УДК 351.851: 37.014.5(477)

І. І. Мусієнко,
к. військ. н., доцент, Інститут підготовки юридичних кадрів для Служби безпеки України Національної юридичної академії України ім. Я. Мудрого

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНА СУТНІСТЬ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ЯК ОБ'ЄКТА ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ

Визначено сутність поняття "послуга". Обгрунтовано особливість освітньої послуги вищої школи, як можливість і необхідність активної творчої участі в цьому процесі її споживача.

Essence of concept is certain "favour". The feature of educational favour of high school is grounded, as possibility and necessity of active creative participation in this process of its user.

Ключові слова: державне управління, освітня послуга, розвиток сектора, соціально-економічний аспект.

ВСТУП

В умовах ринкової економіки розвиток сектора освітніх послуг, в тому числі освітніх послуг, що надаються вищою школою, є життєво важливим завданням і необхідним елементом задоволення потреб економіки, держави й суспільства у висококваліфікованих фахівцях.

У науці й на практиці склалося стійке поняття "сфера послуг", яким ми будемо користуватися надалі.

Усяка властивість відносна й не існує поза відносинами до інших властивостей і речей. Тому є принциповою обставина, що властивості проявляються в процесі або взаємодії предметів, явищ або в їхньому зіставленні. У зв'язку із цим властивості ОП (освітніх послуг) взагалі, і ОП, що надаються вищою школою, зокрема, нами також розглядаються в порівнянні її з іншими явищами, іншими послугами. При цьому ми розглянемо досить обмежене коло властивостей ОП вищої школи, що включає як загальні, так і специфічні з них. Властивості ОП аналізуються нами в соціально-економічному аспекті прояву, що в цей час особливо важливо для розуміння місця й ролі вищої освіти в ринковій економіці.

АНАЛІЗ ОСТАННІХ НАУКОВИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Питанням соціально-економічного розвитку ринку освітніх послуг присвячено велику кількість наукових досліджень вітчизняних вчених, таких як Акмаєв А.І., Астахов В.В., Астахова В.І., Батченко Л.В., Дмитриченко Л.І., Кратт О.А., Дубницький В.І., Лук'янченко Н.Д., Мартякова О.В., Новикова О.Ф., Оболенська Т.Є., Борецька Н.П., Патора Р., Решетнікова І.Л., Коврига О.В. та інших.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

— визначити сутність поняття "послуга";

— обгрунтувати особливість освітньої послуги вищої школи як можливість і необхідність активної творчої участі в цьому процесі її споживача.

РЕЗУЛЬТАТИ

Виділимо недостатню термінологічну чіткість відносно самого поняття "послуга". Так, здавалося б "усталені" у науці основні, взаємозалежні поняття "продукт", "товар", "послуга" навіть у довідковій літературі мають тією чи іншою мірою різні трактування. В "Економічній енциклопедії" [5] ці терміни визначаються в такий спосіб:

— продукт — речовинний або нематеріальний результат людської праці (предмет, наукові відкриття, ідея);

— товар — матеріальний виріб, що пропонується ринку з метою його придбання, використання або споживання;

— послуги — робота, що виконується на замовлення й не призводить до створення самостійного продукту, товару.

А в "Економічному енциклопедичному словнику" [6] ці терміни трактуються так:

— продукт економічний — продукт функціонування людської праці, господарської діяльності, втілений у матеріально-речовинній формі (продукт матеріальний), у духовній, інформаційній формі (продукт інтелектуальний) або у вигляді виконаних робіт і послуг;

— товар — продукт праці, призначений для обміну шляхом купівлі — продажу;

— послуга — трудова, доцільна діяльність, результати якої виражаються в корисному ефекті, що задовольняє які-небудь потреби людей. З погляду витрат праці розрізняють послуги матеріального характеру й нематеріальні (чисті). До перших відносяться ті їхні види, на виробництво (надання) яких витрачається праця, націлена на реалізацію процесів обміну, розподілу або споживання готових продуктів, тобто, що не створює матеріальних благ, а здійснюють функції з доведення продуктів, створених у процесі виробництва, до споживачів і по обслуговуванню процесу їх споживання. Під нематеріальними (чистими) послугами розуміється частка витрат праці, яка не має предмет-

ної форми й не входить складовою частиною у вартість якого-небудь товару.

