– 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).

Віднесення освітніх послуг до категорії суспільних благ спричинене тим, що сама освіта відноситься до суспільного сектору економіки, головною метою функціонування якого є продукування специфічних товарів і послуг, потребу в яких не задовольняє ринок і які споживаються не індивідуально, а колективно. Взагалі існує кілька категорій, якими вчені позначають такого типу блага: «суспільні», «меріторні», «патронатні».

Освітня послуга беззаперечно є соціально важливим благом. За даними Світового банку, збільшення рівня освіти економічно активного населення на один рік сприяє збільшенню ВВП на 9% [82, с. 78]. Окрім цього, кожен рік, витрачений на навчання, як свідчить статистика США, збільшує заробітну плату працівника на 10% [35, с. 30]. Освіта не лише збільшує продуктивність праці реципієнта, але і забезпечує тривалий зовнішній ефект, який полягає в тому, що дії однієї людини збільшують добробут іншої: освічена людина може запропонувати ідеї, які будуть корисними для суспільства в цілому.

Віднесення освіти до категорії суспільних благ підтверджується її фінансуванням за рахунок видатків із центрального державного бюджету або місцевих бюджетів (коли освітній процес спрямований на задоволення регіонального попиту у фахівцях). Саме як суспільне благо освіта сприяє утворенню загального позитивного зовнішнього ефекту у вигляді підвищення рівня освіченості, культури і продуктивності нації. Освітня послуга є результатом історично тривалої соціальної еволюції суспільства. Закріплюючи результати наукової діяльності, освіта розвиває пізнавальні й практичні властивості людства, сприяє задоволенню соціальних потреб, які безупинно розвиваються. Освіта допомагає дії найскладніших механізмів в індивідуальній і суспільній діяльності людини, відтворює інтеграцію й диференціацію різнобічних соціальних зв’язків.

При розгляді освіти як суспільного блага і його зовнішнього ефекту слід зазначити наявність високого рівня невизначеності, що створює непереборні труднощі кількісної зміни суспільного блага й породжує можливості опортуністичного поводження людей. Крім того, існують обставини, що свідчать про нераціональне економічне поводження суб’єктів економічних відносин і виникнення асиметрії інформації, тобто нерівномірного розподілу інформації між державою й людьми.

Справедливість віднесення освітньої послуги ЗВО до суспільних благ підтверджується наступним:

– регулювання виробництвом ЗВО освітніх послуг відбувається не тільки на основі ринкового механізму, спрямованого на задоволення платоспроможних потреб певної частини населення, до нього долучається держава, громадськість, бізнес тощо;

– отримання споживачем (студентом) кожної одиниці освітньої послуги (наприклад, навчального курсу) виключно на платній основі не є нормою;

– нині знання розглядаються не тільки як інвестування в індивідуальний людський капітал, що приносить прибуток, а високий рівень професійної освіти – як запорука індивідуального соціального захисту, вони

мають виняткове значення для розвитку національного інтелектуального потенціалу, суспільства в цілому, підвищення конкурентоспроможності економіки;

– в епоху інформглобалізації результати надання послуг національними системами вищої освіти швидко розповсюджуються за межами країни, тобто приймають глобальний характер (корисний ефект від їх існування поширюється далеко за межі національних економік).

З іншого боку, вища освіта не є суспільним благом в чистому вигляді, що підтверджується її платністю [85, с. 31-41]: не всі громадяни країни безкоштовно, без будь-яких обмежень отримують її послуги. Найчастіше сьогодні визначальним обмежуючим фактором, який дозволяє виключити людину з кола споживачів даного блага, є ціна освітніх послуг як недержавного освітнього сектора, так і контрактного навчання в рамках державної освіти, де, незважаючи на принцип загальної доступності освіти, вона може стати недоступною за ціною для споживача з низьким рівнем доходу.

Вища освіта дійсно мала б ознаки суто суспільного блага, якби її послуги споживалися людьми тільки разом, колективно, а обсяг індивідуального споживання освітніх послуг дорівнював обсягові їх колективного споживання. Принцип неконкурентоспроможності, тобто споживання блага однією людиною, не повинен зменшувати можливість споживання його іншою. Він може бути порушений у момент надходження до ЗВО, коли споживачі освітніх послуг конкурують один з одним, створюючи конкурс на одне місце. Ще одним подібним фактором може бути рівень базової підготовки, що дозволяє претендувати на навчання зі спеціальностей певних галузей науки. Професійна освіта усе більше здобуває ознаки приватного блага, тому що, по-перше, високий рівень професійної освіти є передумовою підприємницького успіху й запорукою соціального захисту від стихійного попиту на ринку праці; по-друге, освіта є однією зі сфер самореалізації особистості, її творчого потенціалу, по-третє, отримані знання розглядаються як інтелектуальна власність, людський капітал, що приносить дохід.

