

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ МАРКЕТИНГОВОЇ ПОЛІТИКИ ЗАКЛАДУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

1.1. Освітня послуга та освітній продукт: взаємозв'язок категорій

У процесі становлення економіки знань роль вищої освіти в соціоекономічній динаміці суттєво зростає, що перетворює сферу вищої освіти із кінцевої ланки передачі готової інформації та знань у сферу безперервної генерації знань та галузь національної економіки, що забезпечує конкурентоспроможність країни та розвиток суспільства. Включення процесу застосування знань в освітній процес відбувається на тлі генерації нових знань у безпосередньому процесі виробництва, що означає взаємну інтеграцію освітнього, наукового і виробничого простору. Знання сприяють виникненню нових видів діяльності, виробництв і галузей, стають рушійною силою відновлення наявних технологій, ключовим фактором добробуту населення [176, с. 6]. Різниця в якості освіти та доступі до неї визначає глобальні, регіональні та локальні когнітивно-інформаційні розриви, тобто, сучасний профіль стратифікації національних економік.

Світові тенденції глобалізації, інтелектуалізації та інформатизації на ринку освітніх послуг вносять корективи у поведінку суб'єктів освітньої діяльності, що актуалізує завдання теоретичного осмислення сучасної ролі освітньої послуги у забезпеченні сталого розвитку економічних систем різних рівнів. Розвиток конкуренції в сфері надання освітніх послуг актуалізує дослідження процесів адаптації закладу вищої освіти до більш жорстких умов господарювання, а також питань підвищення його конкурентоспроможності та якості освітніх послуг як гарантії затребуваності і життєздатності.

Дослідження сутності та природи освітньої послуги, а також ролі освіти в господарському розвитку доцільно здійснювати, спираючись на методологію інституціональної теорії, теорії зацікавлених сторін, що дозволяє оцінити внесок освіти в гармонізацію суспільних та індивідуальних інтересів, формування відповідних структур та суб'єктів розвитку, які забезпечують нарощування інтелектуального потенціалу та якості життя.

Роль освітніх послуг, за визначенням науковців, полягає в тому, що вони, як товар духовно-інтелектуального виробництва, додатковий продукт економіки знань, персоніфікуючись у дедалі більшому числі споживачів (учнів, студентів тощо), забезпечують інформаційно-цільову провідність суспільства [29, с. 373]. Можливості практичного застосування у майбутньому отриманих знань визначає якість і рівень корисності освітніх послуг. Споживач освітніх послуг використовує освітній потенціал не тільки для створення і отримання благ, але і для задоволення пізнавальних потреб з метою збільшення людського капіталу, а також для активної самореалізації, самовираженні на індивідуальному і суспільному рівнях. Корисність у послугах сфери вищої освіти оцінюється з погляду ступеня задоволення освітньої потреби.

В економічній діяльності об'єктивність корисності освітньої послуги, що являє собою теоретичну модель конкретних знань, обумовлює наявність певного часового періоду, протягом якого індивід здійснює пошук роботи, де б

існувала вакансія, адекватна здобутому ним фаху. Набуті професійні знання актуальні приблизно 5-6 років, а потім вони «старіють» внаслідок впровадження інформаційних, комунікаційних та інших сучасних прогресивних технологій. Темпи оновлення структури, технології, організації виробництва товарів і послуг, глобалізації та соціальних змін вимагають якісно нового рівня освіти; оновлення знань і навичок упродовж всієї трудової діяльності. Перед людиною постає необхідність безперервного навчання та постійного підвищення кваліфікації. Сучасний фахівець повинен вміти свідомо управляти власною поведінкою з огляду на вимоги реальності. З огляду на ці обставини необхідна переорієнтація освітнього процесу з екстенсивної моделі, що зводиться до передачі об'єкту певної суми готових знань, на інтенсивну модель, в основі якої «справжнє навчання повинно бути комбінацією обраних знань з минулого, змінених на основі деяких нових і необхідних досліджень, з набуттям інтегрального планового результату» [25, с. 53].

