладацького складу. Розмір заробітної плати має прямо залежати від рівня підготовки професорсько-викладацького складу, чим створюється матеріальна зацікавленість для вдосконалення та якості освіти, оскільки освітні послуги тісно пов'язані з функціонуванням ВНЗ.

**Висновки.** Отже, підсумовуючи, можна так визначити поняття освітньої послуги: освітня послуга – це обсяг навчальної та наукової інформації, який у процесі навчання модифікується у певну сукупність знань для задоволення потреб фізичних та юридичних осіб у загальноосвітній, професійно-кваліфікаційній підготовці, перепідготовці, навчанні впродовж життя [4, с. 36].

1. Норт, Даялас. Інституції, інституційна зміна і функціонування економіки. – К.: Основи, 2000. – 198с. 2. Скаленко О. Глобальні резерви поступу. – К.: Основи, 2000. – 394с. 3. Філіпенко А.С. Цивілізаційні виміри економічного розвитку. – К.: “Знання України”, 2002. – 190с. 4. Патора Р. Ринок освіти в системі кадрового забезпечення стратегічного розвитку країни. – Львів, Видавництво Національного університету “Львівська політехніка”, 2002. – 338с. 5. Каленюк І.С. Освіта в економічному вимірі: потенціал та механізм розвитку. К.: ТОВ “Кадри”, 2001. – 326с. 6. Сидоренко О.Л. Приватна вища школа: шляхи України у світовому вимірі. – Харків: Основа, 2000. 7. Казнова М.І. Ціна на послуги в освітніх закладах // Фінанси України.– 2001. – №3. – С. 69–73. 8. Лагутін В.Д. Фінансові проблеми платного навчання у державних вищих закладах освіти // Фінанси України.– 1998. – №12. – С. 95–99. 9. Перелік платних послуг, які можуть надаватися державними навчальними закладами: Затв. Постановою КМУ від 20.01.97 р. №38 // Офіційний вісник України. – 1997. – №4. – С. 30–34.