Ряд дослідників відносять освітні послуги до змішаних благ, доводячи це тим, що, з одного боку, їх споживання здійснюється колективно, а з іншого – доступ до послуг, що фінансуються державою, отримують не всі бажаючі, а значить не виконується принцип «неможливості виключення зі споживання» [102, с. 43-51]. Висока конкурентність абітурієнтів при вступі до ЗВО, майже відсутнє виключення студента зі споживання освітньої послуги, орієнтація структури пропозиції освітнього блага на індивідуальні інтереси споживачів, зокрема запровадження у ЗВО дисциплін за вибором студента, – все це характеризує освітню послугу вищого навчального закладу як змішану [182].

На наш погляд, коректно трактувати освітні послуги як мер<u>і</u>торні (гідні) блага, особливістю яких виступає висока соціальна корисність та відставання попиту від довгострокових інтересів суспільства, що зумовлює стимулювання попиту державою. Традиційно до меріторних благ відносять охорону здоров’я, культуру, освіту і науку, тобто блага, що формують людський потенціал [72].

Ринок меріторних благ формується навколо комплементарності індивідуальної (U_I) та соціальної (U_S) корисності, зумовленої стимулюванням

індивідуальних переваг у виборі послуг вищої освіти та соціальних преференцій. Умовою рівноваги на ринку виступає рівність граничних витрат на виробництво блага (MC) та суми індивідуальної граничної корисності (MU_I) і суспільної граничної корисності (MU_S). На рис. 1.2 наведено положення рівноваги на ринку меріторних благ, що визначається індивідуальним та суспільним інтересом до послуг вищої освіти.

Рівноважна ціна визначається перетином лінії пропозиції (S) та арифметичною сумою індивідуальної (U_I) та соціальної (U_S) корисності. Державне опікування вищою освітою сприяє розширенню обсягів здобуття освіти (Q_3). На рис. 1.2 індивідуальний інтерес до освіти, описаний лінією U_I,

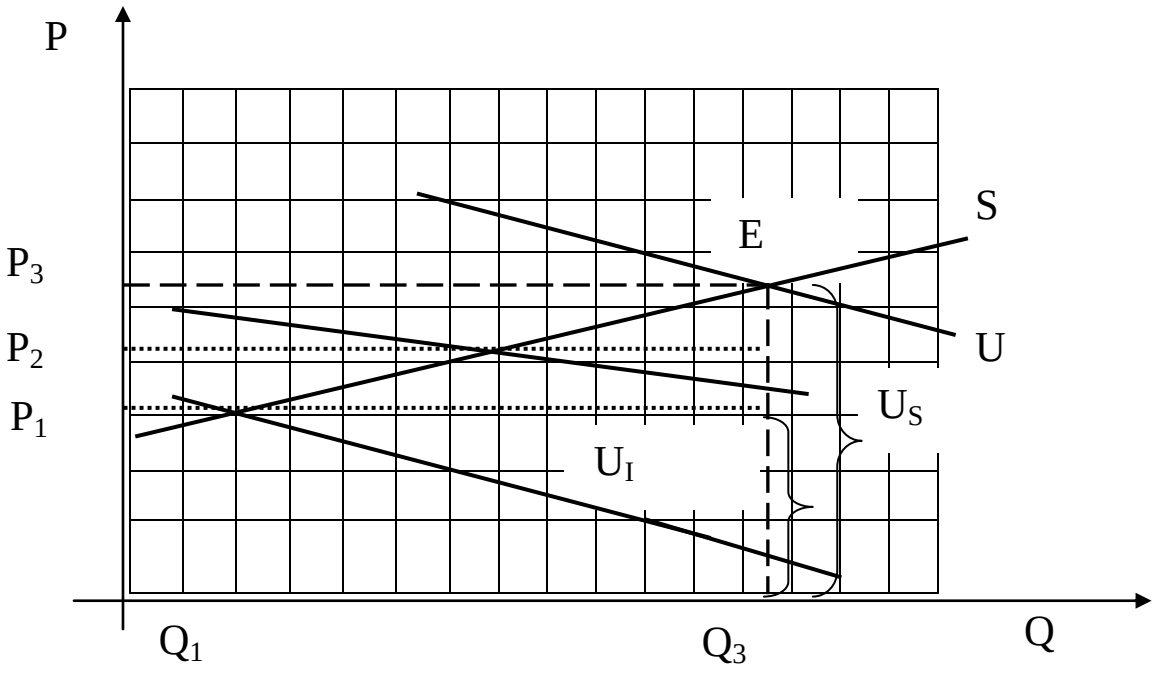

Рисунок 1.2 – Рівновага на ринку меріторних благ

забезпечує лише обсяг Q_1 за ціною P_1. За умови відсутності суспільного інтересу (U_S) ринок функціонував би, як ринок приватних благ, проте освіта, виконуючи функцію соціального ліфту, несе й суспільну цінність, яка виражається у більш високому рівні цін P_2. Ціноутворення на ринку послуг вищої освіти має свою специфіку (рис. 1.2): в рамках релевантного діапазону (максимально можливого сукупного ліцензійного обсягу підготовки фахівців вищої освіти) індивідуальні споживачі готові купувати меріторне благо за ціною, значно нижчою, ніж рівноважна ($<P_3$) ,тобто нижче сукупних витрат на підготовку фахівців [156].