Таким чином, сучасна освіта, особливо вищий її рівень, буде ефективною, якщо процес суб'єкт-суб'єктної взаємодії викладача і студента спрямований на передачу (засвоєння) знань, умінь, навичок, що необхідні і державі, і самій особистості, буде формувати, розвивати і виховувати фахівців нової формації, здатних працювати на випередження, а також створення передумов для їх професійного становлення.

Дослідження особливостей функціонування сучасного ринку освітніх послуг в сфері вищої освіти, вимагає розкриття змісту базових категорій: освітня потреба, виробництво освітніх послуг та його результат, ринок освітніх послуг.

Рушійний стимул будь-якого процесу виробництва, в тому числі виробництва знань, виявляється в людських потребах і прагненнях. Під освітньою потребою розуміють прагнення суб'єкта набути знання для їх прагматичного (пов'язане з можливістю подальшого підвищення соціального статусу суб'єкта, оволодіння професійними знаннями) і непрагматичного (удосконалювання індивіда як особистості) використання [116].

Людські прагнення — це бажання специфічного задоволення цих потреб. Одна й та ж потреба виражається в найрізноманітніших прагненнях, що змінюються під впливом суспільного й технічного прогресу, смаків, бажань, культурного рівня та особистості людини [91, с. 47]. Прагнення освітніх послуг виникає найчастіше тоді, коли потребу в засобах існування можливо задовольнити шляхом здобуття освіти для професійної діяльності. Інколи прагнення до освіти виникає через бажання підняти свій культурний та інтелектуальний рівень для здобуття особистого задоволення. Прагнення в сфері освіти не безмежні, запиту споживачів обмежуються когнітивними, фінансовими та іншими можливостями. Виробництво в освітній сфері (надання освітніх послуг) регулюється з боку держави (суспільства) та може ініціюватися з метою формування інтелектуального потенціалу нації як основи підвищення конкурентоспроможності країни.

Застосування різних підходів у процесі дослідження природи освітньої послуги спричиняє полісемію трактувань даної категорії (табл. 1.1). З одного боку, вона розглядається як процес – сукупність дій певної тривалості щодо

організації навчання (виробництво, обмін, розподіл та споживання), а з іншого – результат, тобто сукупність засвоєних випускником загальних та фахових компетентностей.

Таблиця 1.1 – Тракткування «освітньої послуги»

Як процесу		Як результату	
Автори	Визначення	Автори	Визначення
В. Александров [25]	організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь	В. Огаренко [116]	освітній товар, що являє собою визначену діяльність, що її здійснює виробник, і в процесі якої відбувається задоволення потреби споживача в освіті
С. Багдік'ян [27]	процес передачі та отримання знань, інформації, вмінь і навичок та результат інтелектуального, культурного, духовного, соціально-економічного розвитку суспільства та держави	Т.Оболенська [113]	специфічний товар, який задовольняє прагнення людини в придбанні певних знань, звичок і умінь для їх подальшого використання в професійній діяльності
Т. Ящук [191]	цілеспрямований процес збору, отримання, передачі та засвоєння системи навичок, знань, інформації...	С. Трубич, Т. Майкович [173]	нематеріальна послуга особливого роду, що створює корисний результативний ефект....
<i>як процесу і результату</i>			
Д. Шевченко [181]	системно агрегований, комплексний єдиний продукт вишу; процес здобуття певного набору знань, практичних способів їх застосування, здатних задовольняти прагнення особи у своєму професійному статусі й зростанні		
Н. Савицька [157]	освіта є соціально-економічним явищем і процесом, визначальним фактором відтворення людського потенціалу суспільства та зростання ефективності суспільного виробництва...		
Є. Кузьміна	освітня послуга має подвійну природу, яка полягає в тому, що ЗВО «виробляє» і послуги (лекції, курси, семінари, заходи), і товари (підручники, методичні матеріали, монографії, відеодиски та ін.)		