Розглянемо більш докладно думки й підходи до розуміння послуги, її характеристик. Одна з устояних характеристик послуги сформульована А.Ф.Мельником: "Послуга — це вид діяльності, робіт, у процесі виконання яких не створюється новий матеріально-речовинний продукт, що раніше не існував, але змінюється якість уже наявного, створеного продукту" [4, с. 21]. Тому головна особливість послуги — надання благ не у вигляді речей, а у формі діяльності, що видозмінює наявну річ, продукт.

Ф. Котлер відзначає, що "послуга — будь-який захід або вигода, яку одна сторона може запропонувати інший і які здебільшого невловимі й не призводять до заволодіння чимнебудь. Виробництво послуг може бути, а може й не бути пов'язане з товаром у його матеріальному виді".

Послуга визначається і як особливий вид споживчої вартості, що існує у формі корисної діяльності, що задовольняє які-небудь потреби людини, суспільства. При цьому вона розглядається як споживча вартість, яка споживається в процесі виробництва [8, с. 138].

"Послуга в якості основної сутнісної ознаки й невід'ємного свого атрибута містить у діалекті свого буття єдиний процес виробництва й персонального суб'єктивного споживання. Відчутного, упредметненого продукту виробництва споживач не отримує", — говориться авторами. Виділяючи далі за функціональною спрямованістю різні сектори послуг — орієнтовані на виробництво, на суспільство, на домашнє господарство, послуги особистого характеру, — автори розглядають їхню роль як таку, що забезпечує, але не виробляє. Істотним при цьому видається зауваження авторів про те, що в чистому виді існує небагато видів послуг, які формують винятково певний за функціональною спрямованістю сектор. Що стосується соціально-культурних послуг — освіти, культури, охорони здоров'я, а також науки, наукового обслуговування, — то ці послуги багатофункціональні. На сучасному етапі цивілізації вони більшою мірою орієнтовані на інтереси суспільства й виробництва, ніж на особисті інтереси.

З наведених характеристик послуги випливають наступні її властивості:

— у процесі виробництва послуги новий матеріально-речовинний продукт не створюється, але змінюється якість вже наявного, створеного (основна, сутнісна властивість);

— саме виробництво послуг може бути, а може й не бути пов'язане з матеріальним продуктом;

— послуги є невловимими, невіддільними від джерел, що й не зберігаються, отже, не накопичуються (додамо, щоо мова йде про виробництво послуг, а не про результат);

— послуга має характер споживчої вартості у формі корисної діяльності, яка саме на ринку є товаром.

Відзначимо також, що послуга реалізує корисну дію живої праці, спрямовану не на зовнішнє, стосовно людині, а на саму людину. Цією особливістю вже переважно визначається й виробництво, і споживання послуг. Наведений комплекс властивостей становить основні ознаки послуги в системі понять: "праця — продукт — товар". Але є й трохи інші позиції. Так, зіставлення властивостей товару й послуги в роботі (під словом товар у мається на увазі продукт у матеріально-речовинній формі) дається в наступному вигляді.

Товари: відчутність; матеріалізація в предметі; можуть накопичуватися; виробництво й розподіл окремі від споживача; споживач не бере участі у виробництві; передача власності.

Послуги: невідчутність; процес, діяльність; не можуть накопичуватися; виробництво й споживання здійснюються одночасно; споживач бере участь у виробничому процесі; немає передачі власності.

Відзначимо що властивість невідчутності послуги є дискусійним. Але, по-перше, мова йде не про всі, а про більшість видів послуг. По-друге, за відчутність послуги найчастіше сприймається не сам процес її здійснення, а супровідні йому зовнішні явища, форма проведення процесу. Отже, є достатні підстави для класифікації освітніх послуг як невловимих.

Можна, звичайно, вважати відчутною послугу, наприклад, масажиста або хірурга. Але це все-таки більше відноситься до тієї ж форми, у якій здійснюється послуга, а не до її сутнісного змісту.