Інвестування коштів в освіту здійснюється через джерела державного бюджету і приватного (індивідуального та корпоративного) сектору. Ефект від державного фінансування науки і освіти має відкладений характер, у зв’язку з цим складно встановити його ефективність, а отже визначити оптимальний обсяг послуг ЗВО, що забезпечує позитивні екстерналії. Покриття бюджетних витрат на освіту здійснюється за рахунок зростання податків (у майбутньому

періоді) від підвищення заробітних плат випускників (унаслідок здобуття вищої кваліфікації) та максимізації соціальної корисності – освіченості, адаптованості, можливості «меріторної корекції поведінки індивідів», готовності до економічного розвитку тощо.

Універсальним мотивом державної активності на ринку меріторних є неможливість застосування так званої «арифметики щастя», тобто зведення індивідуальних переваг до суспільного добробуту:

– регулювання виробництва освітніх послуг ЗВО відбувається не стільки на основі ринкового механізму, спрямованого на задоволення платоспроможних потреб певної частини населення, скільки завдяки державному фінансуванню;

– отримання споживачем (студентом) кожної одиниці освітньої послуги (наприклад, навчального курсу) виключно на платній основі не є поширеною нормою;

– знання розглядаються не тільки як інвестування в індивідуальний людський капітал, що приносить прибуток, а високий рівень професійної освіти – як запорука індивідуального соціального захисту, вони мають виняткове значення для розвитку національного інтелектуального потенціалу, суспільства в цілому, підвищення конкурентоспроможності економіки.

Сьогодні освіта є інститутом соціалізації, координації й практичної інтеграції поколінь, забезпечує професіоналізовану трансформацію соціально значимої інформації в знання, які несуть узагальнення й потенційне згладжування гострих кутів національних непогодженостей, що виникають внаслідок традиційних норм і правил, складових національної особливості культурної спадщини. Освіта інституціоналізує інформацію й накопичені раніше знання, тобто перетворює їх в інструмент стійкого зняття невизначеності, а також в інструмент державного або міжнародного впливу на інтелект людських мас. Освіта є інституціональним фільтром: якщо інформація оформилася в знання, а знання в правила, шаблони й норми, то інформація проникла в соціальний організм, тобто пройшла процес інституціоналізації знань, що можливий завдяки реалізації освітньої діяльності.

З іншого боку, освіта – це особиста, індивідуальна власність, основний прибуток якої має економічні властивості, оскільки згодом вона втілюється в рівень доходу й життя її власника. Інститут освіти працює на озброєння споживача освітніх послуг знаннями й компетенціями, які надалі відкриють доступ до одержання вищих матеріальних доходів та підвищення соціального статусу. Люди ставляться до знання як до того, що їм належить, тому що блага освіти використовуються в трудовій і суспільній діяльності. У цьому змісті відношення кожної людини до освіти як до загальної умови своєї життєдіяльності входить у структуру загальної власності [26, с. 282-289].

Специфічність освітньої послуги ЗВО обумовлює специфіку функціонування вищої освіти та спричинює необхідність застосування економічного та соціологічного підходів при визначенні її функцій освіти. Перший розглядає освіту як джерело економічного зростання (через підвищення якості робочої сили та продуктивності праці) і оцінює її з позицій

економічної ефективності. У такому руслі розглядаються інвестиційна та сигнальна функція освіти. Перша ґрунтується на теорії людського капіталу Г. Беккера, Т. Шульца [30], який включає в себе здібності, знання, вміння, компетенції, властиві індивідам. Виявлення головної функції освіти, відповідно до теорії людського капіталу, пов'язано з прийняттям рішення індивідом щодо інвестування в розвиток навичок, умінь і отримання знань з метою одержання у майбутньому більш високого доходу. Альтернативою теорії людського капіталу є концепція, яка відводить освіті роль сигналу на ринку праці. Функція освіти полягає не стільки у розвитку здібностей, навичок і вмінь учнів, скільки в тому, що вона допомагає людині подати сигнал роботодавцю про свої можливості і здібності.