З одного боку, послуга – це все-таки дія, процес певної тривалості, а товар – це результат цього процесу (виготовлення, підготовка та ін.). Так, освітні послуги на думку С. Багдік'яна, можна охарактеризувати як цілеспрямований процес передачі та отримання знань, інформації, вмінь і навичок та результат інтелектуального, культурного, духовного, соціально-економічного розвитку суспільства та держави [27]. Такий же підхід використовується В. Александровим: «освітня послуга – це організований процес навчання для одержання необхідних знань, навичок і вмінь» [25]. Т. Ящук під освітньою послугою розуміє «цілеспрямований процес збору, отримання, передачі та засвоєння системи навичок, знань, інформації та

результат безперервного духовного, культурного, соціально-економічного розвитку й вдосконалення держави і суспільства у цілому» [191]

Ціла група дослідників розглядає освітню послугу як товар: «специфічний товар, який задовольняє прагнення людини в придбанні певних знань, звичок і умінь для їх подальшого використання в професійній діяльності» [113, с. 167]; «освітній товар, що являє собою визначену діяльність, що її здійснює виробник, і в процесі якої відбувається задоволення потреби споживача в освіті» [116, с. 9]; економічне благо, що володіє корисністю з точки зору його споживачів і потребує витрат на своє виробництво [77, с. 48].

На думку К. Євменькової, вчені не звертають увагу на таку особливість освітньої послуги, як одержання в процесі навчання певної кваліфікації. Тому «освітня послуга – це специфічний товар у вигляді сукупності навчальної та наукової інформації, що передається студенту у вигляді системи знань та практичних вмінь і навичок, за умови успішного засвоєння якої студент отримує відповідну кваліфікацію» [51, с. 173]. Виробники освітніх послуг – навчальні заклади – пропонують на ринку не окремі послуги, а цілісні освітні програми, що розробляються з метою задоволення потреби в освіті, професійній підготовці, навчанні чи перепідготовці, тобто досягненні певного ефекту (зміни освітнього чи професійного рівня). Освітня програма як товар – це комплекс освітніх послуг, націлений на зміну освітнього рівня чи професійної підготовки споживача та забезпечений відповідними ресурсами освітньої організації [51, с. 175].

В. Щетинін під освітніми послугами розуміє «систему знань, інформації, умінь і навичок, які використовуються з метою задоволення різноманітних потреб людини, суспільства і держави» [183, с. 29]. Б. Девіс і Л. Елісон визначають продукт освітньої установи наступним чином: «Продуктом є освітня послуга, надана учням» [4, с. 27]. 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 [79, с.41-57]. Знання, уміння та компетенції, втілені у фахівця, називаються імпліцитними знаннями. У сконцентрованому вигляді імпліцитне знання виражається в людському капіталі та потенціалі, який дозволяє людині створювати особистий, соціальний та економічний добробут. Запаси людського капіталу посилюють конкурентні позиції та статус їх власників, підвищують продуктивність праці та позитивно впливають на економічний, соціальний розвиток [157].

Становлення знанневої економіки потребує цілісного бачення освіти як сфери господарського розвитку, тобто єдності процесу і результату. Відповідно до такої позиції, освіта є соціально-економічним явищем і процесом [157], визначальним фактором відтворення людського потенціалу суспільства та зростання ефективності суспільного виробництва, ключовою сферою, що визначає всі напрямки суспільного розвитку: соціально-економічний, техніко-технологічний, політичний, духовний, культурно-інституціональний тощо. Отже, стосовно суб'єкта, який споживає освітню послугу, вона виступає триединою субстанцією загальнокультурних, освітньо-професійних та освітньо-наукових компетентностей.