З даного приводу в літературі є точки зору [9, с. 16], що виходять з класифікації послуг з ознаками відчутності: "послуги, відчутні" і "послуги невловимі":

— відчутні дії, спрямовані на тіло людини (охорона здоров'я, ресторани, кафе);

— відчутні дії, спрямовані на товари й інші фізичні об'єкти (ремонт і утримання устаткування, охорона, пральні, хімчистки);

— невловимі дії, спрямовані на свідомість людини (освіта, радіо, телевізійне віщання, театри, музеї);

— невловимі дії з невловимими активами (банки, страхування).

Автор, що цитується вище [9, с. 17], далі говорить про те, що невловима природа послуги ускладнює процес споживчого вибору. Корисність послуг оцінюється споживачем після їхнього виробництва, а завчасно споживач не може знати про споживчі властивості послуги у зв'язку з її невідчутністю. У споживача існує можливість тільки непрямої оцінки результатів послуги з аналогії, на основі думки інших споживачів і за допомогою рекламного образа. Це ми мали на увазі, коли говорили про те, що в режимі обміну на ринок надходить процес виробництва послуги, але не продукт. З невідчутністю послуг зв'язані неможливість їх зберігання й транспортування, локальність ринку послуг.

Послуга, як правило, невіддільна від її виробника, і сфера послуг представляє широке поле особистих контактів виробника й покупця послуг. З ростом персоніфікації й індивідуалізації запитів на послуги, з ускладненням асортиментів послуг значення особистих контактів зростає, підвищується також роль кваліфікації виробника послуг.

У зв'язку з існуванням багатьох послуг у вигляді живої людської діяльності, участю людини як суб'єктивного, а не технічного фактора системи не існує надійної гарантії сталості якості послуги. Якісні характеристики послуги можуть варіюватися у великому діапазоні. Усі ці характеристики послуг показують складність і деяку "хибкість" формалізації їх сутності й властивостей.

Дотримуючись думки про те, що освітні послуги можуть і повинні в цілому відповідати загальним властивостям послуги взагалі, ми, проте, вважаємо, що при цьому потрібно більш повно й чітко розуміти специфічні особливості властивих ОП властивостей.

Загалом можна сказати, що ОП виступає як специфічна форма діяльності навчальної установи (школи, технікуму, училища, коледжу, вузу, курсів, т.п.), персоніфікацію цієї діяльності педагогічним персоналом, спрямованої безпосередньо на людину, що одержує цю послугу, що і є кінцевою метою, створення певного, що визнається суспільством або окремою особою, корисного ефекту спочатку у вигляді розвитку особистості і її професійних якостей з наступною реал-

ізацією їх у трудовій діяльності. Таким чином, результат ОП — формування або розвиток інтелектуального, включаючи професійний, або когнітивного потенціалу її споживача. При наданні й користуванні ОП відбувається оволодіння знаннями, вироблення навичок, умінь і інших якостей, необхідних людині в контексті обраного нею професійного напрямку, удосконалення моральних і фізичних можливостей.

У науковій літературі, не говорячи вже про повсякденну практичну термінологію, під терміном "послуга" (освітня) багато хто розуміє діяльність навчального закладу (без необхідного обліку персоніфікації цієї діяльності навчальним персоналом). Тому дуже поширене словосполучення "навчальний заклад надає послуги з підготовки...". У цьому випадку зміст у тому, що навчальний заклад проводить підготовку працівників, у той час як безпосередньо послуга — це процес навчання.

Слід зазначити органічну, внутрішню двоєдину сутність ОП вищої школи, що виступає одночасно як економічна і як педагогічна категорія. У цьому полягає одне з основних властивостей ОП, у тому числі, що надаються вищою школою. З позиції педагогіки освіта — це тріада дидактичних складових: зміст — процес — результат. Саме процес передачі культури, соціально значимого суспільного досвіду від людини до людині відбувається в режимі виробництва й споживання ОП, тобто у формі педагогічної дії — процесу навчання.