Соціологічний підхід розглядає питання соціалізації індивіда в суспільстві, відповідними функціями освіти є: трансляція культури, знань та навичок, системи цінностей у свідомість людини; соціальний контроль. Національна система освіти в цілому покликані виконувати функцію «ціннісного успадкування» (за О. Субєтто), і відповідно – формування «адекватної» людини як суб'єкта певної соціально-економічної системи. Освіта виступає соціальним фільтром, фактором мобільності індивіда, «соціальним ліфтом», що вирівнює соціальні розриви, поряд з цим, існують гіпотези щодо протилежного значення освіти в побудові соціальної структури. Так, немарксистські погляди розглядають ідеологічну функцію освіти і пов'язані з цим інтереси правлячого класу, що становлять підґрунтя антагоністичних відносин і експлуатації. Методологія престижного споживання М. Вебера поширюється й на сферу освіти, яка стає підґрунтям соціальної диференціації та певної соціальної структури суспільства, підтвердженням привілейованого статусу внаслідок одержання високого рівня освіти, або навчання в елітному вузі, або відповідного способу життя, статусної культури [36].

Інтеграція економічного та соціологічного підходів до визначення функцій освіти дозволяє застосувати цілісний підхід до дослідження ролі освіти в сучасній економіці. Більш того, проблема соціальної ексклюзії за ознакою якості освіти характерна як для розвинених, так і емерджентних економік, але оцінка внеску освіти в економічну віддачу буде різною. Соціальний статус людини в таких країнах визначається рівнем її освіти, високий попит на яку зумовлений можливістю одержати високі доходи та кар'єрне зростання. Розвиненість внутрішнього ринку та його запит на професіоналізм та інтелект визначає ступінь їх конвертації у доходи. Людина із однаковим рівнем освіти та досвіду в країнах Периферії буде одержувати заробітну плату в 3-8 разів меншу, ніж працюючий в США. Наукоємність виробництва передбачає все зростаючі вимоги до якості освіти, підготовки та перепідготовки кадрів, тому когнітивний розрив, що простежується на глобальному та національному рівні, зумовлюється якістю та доступністю освіти [151].

Притаманність освітній послузі властивостей меріторного блага зумовлює неоднозначне положення освітньої сфери у процесі забезпечення потреб у ньому. З одного боку, освіта сприяє підвищенню дієвості економічних складових розвитку, приймаючи участь у відтворенні матеріальних благ і послуг, а також людського капіталу, тісно взаємодіючи при цьому з ринком

праці. З іншого боку, вона приймає безпосередню участь у духовному вихованні особистості та відтворенні соціального й культурного капіталу, що надає їй особливого соціального значення. Відповідно, у силу перетину приватних, колективних та суспільних інтересів з приводу надання такого меріторного блага, а також урахування того факту, що освіта – це об'єкт соціально-значимої послуги при одночасно наявному ринковому характері здійснення інвестицій в освітню сферу, необхідно визнати необхідність функціонування в суспільстві механізму, який би сполучав приватні, колективні, суспільні інтереси, тобто взаємної узгодженості інтересів зацікавлених сторін (stakeholders), як складових формування сприятливих умов для надання такого блага і повноцінного виконання освітою усіх своїх суспільних функцій.

У постіндустріальній економіці для нарощування інтелектуального капіталу – провідного чинника економічного розвитку – критичного значення набуває пенетраційна взаємодія вищої освіти з іншими провідними інституційними секторами його формування та використання – наукою та бізнесом, тому що самостійна діяльність кожного з секторів вже не дає ефективного для суспільства результату. Структури громадянського суспільства взаємодіють з кожним визначеним фігурантом, виявляючи пріоритетні напрями розвитку вищої освіти і науки, сприяють таргетуванню бізнесу, доповнюють державне регулювання. Сфери функціональної взаємодії секторів (рис. 1.3) стають новим механізмом досягнення консенсусу та універсальною інституційною матрицею для розширеного відтворення інтелектуального капіталу [87, с. 21].