Д. Шевченко визначає освітню послугу як «системно агрегований, комплексний єдиний продукт вишу. Процес здобуття певного набору знань, практичних способів їх застосування, здатних задовольняти прагнення особи у своєму професійному статусі й зростанні» [181, С. 108-116]. У цьому варіанті визначення освітня послуга названа загальним поняттям – «продукт», крім того, це «...процес здобуття певного набору знань...».

В. Дмитрієв доводить, що освітня послуга, надана навчальними закладом, є результатом процесу виробництва товару. Результатом надання освітньої послуги є освітній товар, який продається (обмінюється) [50]. Враховуючи ці уточнення в базових визначеннях, схема взаємозв'язку форм освітньої послуги та освітнього продукту має наступний вигляд (рис. 1.1).

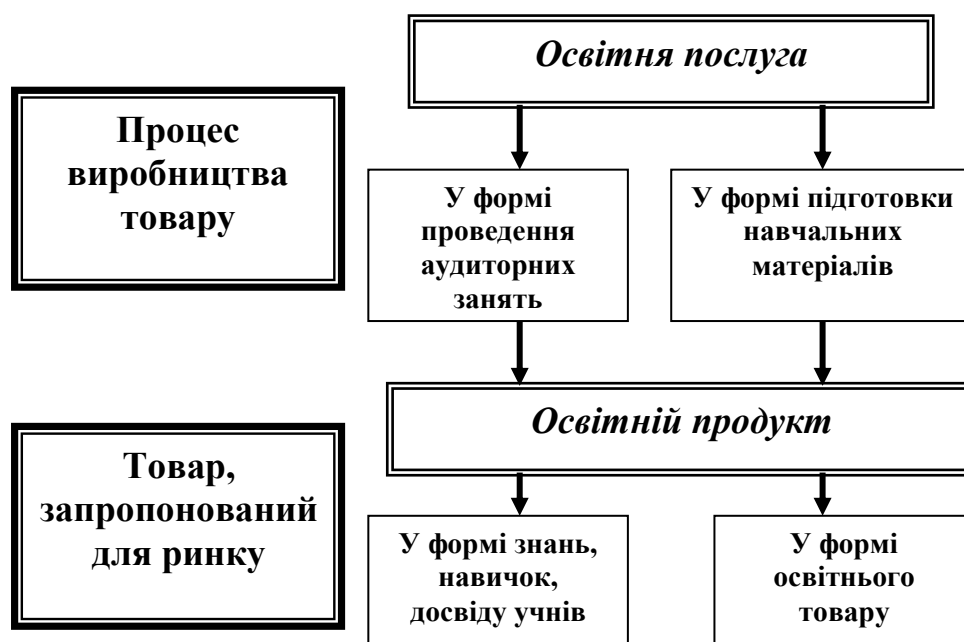


Рисунок 1.1 – Схема взаємозв'язку форм освітньої послуги та освітнього продукту

Отже, труднощі визначення кінцевого результату діяльності вищих навчальних закладів пов'язані з комплексним характером надаваних послуг:

- втілюються в зміну якісних властивостей як індивіда, так і суспільства у цілому;

- відбиваються як на суспільному рівні (зростання інтелектуального потенціалу, соціального капіталу тощо), так і на персоніфікованому рівні (підґрунтя для підвищення матеріального добробуту людини, її кар'єрного зростання, самореалізації тощо);

- відображають тісний взаємозв'язок результатів роботи працівників навчального закладу з впливом інших чинників, не пов'язаних з функціонуванням вищих навчальних закладів;

- відтворюють ефективність взаємодії зовнішніх і внутрішніх стейкхолдерів освітньої сфери.

На нашу думку, продукт, що виробляється в сфері освіти, є багатограним, тому його потрібно розглядати як: систему знань, умінь та

навичок; сформовані компетенції фахівця; освітні програми і технології; освітні послуги [151].

Послідовно розкриємо сутність кожного елемента.