Ситуацію з нечіткістю підходу до розуміння ОП ми можемо відзначити й у випадку розгляду її як "освітнього товару", без яких-небудь уточнень з приводу подібності й відмінності цих термінів. Більш дискусійними є наявні погляди на можливість розгляду послуги у вигляді користування "упредметненим продуктом". Ми вже відзначали, що, наприклад, ОП деякі дослідники розуміють використання в навчальному процесі технічних засобів. Але вже обгрунтоване положення, що виробництво послуги може відбуватися з використанням технічних засобів. Це ж відноситься до ОП. Однак сутність послуги від цього не міняється. Технічні (та інші, що застосовуються в навчальному процесі) засоби лише беруть участь у процесі надання послуг, сприяють йому, але послугу самі по собі не виявляють.

Відзначимо ще деякі підходи до визначення ОП, її властивостей. Так, Андрущенко В. стверджує, що освітні послуги "...являють собою систему знань, умінь і навичок, які використовуються з метою задоволення різноманітних освітніх потреб особистості, суспільства, держави". У свою чергу, Грішнова О. пише: "Під освітніми послугами розуміється обсяг навчальної й наукової інформації як сума знань загальноосвітнього й спеціального характеру й практичні навички, передані особистості по певній програмі". Основними властивостями ОП є: нематеріальний характер; невіддільність від суб'єкта надання; активна участь суб'єкта споживання в процесі надання послуги; неоднорідність і мінливість якості; інерційність у прояві корисного ефекту; централізованість надання; правова регламентованість; підвищена інтелектуальність.

Виходячи з вищевикладеного, ОП виражає відносини між її виробниками й споживачами, тобто відносини між людьми в процесі виробництва й споживання цього специфічного блага. Таким чином, ОП розглядають і як процес передачі, і як процес одержання інформації і її освоєння, тобто з позицій їх виробника й споживача, і в тому, і в іншому випадку з урахуванням результату у вигляді розвитку особистості. У цілому, можна погодитися з наведеними положеннями, однак вони не повністю розкривають сутність цих властивостей. Так, слід зазначити, наприклад, властивість невідчутності ОП. Читання лекції викладачем здійснюється шляхом його мовлення, що супроводжується певною жестикуляцією. Але сутність лекції полягає в передачі інформації й одночасному її сприйнятті тими, кого навчають. А сам процес суб'єкт-суб'єктного інформаційного контакту навряд чи можна представити відчутним. До того ж мало відчутний і моментний результат самого процесу — освітній розвиток того, хто навчається, який виявиться або не виявиться тільки з часом [2, с. 17].

Дійсно, як можна сприйняти яку-небудь дію, процес праці, що представляють корисність, без можливості, як говориться, "пощупати" фізично або подумки і оцінити дане питання, що знаходить відповідь, як ми відзначали, більш на рівні абстракції, на почуттєвому рівні, що недостатньо переконливо. У літературі є цікаві підходи до переходу від абстрактного до почуттєвого усвідомлення цієї властивості ОП, наприклад, за рахунок її візуалізації. Мається на увазі, що фантом матеріальності ОП можна створити за допомогою барвисто оформлених буклетів і рекламних проспектів, демонстраційних комп'ютерних версій і навчально-методичних засобів, що формують у потенційного клієнта сприйняття даної послуги. Це дозволяє створити образ, почуттєве сприйняття ОП як до її надання, так і в процесі виробництва й споживання.

Є певна особливість оцінки ОП з різних позицій — виробника й споживача.

З позицій виробника виробництво ОП поєднує, з одного боку, високий рівень індивідуалізації в силу особливої індивідуальності кожної окремої людини, що створює ОП й, з іншого боку — гетерогенність послуг. Природа ОП така, що для "освітнього виробництва" характерна перевага екстенсивних форм розвитку, що, звичайно, зумовлює певну специфіку характеру її виробництва. Однак поняття "перевага" — лише кількісна, а не якісна характеристика специфіки послуги.

Певну специфіку мають властивості ОП з погляду виробництва й споживання їх в умовах ринку, розуміння ознак ОП як товару. Зркрема, вона (як і деякі інші послуги соціально-культурного призначення) залежно від соціальної орієнтації держави продається або надається користувачеві безкоштовно. У випадку продажу ОП може розглядатися з позиції товару стосовно до ринкової економіки. Стосовно таких послуг правомірно говорити про ринок ОП. Якщо вони надаються державою повністю за рахунок засобів суспільства (бюджету), то не є товаром.