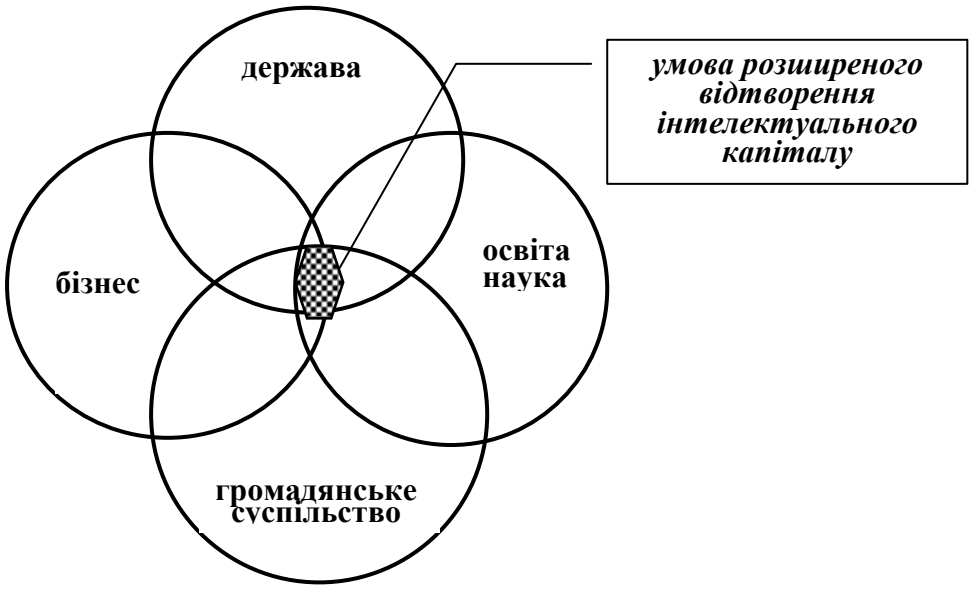

Рисунок 1.3 – Взаємодія секторів формування інтелектуального капіталу в постіндустріальній економіці

Отже, саме система освіти (особливо вищий її рівень) виступає тією основою, що через власний розвиток та механізм взаємодії в процесі освітньої діяльності з наукою, бізнес-практикою, державою, громадськими організаціями має стати інституційно-господарською платформою розвитку ключового чинника сучасної господарської системи – інтелектуального капіталу, який забезпечуватиме підвищення інноваційності економіки, посилення її конкурентоспроможності та ефективну інтеграцію національної економіки в глобальне середовище. Вирішальна роль у процесі перетворення вищої освіти на реальну інституційно-господарську платформу розвитку інтелектуального капіталу належить узгодженню інтересів визначених акторів, у результаті чого кожному забезпечується прийнятний рівень реалізації його інтересів [86, с. 22].

В умовах асинхронних змін сучасного господарського середовища ускладнюється отримання тривалого ефекту від набутих у процесі навчання знань. Це вимагає не лише різносторонньої фахової підготовки в закладах вищої освіти, а й навчання методикам отримання нових знань протягом усього життя. Задля вирішення проблеми професійної невідповідності й подовження життєвого циклу зайнятості компанії мають створювати умови для професійного розвитку майбутніх робітників через сумісні з вузами навчально-виробничі ініціативи, наприклад, участь в адаптації навчальних планів запитам народного господарства, надання можливості проходження виробничої практики на підприємстві тощо. Скорочення часу відгуку освітньої системи до потреб ринку праці потребує тісного співробітництва між роботодавцями й органами державної влади. Через соціальний діалог громадські організації сприяють високоякісним робочим місцям і стійким трудовим відносинам. Створення потенційного позитивного ефекту в ланцюгу формування та розвитку інтелектуального капіталу вимагає спільних зусиль усіх визначених акторів [12, с. 5].

Формування нового виробничого контуру, заснованого на високоінтелектуальних галузях і новітніх типах виробництва, які використовують інтелект як основний виробничий ресурс, стимулюють бізнес до впровадження інновацій, що спричиняє зростання його зацікавленості в сумісних з закладами освіти/науки проектах. Взаємодія акторів, по-перше, знижує рівень невизначеності та їх витрати, забезпечуючи зовнішню економію; по-друге, створюється можливість комплементарно поєднувати активи та компетенції в найрізноманітніших комбінаціях, що дозволяє безперервно створювати інтелектуальний продукт, втілюючи його в новітніх благах та послугах; по-третє, процес коеволюції всіх секторів створює колективну модель нарощування інтелектуального капіталу. Центральний сегмент накладання кіл спіралі ілюструє цей ефект – досягнення синергії розширеного відтворення, коли всі учасники взаємодії безперервно нарощують інтелектуальний капітал. Ефективність колаборації учасників формування інтелектуального капіталу неможлива в діловому середовищі, де переважають монополізовані структури, вузьке поле горизонтальних зв’язків та вкрай роз’єднаний соціум.

Значна кількість проблем формування та розвитку вітчизняного інтелектуального капіталу пов’язана із слабкістю природних зв’язків необхідних інститутів та акторів його функціонування. Компанії, вищі

навчальні заклади, Національна Академія наук існують незалежно, мають власні цілі та місії, які мало пересікаються між собою. Поштовх до поєднання акторів формування та розвитку інтелектуального капіталу може надати система вищої освіти, як базовий формальний інститут, який приймає безпосередню активну участь у процесі відтворення інтелектуального капіталу.