Знання як ресурс, по-перше, виступають джерелом духовного та професійного розвитку особистості працівника; по-друге – доходності та успіху індивіда, організації, національної економіки; по-третє, інструментом рефлексії, що дозволяє забезпечити гармонійні стосунки в соціально-економічних системах. Особливістю знань як ресурсу є їх відносний характер, висока мобільність, швидке старіння та плинність, неподільність, невичерпність у споживанні. У довгостроковому періоді знання можна розглядати як необмежений ресурс господарського розвитку, разом з тим у коротко- та середньостроковому періоді рівень знань завжди обмежений. Пропозиція знань еластична, вище нуля і залежить від стану економіки, політичних і соціальних чинників. Знання мають ті ж характеристики, що й будь-яке інше суспільне благо.

Серед особливостей знання як суспільного блага слід виділити, по-перше, його неконкурентність, тобто споживання знання одним суб'єктом не заважає споживанню його іншими; по-друге, невиключеність із споживання будь-якого суб'єкта за критерієм доходу (але інші критерії теж мають суттєве значення, наприклад, когнітивні, ціннісні обмеження); по-третє, не переважаність, тобто відсутність межі потужності споживання, що за умов суб'єкт-суб'єктного мережного характеру комунікації не призводить до зниження корисності, яку одержують уже існуючі споживачі знань. Виділені особливості обґрунтовуються наступними властивостями знань як інформаційного ресурсу: їх дискретністю, відносністю, мережним характером, майже нульовими витратами на копіювання та зберігання. У якості суто суспільних благ виступають такі: буденне, релігійне, загальновідоме наукове знання. Проте, як зазначалося, засвоєння, уособлення знань завжди ставить проблему когнітивно-ціннісних якостей суб'єкта освітнього процесу.

Товарні властивості знань особливі: покупці точно не знають, які знання вони набувають, а якщо цими знаннями володіють, то вже не потребують їх купівлі. Більш того, знання часто бувають неявними і не піддаються вербальному опису. Це означає, що їх неможливо передати як інформацію, наперед закодувавши або скопіювавши. Такі знання звичайно набуваються дослідним шляхом або в процесі самого виробництва. Формування професійного знання ґрунтується на загальній середній освіті, так званій формальній освіті, яка надбудовується в сучасних умовах з двох джерел: по-перше, – системи розгалуженої вищої та професійної освіти, по-друге, – системи навчання на підприємстві у вигляді тренінгів, стажування, коучингу тощо. При цьому, як свідчить досвід, головною проблемою вітчизняної вищої освіти є невідповідність структури і якості підготовки фахівців та запитів ринку праці.

Як економічне благо знання мають свій життєвий цикл, який полягає у тому, що знання, як і матеріальні товари теж комодизуються, тобто із унікального продукту, одержаного в режимі відкриття, вони швидко стають масово-поширеними, а отже перетворюються із специфічного на звичайний

продукт. Внаслідок таких властивостей знань як динамічність та відкритість для інших практик (наприклад, знання із наукового перетворюється на буденне, або одержані знання у фізиці використовуються у біології), відбувається процес перетікання суспільних в унікальні, унікальних в економічні, а у міру їх старіння знову перетворюються у суспільні. Цьому сприяє перепоповнення ринку кодифіковано-об'єктивованим знанням, яке продається за нескінченно низькою ціною (так званою нульовою ціною) та відповідає поняттю «сору left» – бери та присвоюй безплатно.

Основними чинниками створення економічної цінності можна вважати працю і знання, оскільки капітал утворюється як похідний від використання знань та праці, яку можна умовно представити як, по-перше, живу, що включає фізичну, інтелектуальну і підприємницькі здібності, по-друге, уречевлену, втілену в матеріальні артефакти на попередніх етапах виробництва. Знання – незамінний ресурс, його не можна компенсувати капіталом чи працею, бо їх самовідтворення ґрунтується на використанні різних форм знань, що підтверджує тезу про яскраво виражену взаємодоповнюваність знань та інших факторів виробництва.

