

## ОЗНАКИ СПОЖИВАННЯ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ОСВІТИ: ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД

Д. М. ЗАГІРНЯК, кандидат економічних наук, доцент  
(Кременчуцький національний університет імені Михайла Остроградського)

**Анотація.** *Мета статті полягає у визначенні та систематизації ознак споживання послуг вищої освіти за допомогою атрибутивного аналізу зарубіжного досвіду, що дозволить установити формат участі споживачів у розвитку сфери вищої освіти. Методика дослідження.* *Вирішення поставлених у статті завдань здійснено за допомогою таких методів дослідження: аналізу та синтезу, систематизації та узагальнення, діалектичного підходу. Результати.* Автором визначено основні ознаки споживання послуг вищої освіти: складна природа вибору вищої освіти. У виборі вищої освіти особа керується меркантильними інтересами, основу яких становить фінансовий результат від продажу професійних знань; поєднання студентами навчання з роботою, що демонструє бажання споживача компенсувати невизначеність вибору послуг вищої освіти; загальнодоступність вищої освіти, що корегує вибір щодо зовнішніх вимог: відповідність формальним вимогам до знань, достатність фінансових коштів або ситуація на ринку праці; характер споживання послуг вищої освіти. **Практична значущість результатів дослідження.** Установлено, що підвищення рівня активності особи у споживанні вищої освіти позначиться на параметрах пропозиції, але не в змозі усунути складність вибору. Ознаки демонструють діалектичну єдність особистих інтересів споживачів послуг вищої освіти, які можуть бути задоволені за допомогою затребування їх професійних знань та вмінь роботодавцями. Систематизація ознак дозволяє переосмислити формат участі споживачів у розвитку вищої освіти.

**Ключові слова:** вища освіта, споживання послуг вищої освіти, професія, складність вибору, загальнодоступність вищої освіти, характер споживання, досвід, прагматизм, мерітократія.

**Постановка проблеми в загальному вигляді та зв'язок із найважливішими науковими чи практичними завданнями.** В українському суспільстві сформувалися стійкі стереотипи щодо ставлення до вищої освіти (далі – ВО). Отримання професійних знань, умінь і навичок особа, насамперед, пов'язує з майбутньою професійною діяльністю. Як потенційні, так і реальні споживачі послуг вищої освіти (далі – ПВО) сподіваються, що професія дозволить їм отримувати гідний зарібок, тобто професійна реалізація пов'язана з матеріальним благополуччям. Добробут у поєднанні із суспільним визнанням визначає соціальний статус особи. Крім кар'єри, в індивідуума з'являється можливість самореалізації в суспільно-політичному житті. Особа покладає на ВО багато очікувань, які й утво-

рюють стійкі стереотипи. Реалізація очікувань потребує пошуку відповідей на численні питання, розв'язання багатьох проблем і подолання перешкод. За цих обставин виникає питання, якою мірою особа самостійно може знайти відповіді на питання, прийняти правильне рішення та подолати перешкоди. Від того, як особа впорається з цими завданнями, залежить задоволення професійно-кваліфікаційних потреб роботодавців і благополуччя суспільства загалом.

З одного боку, перманентні реформи вітчизняної ВО постійно змінюють формат споживання ПВО, а з іншого, запекла конкуренція вищих навчальних закладів не дозволяє виявити та знайти пояснення особливостям поведінки споживачів ПВО. Тому доречним є звернення до закордонного досвіду, який

дозволяє неупереджено вивчити ознаки споживання ПВО.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** У кожній іноземній публікації за тематикою вищої школи студенти розглядаються в тому чи тому ракурсі. В. Вріс (W. Vries) і М. Слоуї (M. Slowey) шукали відповіді на складні питання сприйняття особистістю ВО [1]. Д. Ділл (D. Dill) розглядав поведінку споживачів ПВО з огляду на діяльність вищих навчальних закладів і дотримання інтересів суспільства [2]. Б. Пуссер (B. Pusser) виявив економічну користь ВО для особистості [3]. М. Паулсен (M. Paulsen) розглянув економіку людського капіталу в контексті інвестицій у ВО [4]. Через призму ісламського менталітету А. Ачикгенч (A. Açıkgenç) визначив місце ВО у системі освіти [5]. Б. Рідінгс (B. Readings) аналізував поведінку студентів у розрізі їх суспільної активності в 1968 р., коли вони були рушійною силою історії [6]. Дж. Нейснер (J. Neusner) і Н. Нейснер (N. Neusner) з'ясували, хто повинен іти до коледжу, та застерегли споживача щодо продажу не знань, а «репутації» [7]. А. Зомер (A. Zomer), П. Бенневоз (P. Benneworth) визначили місце особистості в підйомі третьої місії університету [8]. Д. Робертсон (D. Robertson) головним аргументом у дискусії щодо змін ВО у XXI ст. називає чільне місце студента як головного архітектора університету [9]. Д. Бок (D. Bok) уболіває за вибір студентів із позицій захисту освітніх цінностей [10]. Аналіз публікацій довів, що різноманітність ракурсів не розширює, а уточнює коло проблем, які аналізуються. Оскільки тести рясніють взаємним цитуванням, то розширення переліку публікацій недоцільне, адже не допускає перехід кількості думок в іншу якість їх інтерпретації. Відсутність єдності думок щодо ознак споживання ПВО виключає наявність підходу, який на рівні причинно-наслідкових зв'язків пояснює їх присутність.