Визначають два можливих напрями формування коаліції інтересів в освіті: перший – полягає в її ініціюванні «зверху» – державою; другий – заснований на ініціативі «знизу», надаючи кожному з акторів (роботодавцям і спонсорам освіти, педагогам і адміністрації навчальних закладів, студентам і їх батькам, іншим зацікавленим суб'єктам) можливість знайти ефективні форми реалізації його власних інтересів у взаємодії з реалізацією інтересів його потенційних союзників по коаліції (в тому числі представників органів державного управління освітою). Більша ефективність реформ, які відбувалися на основі другого напряму формування коаліції [171, с. 54], доводить необхідність участі в процесах формування та розвитку національного інтелектуального капіталу інститутів громадянського суспільства. Формування громадянського суспільства як учасника відносин з приводу виробництва знань та надання освітніх послуг, викликана тим, що у дійсності члени суспільства є не тільки благоотримувачами розвитку, але й його творцями. Відповідно, сприяння створенню у ньому умов для виконання освітою своїх соціальних функцій залежить від їх активної позиції щодо впливу на процес прийняття політичних рішень.

Стосовно участі держави у процесі надання освітніх послуг, необхідно, на нашу думку, з'ясувати принципову можливість ринку і держави виявляти існуючі потреби у освітньому товарі та сприяти виконанню освітою своїх суспільних функцій. У сфері продукування й передачі знань ми маємо справу як з освітньою послугою, так і з власне знанням, яке є чистим суспільним благом. Тому участь держави у його виробництві зумовлюється змішаною природою останнього. Наприклад, у сфері продукування знань фундаментального характеру досить чітко прослідковується ефект «фрирайдерства», який полягає у прагненні індивіда приховати свої справжні потреби у даному товарі з метою заниження власної готовності сплачувати за нього в надії на те, що його постачання буде здійснено за чужий рахунок. У результаті виникає тенденція до недопостачання відповідних благ ринком, пошук шляхів подолання якої й призводить до стимулювання фундаментальної науки за рахунок держави.

Вищевикладене стосується створення державою умов для реалізації продуктивної функції освіти, яка більшою мірою характерна для функціонування економічної сфери суспільства і, відповідно, сприяє забезпеченню економічного зростання. Щодо соціальних функцій освіти, які доповнюють її продуктивну функцію та сприяють економічному розвитку суспільства, то треба визнати неспроможність ринкових механізмів виявити потребу суспільства у благах даного характеру та спрямувати освіту на ефективне виконання відповідних функцій. Як відзначає Т. Матюк, останні набувають свого конкретного втілення у сприянні встановленню балансу між екологією та економікою (екологічна функція), коригуванні поведінки

економічних суб’єктів (соціалізуюча функція), їх мотивації на співробітництво та взаємодію (координуюча функція), формуванні матеріальних і духовних засад високої соціальної мобільності населення, сприянні суспільним перетворенням та прогресивному розвитку суспільства (модернізуюча функція) [105].

Глибинні причини та сутнісні характеристики виробництва освітніх послуг в вищій школі проявляються у взаємодії в цьому процесі зацікавлених сторін (stakeholders) – зовнішніх та внутрішніх стейкхолдерів у взаємовідносинах з університетами, які представляють модель господарської структури вищої освіти (рис. 1.4).

До зовнішніх стейкхолдерів вищої освіти належать людина, сім’я, бізнес, соціум, держава, до внутрішніх – Міністерство освіти і науки (профільне відомство), керівний склад закладу вищої освіти, студенти, науково-педагогічний корпус. Ключовим суб’єктом сучасних освітніх відносин, на які має орієнтуватися система вищої освіти, виступає людина, що ініціює зміни всього ланцюга виробництва освітніх послуг, від педагогічних до маркетингових технологій. Освіта стає неперервною (впродовж всього життя), повсюдною, людино-орієнтованою за сутністю та множинною за формою, що спричинює оновлення форм організації навчального процесу, спрямованих на індивідуалізацію процесу навчання. Поряд з цим, всі зовнішні стейкхолдери зацікавлені в якісній освіті, що забезпечує конкурентоздатність та суб’єктний потенціал до господарського розвитку кожного з них. Для держави вигідність якісної освіти полягає у патріотичному вихованні, компетентнісній підготовці громадян та їх толерантності, знятті соціальної напруги, подоланні проблем безробіття; для бізнесу – формуванні активного споживача на ринку благ та компетентного фахівця на ринку праці, можливість самозайнятості; для соціуму як локальної соціальної мережі – збереження цінностей мікроцивілізації, досягнення загальної мети без владних відносин тощо.