Застосування знань для підвищення продуктивності фізичної праці забезпечило розвиток промислового капіталізму у вигляді використання «мертвого знання», уречевленого в машинах, приладах і процесах. У сучасній економіці спостерігається випереджальний розвиток живого знання в порівнянні з уречевленим. Будь-яка праця спирається на формалізовані професійні знання, придбані в закладах вищої освіти, сформовані на виробництві в процесі набуття досвіду, вміння та навички суб'єкта праці. За сучасних умов формалізоване знання, особливо у формі інформаційного продукту, може бути відокремлене від людського носія та практично безкоштовно розмножено в кодифікованій формі. Чим ширше воно розповсюджується, тим вище його суспільна цінність, проте, його мінова цінність у міру поширення падає, наближуючись до нуля. Іншими словами, воно стає доступним кожному в якості суспільного блага. Витрачений на працю час вже не може вважатися мірилом створеної вартості – найважливішими стають імпліцитні знання людини (невідокремлені від суб'єкта) та якість координації суб'єкт-суб'єктних відносин, тому IQ людини доповнюється і коригується EQ – психологічним, комунікативним інтелектом, якому відводиться провідна роль [151].

Виходячи з вище викладеного, система знань, умінь та навичок невіддільні від людини, отже продуктом освітньої сфери виступає підготовлений фахівець. Таке трактування продукту освітньої діяльності характерне для традиційної моделі освіти, орієнтованої на потреби індустріального суспільства із Кондратьєвським циклом зміни технологічних інновацій. Проте, відповідно до сучасних перманентно змінюваних вимог неоіндустріального виробництва, рівень фахової освіти потребує постійного оновлення, що виражається концепцією навчання впродовж всього життя, однак, її реалізація можлива лише за умови фундаменталізації освіти. Вона передбачає орієнтацію на вивчення фундаментальних законів природи, суспільства та людини, їх коеволюційний зв'язок, що дозволяє ухвалювати

рішення в умовах неергодичності світу, невизначеності, кризових ситуаціях тощо. Для вирішення таких глобальних завдань Рада Європи рекомендувала використовувати набір ключових компетенцій (пізнавального, суспільного, інформаційного характеру), що передбачає заміну вузького знаннево-орієнтованого підходу цілісним, тобто сукупності компетенцій, які належать не лише фаховим, але й іншим соціальним сферам.

Формування знань, умінь та компетенцій здійснюється відповідно до загальноосвітніх та професійних програм. Загальноосвітні програми (спрямовані на вирішення завдань формування загальної культури особистості, адаптації особистості до життя в суспільстві, створення основи для усвідомленого вибору і освоєння професійних освітніх програм і реалізуються в освіті), та професійні програми (спрямовані на вирішення завдань послідовного підвищення професійного і загальноосвітнього рівнів, підготовку фахівців відповідної кваліфікації та реалізуються в освітніх установах професійної освіти, що мають державну акредитацію) [115].

Освітня послуга як економічна категорія є специфічним благом і має такі риси, як:

- невідчутність: «... неможливо до моменту придбання в повному обсязі спробувати на смак, побачити, почути усю сукупність знань та практичних навичок, які отримає громадянин, купуючи освітні послуги» [73, с. 123]. Покупці освітніх послуг можуть зробити тільки попередні висновки про якість їх надання – на основі навчальних планів, освітньо-професійних програм, ліцензій, рівня працевлаштування випускників тощо;

- неможливість відокремити послуги освіти від закладів вищої освіти. Властивість невіддільності від джерела означає, що в результаті купівлі-продажу такої послуги продавець втрачає право власності на свій специфічний товар, але покупець такого права не набуває. Особливість саме освітніх послуг виявляється в тому, що початок їх споживання відбувається одночасно з початком їх надання;