У реальності такої "чистоти" сегментації ОП за ознаками товару в державному секторі освіти не існує. Зараз це повсюдне явище, оскільки практично в кожній державній або муніципальній вищій освітній установі, що перебувають у відповідній власності, виявляються платні послуги, що деформує їхні властивості як товару. Дана обставина сильно ускладнює оцінку ринкових ознак ОП.

Найбільшою мірою ознаки товару мають ОП недержавних вищих навчальних закладів, що не мають підтримки з бюджету. Таким чином, за характером й ступенем участі у виробництві ОП бюджетних коштів вони можуть бути розглянуті як товар або як квазітовар. Але ОП можуть мати й взагалі нетоварні властивості у випадках їх виробництва для безоплатного користування (без участі й бюджетних, і позабюджетних засобів).

Деякі автори відзначають високу корисність ОП. Каленюк І. вважає, що "освітня послуга — це товар особливого роду, який має не тільки ціну, що виражає його конкретну корисність для конкретного споживача на ринку, але й загальну корисність у вигляді, що безпосередньо накопичується людською цивілізацією наукового знання". Зокрема, на цю особливість указує Красняков Є., який підкреслює, що,

власне, ОП мають високу споживчу вартість, тому що нарощують потенціал особистості фахівця. На розвинених ринках це виражається, насамперед, у правомірності встановлення за них високих цін [3, с. 30].

Питання про корисність ОП, тобто можливості повноти її реалізації у своїх цілях, досить актуальне з позицій виробника й споживача. ОП природно повинна мати корисність, інакше нема рації в її одержанні (придбанні) як товару. При цьому ОП призначена для багатьох користувачів, хоча згодом внаслідок інших обставин корисність даної послуги може бути ослаблена.

Специфічна властивість ОП вищої школи — висока вартість, як правило, пов'язана з високим ступенем її корисності й з більшою питомою вагою інтелектуальних витрат при її виробництві. Помітимо, що існуючий обсяг бюджетних витрат на підготовку фахівця (у тому числі й у вигляді заробітної плати викладацькому складу) в 2—3 рази нижче дійсно необхідних, про що свідчать ціни на ОП в платному секторі.

Відзначимо й таку особливість ОП вищої школи, як можливість і необхідність активної творчої участі в цьому процесі її споживача. Говорячи про активну участь суб'єкта споживання ОП в процесі її надання, необхідно мати на увазі, що цей процес не є односторонньо спрямованим — від виробника ОП до споживача, а містить у собі комплекс взаємодії з тими хто навчаються, у тому числі і їх безпосередню реакцію на одержувану інформацію. Крім того, ОП як процес (це вже відзначалося) дискретний, але не одномоментний, а тривалий у часі відповідно до обсягу інформації, яку необхідно передати згідно з освітньою програмою [3, с. 31].

Іншою особливістю ОП вищої школи є, на наш погляд, відповідність рівня споживання їх кількісно-якісному рівню. Цей фактор, у свою чергу, визначається не тільки рівнем інтелектуального розвитку, але й біолого-психологічними особливостями організму людину (віком, пам'яттю, психологічними установками).

Деякі дослідники [7, с. 73] до специфіки ОП вищої школи відносять сезонність, оскільки їх одержання прямо пов'язане з циклами підготовки до вступу до навчального закладу вищої професійної освіти, установленими навчальними планами й графіками вивчення дисциплін. Навіть у системі додаткової освітньої послуги багато залежить від наявності суб'єкта в конкретний момент виникнення потреби в послузі.

Ряд авторів вважає [1, с. 158], що специфіку ОП вищої школи характеризує її тривалість. Однак, як відзначалося, сама послуга являє собою завжди дискретний процес передачі інформації, а тривалість передачі співвідноситься з часом, необхідним для передачі певного її обсягу. Тому, очевидно, потрібно говорити не про тривалість ОП, а про тривалість освітніх дій у її рамках. Тим більше, що надання даної послуги певною мірою — тривалий процес (від декількох годин до декількох років). Однак — є й матеріальні процеси виробництва, що тривають багато років (іноді — десятки років).