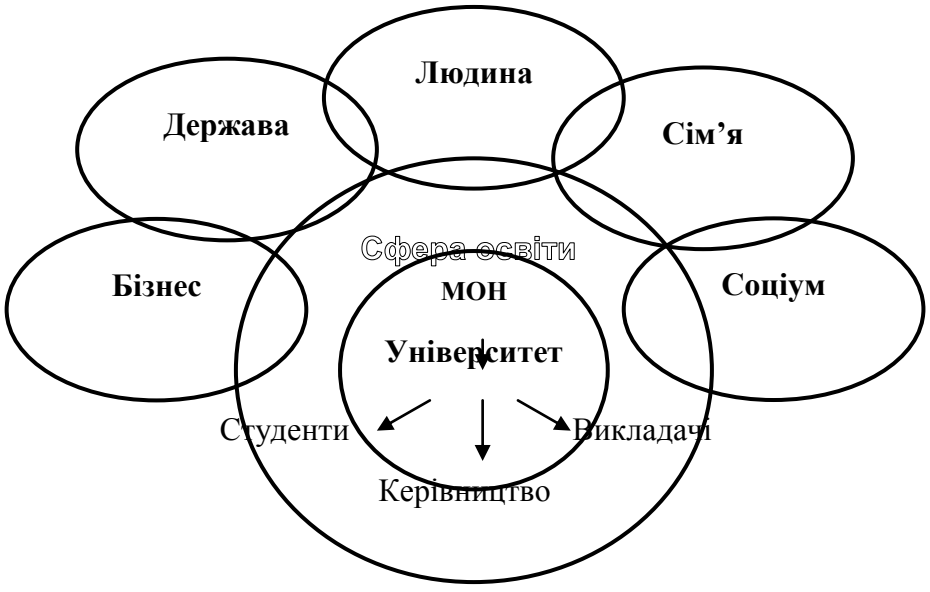

Рисунок 1.4 – Архітектоніка відносин стейкхолдерів у сфері освіти [158]

На наш погляд, посилення процесів глобалізації в усіх сферах (економічній, соціальній, культурній, науково-технічній, освітній) вимагає виділяти серед зовнішніх стейкхолдерів вищої освіти національних і міжнародних суб'єктів, що значно розширює архітектоніку відносин стейкхолдерів у сфері освіти за рахунок включення до неї міжнародних організацій в галузі вищої освіти, зарубіжних університетів та бізнес-середовища (рис. 1.5).