- непостійність освітніх послуг. Кожний етап процесу надання послуги є унікальним (залежить від кваліфікації викладача, місця їх надання тощо) Непостійність якості щодо освітніх послуг крім невіддільності від виконавця і неможливості встановлення жорстких стандартів на процес і результат надання послуги має ще одну причину – мінливість «вихідного матеріалу», тобто суб'єкта навчання – людини;

- недовговічність освітніх послуг. Ця риса освітніх послуг характеризує неможливість їх збереження для наступного використання, хоча ефект від послуги у вигляді набутих знань зберігається. Неможливість зберігання освітніх послуг проявляється двоїсто: з одного боку, існує природне для людини забування отриманої інформації, а також старіння знань, до якого приводять науково-технічний і соціальний прогрес; з іншого – освітні послуги як нематеріальні блага, не можуть накопичуватися ні у виробника, ні у споживача, не можуть ними й перепродаватися. Разом з тим, навчальна інформація може бути частково підготовлена і зафіксована на матеріальних носіях [97, с. 80-84].

– відсутність права володіння освітньою послугою. Освітні послуги не передбачають переходу прав власності на інтелектуальну власність в процесі споживання, проте під час навчання засвоюється чужа інтелектуальна власність, оскільки знання розглядаються в якості суспільного блага.

Крім цього, освітні послуги мають і специфічні властивості. Вони належать до виду науково-педагогічної діяльності, одночасно до соціально-значущих благ (зовнішній ефект яких проявляється в тому, що всебічний розвиток кожного стає умовою всебічного розвитку суспільства в цілому) та економічних благ, попит і пропозиція яких формується на ринку. Своєрідною рисою послуг освіти є неможливість їх безпосереднього грошового виміру, ціновий механізм часто не в змозі відбити всіх витрат на їхнє виробництво. Як правило, діяльність освітнього закладу не спрямована явно на досягнення прибутку, що не дозволяє застосувати неокласичне розуміння традиційної фірми. Множинність інтересів закладу освіти пов'язана із зростанням не лише індивідуального добробуту працівників, але й формуванням суспільного добробуту, який крім монетарної складової, включає й неекономічні складові: створення духовних цінностей, перетворення і розвиток особистості тощо.

Тобто ці послуги забезпечують фундамент і реалізацію інтересів особистості, суспільства, держави в духовному та інтелектуальному розвитку, створюють умови для формування людського капіталу, здібностей людини до праці, чим забезпечуються потреби бізнесу на ринку праці та одночасно готують інтелектуального покупця, здатного спожити наукоємні блага, чим забезпечуються потреби бізнесу на ринку благ. Крім цього, специфічність самого процесу надання освітніх полягає у відстроченості виявлення результативності, відносній тривалості, необхідності ліцензування, конкурсному характері відбору слухачів, обов'язкової наявності співтворчості викладача і слухача, відкритості цієї сфери для інформаційного, кадрового та іншого обміну, що задає пріоритет співробітництва та обмежує ефективність цінової конкуренції виробників, яка є відображенням когнітивної асиметрії ринку освітніх послуг [157, с. 21-23].

Труднощі у визначенні освітньої послуги закладів вищої освіти зумовлені комплексним характером кінцевих результатів їх діяльності, які полягають у наступному: результати втілюються в зміну якісних властивостей як індивіда, так і суспільства в цілому; відбиваються як на персоніфікованому рівні (підґрунтя для підвищення матеріального добробуту людини, її кар'єрного зростання, самореалізації тощо), так і на національному (зростання національного інтелектуального потенціалу, соціального капіталу тощо) та глобальному (сприяє нагромадженню сукупності знань, досвіду, навичок, творчих здібностей людства в процесі історичного розвитку) рівнях.

1.2. Специфіка освітньої послуги у контексті теорії меріторних благ

З приводу розуміння економічної природи освітніх послуг (насамперед тих, що надаються вищою школою) існує декілька точок зору: від їхнього визначення через категорію суспільного блага, на яке має право кожний громадянин, до трактування освіти як приватного блага (комерційної послуги).