Поширена думка, що ОП вищої школи характеризуються відстроченістю виявлення результативності й залежністю їх результатів від умов майбутньої роботи й життя споживача. Тільки в процесі роботи фахівець і суспільство в цілому можуть оцінити якість отриманої у вищому навчальному закладі ОП. У зв'язку з цим виділяють безпосередній і кінцевий ефект послуги, що найбільш проявляється в ОП вищої школи. Однак стосовно самої послуги, виходячи з її сутності, говорити про відстрочення не можна. Інша справа — результати. Тут відстрочення результативності може коливатися в найширших межах. Відома властивість освітньої інформації, як і взагалі знань, що передаються в процесі ОП вищої школи, застарівати, втрачати своє первісне значення, особливо якщо протягом 3—5 років вона не застосовувалась. Тим більше, що далеко не всі випускники після закінчення вищого навчального закладу працюють за спеціальністю. Тому прив'язувати якість отриманих ОП до результатів роботи вищого навчального закладу можна лише з певною мірою умовності. Хоча кваліфікаційний ріст без ОП, насамперед у процесі й формі додаткової освіти, самоосвіти, придбання практичного досвіду, навичок і вмінь, неможливий.

Ще однією особливістю ОП вищої школи є те, що вона не є результатом тільки праці системи "учень — учитель", "викладач — учень (студент)". Результат, яким є ОП, опосередковує середовище, у якому проводиться ОП, так званим "розсолом" (для первинного споживача) і середовищем, у якому споживається ОП (для кінцевого споживача)".

ВИСНОВКИ

Погоджуючись, в принципі, з цією думкою, відзначимо, що ОП вищої школи — не результат процесу навчання, оскільки це дія, процес. Основним результатом, "продуктом" системи вищої професійної освіти служить формування особистості, включаючи її професійну складову, що відбувається на основі знань, надаваних у процесі надання ОП. Очевидно, що чим повніше відповідають сформовані при цьому якості фахівця, рівень його розвитку як особистості, кваліфікації як працівника вимогам соціуму, тим більш конкурентоспроможним виявляється він на ринку праці (при використанні отриманих знань за прямим призначенням). Відзначимо, що під конкурентоспроможністю фахівця на ринку праці розуміється пріоритет затребуваності його праці роботодавцем у силу наявних або передбачуваних у даного працівника переваг перед іншими кандидатами. Більш висока якість отриманої ним освіти, кваліфікація, професіоналізм, компетенція повинні стати вирішальною перевагою на ринку праці при найманні фахівця на роботу. Первинним критерієм, за яким судять про підготовленість працівника до праці, слугує його кваліфікація.

Література:

1. Александров В. Освітня послуга: суть та моделі якості / В. Александров // Освіта і управління. — 2006. — Т. 9. № 1. — С. 156—164.

2. Грішнова О. Освіта — головний чинник економічного і соціального розвитку України / Грішнова О., Заклекта О. // Вісник Тернопільської академії народного господарства. — 2003. — №5—2. — С. 17.

3. Данилишин Б., Куценко В. Ринок освітніх послуг: основні тенденції та шляхи модернізації / Б.Данилишин, В.Куценко // Україна: аспекти праці. — 2005. — № 8. — С. 28—34.

4. Державне управління: навч. посіб. / [За ред. А.Ф.-Мельник]. — К.: Знання, 2004. — С. 21.

5. Економічна енциклопедія. Т. 3. — П-Я. — 2002. — С. 483.

6. Економічний енциклопедичний словник: у 2 т. / [ред. С. В. Мочерний]. — Л.: Світ, 2005. — Т. 1.: А — Н. — 616 с.

7. Каленюк І.С. Диверсифікація джерел фінансування освіти / І.С. Каленюк // Фінанси України. — 2003. — № 11. — С. 72—78.

8. Маркс К., Энгельс Ф. Соч. / К. Маркс, Ф. Энгельс. — 2-е изд. — Т. 26. — С. 243.

9. Поважный А. Характеристики государственного управления внедрением инноваций в образование / А. Поважный, В. Остапчук // Менеджер. — 2010. — № 2. — С. 12—18.

Стаття надійшла до редакції 26.05.2011 р.