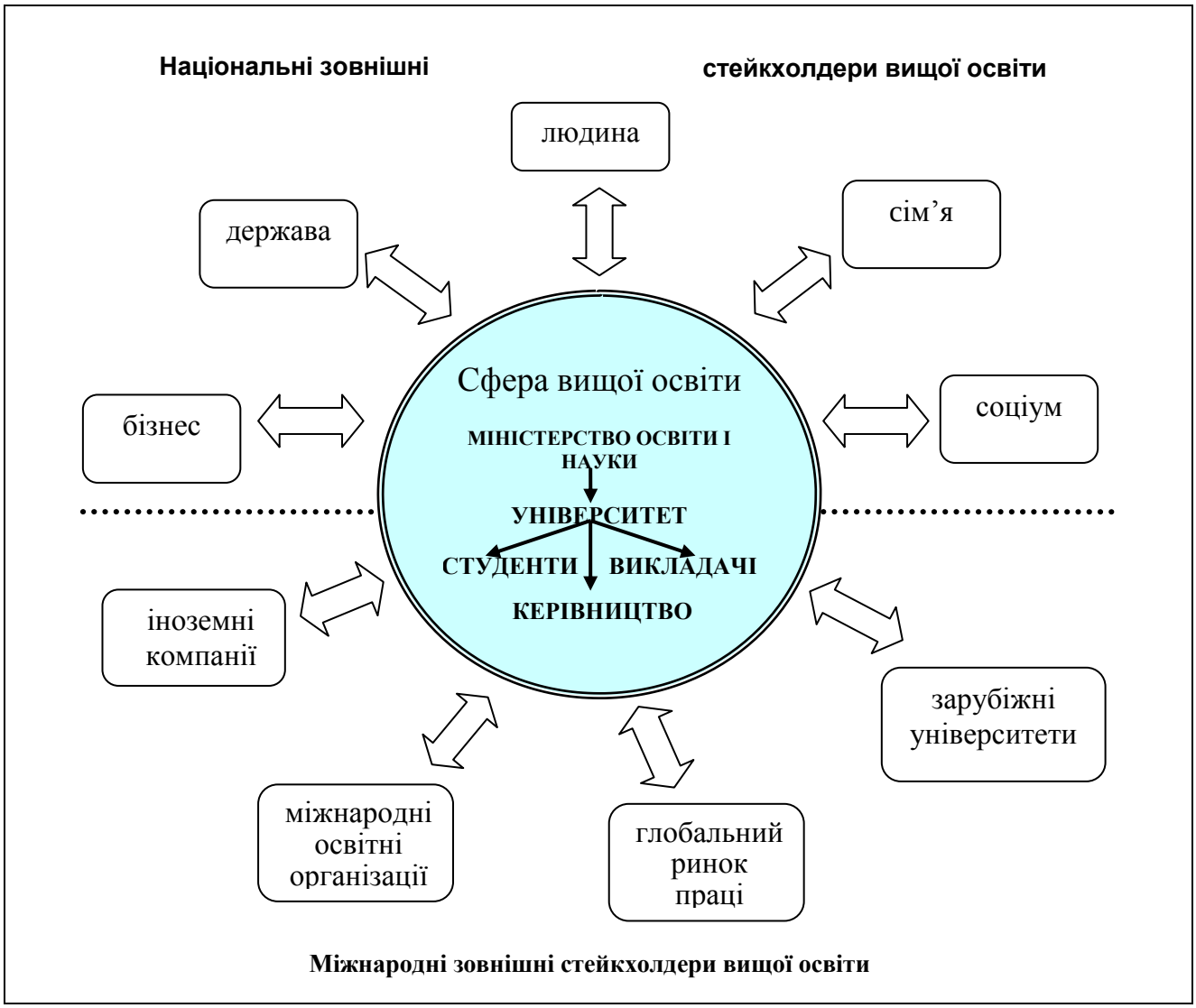

Рисунок 1.5 – Стейкхолдери вищої освіти в умовах глобалізації

Університети взаємодіють із зовнішніми та внутрішніми стейкхолдерами через ринкову інфраструктуру. До неї належать ринок праці, де відбирається науково-педагогічний персонал та формується потреба бізнесу в фахівцях. Цей факторний ринок слугує сигналом для формування галузевого для освіти споживчого ринку, на якому університети знаходять своїх студентів. Ще одним галузевим ринком сфери освіти є інституціональний ринок, на якому формується і «торгується» репутація закладів вищої освіти, сильні позиції ЗВО

на інституціональному ринку дозволяють йому автоматично контролювати споживчий ринок і ринок праці.

Перебудовуючи себе у відповідності до зовнішніх умов, університети формують свою репутацію, що визначає в якості цільової функції – максимізацією престижу. Завдяки хорошій репутації вуз приваблює та утримує адміністраторів і професорів, студентів і фінансові ресурси. Престижні університети, як правило, мають величезні бюджети, високі зарплати співробітників і високий попит з боку абітурієнтів.

У сучасних умовах ЗВО задля забезпечення стабільного функціонування та розвитку на ринку освітніх послуг має діяти в категоріях і на принципах маркетингу, використовувати властиві йому інструменти і прийоми з урахуванням особливостей освітніх послуг, процесів і результатів їх надання. Саме у площині маркетингу знаходяться засоби вирішення проблем виживання та розвитку ЗВО на етапі реформування вищої освіти в Україні та в подальшій перспективі функціонування як невід'ємної складової розширеного відтворення інтелектуального капіталу в умовах ринкових відносин.

1.3. Модель маркетингу-мікс закладу вищої освіти

У сучасних умовах залучення абітурієнтів для забезпечення набору в межах ліцензованих обсягів не може вирішуватися лише за рахунок нечисленного арсеналу заходів профорієнтаційної роботи. Об'єктивно виникла потреба у застосуванні ЗВО інструментів маркетингу в управлінні освітньою діяльністю, а також в процесі удосконалення структури комплексу маркетингу для зміцнення власних конкурентних переваг. Маркетинг, як нова функція управління ЗВО, обумовлює необхідність маркетингового забезпечення його діяльності. На основі цього стає можливою розробка стратегії подальшого розвитку, впровадження якої дозволить отримати стратегічний ефект та закріпити позиції на ринку. Висока конкуренція на ринку послуг вищої освіти спонукає керівництво закладу вищої освіти активізувати діяльність, використовуючи інструменти маркетингу, пропонувати додаткові та унікальні послуги.

Маркетинг у сфері вищої освіти базується на теоретичних положеннях класичного маркетингу, як клієнтоорієнтованої концепції управління, що забезпечує організаціям більш ефективне функціонування та розвиток. Його інструменти, методи та технології значно відрізняються на різних підприємствах, у різних сферах господарювання, залежать від багатьох умов та чинників, специфіки пропонуємого продукту та ринку. Концепція, теорія та практика маркетингу на окремих галузевих ринках тільки формується, у тому числі в сфері вищої освіти [61].

Маркетинг необхідний системі української освіти як інструмент для здійснення її структурної трансформації відповідно до нової якості попиту на фахівців не тільки в економіці та підприємництві, менеджменті, праві та суміжних профілях підготовки, а й у сфері виробництва послуг. За визначенням Ф. Котлера і К. Ф. Фокса під маркетингом освітніх послуг розуміється «дослідження, планування, здійснення і контроль за ретельно спланованими програмами, задуманими, для здійснення добровільного обміну цінностями з