**Формування цілей статті (постановка завдання).** Мета статті – за допомогою атрибутивного аналізу зарубіжного досвіду визначити й систематизувати прикмети споживання послуг вищої освіти, що дозволить установити формат участі споживачів у розвитку сфери вищої освіти.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Процес обрання особою майбутньої професії має світовий масштаб, оскільки поділяє людей на дві категорії: тих, хто визначився заздалегідь (ранній вибір), і тих, для кого вибір є проблемою аж до подачі заяв до вищих навчальних закладів (пізній вибір). Особи, які обізнані щодо майбутніх професійних теренів, не обтяжені вибором вищих навчальних закладів, якщо професія потребує ВО. Існує думка, що сенс ВО детермінується її важливим значенням в економіці та впливом на майбутнє суспільства. ВО є тканиною досвіду, а городяни проводять у вищих навчальних закладах значну частину дорослого життя. Для багатьох людей ВО є найбільшим або другим за значенням споживчим рішенням [11, с. 10]. Слід визнати, що вибір майбутньої професії є значущим вчинком особистості щодо успішної самореалізації.

Вищий рівень професійних знань є вихідною умовою деяких професій, а тому їх затребування породжує попит ПВО, тобто освітня потреба – вторинна. Дослідження довели, що розширення секторів економіки та галузей промисловості не завжди враховувало наявність в осіб потрібної ВО, наприклад, аналіз вакансій в Інтернеті в реальному часі протягом рецесії 2006–2009 рр., яку відрізняв високий рівень безробіття, довів невідповідність між вакансіями та освітою робітників [11, с. 11]. Отже, вторинний характер попиту ПВО привносить ризики в обрання ВО, пов'язані зі змінами в попиті на ринку праці.

Споживачі ПВО, керуючись здоровим глуздом, рано чи пізно, ставлять під сумнів правильність вибору. Сумнів іманентний будь-якій особі, яка приймає рішення в умовах невизначеності. Оскільки рішення щодо вибору професії приймається, як мінімум, на три–п'ять років наперед, то завжди існує ймовірність помилки. Тому особи, рано чи пізно, сумніваються щодо правильності вибору професії. Саме сумнів є якісною особливістю поведінки споживачів ПВО. Априорі вибір професії має проблематичний характер для населення цивілізованих країн. Отже, першою ознакою споживання ПВО слід уважати складну природу вибору ВО.

Цю ознаку розглядає кожен із вищезгаданих авторів. Так, М. Паулсен указує на багатоас-

пектність вибору споживача. Спочатку абітурієнти вирішують, чи вступати до коледжу, а якщо «так», до якого. Далі студенти вирішують, чи варто реєструватися кожний семестр і рік або слід переривати навчання [4, с. 56]. Автор розглядає інвестиції у ВО з позицій теорії людського капіталу. Останні 40 років, на його думку, теорія була корисною для економіки ВО завдяки емпіричному обґрунтуванню економічного явища, пов'язаного з вибором ВО. Спроба пояснити вибір спостерігається в багатьох сучасних соціально-економічних і соціологічних теоріях. Так, А. Зомер і П. Бенневоз вважають появу суспільства знань результатом соціальних змін. Із посиленням значущості знань капітал як основа економічного успіху втілюється в індивідуумах у капітал знань і сприяє їх взаємодії задля створення знань [8, с. 85, 86]. Метафорично Д. Робертсон вважає, що людина після певного моменту життя має дві важливі відповідальності – здоров'я та інтелектуальний капітал [9, с. 91]. Д. Бок наголошує на тому, що абітурієнти вибирають вищі навчальні заклади практично наосліп, оскільки не мають часу й інформації для вивчення можливостей та порівняння вишів. Зазвичай споживчий вибір досить обмежений [10, с.179]. Отже, автори намагаються зрозуміти це економічне явище, притаманне вищій школі.

Деякі фахівці вбачають у явищі виключно економічний сенс. Дж. і Н. Нейснер теоретично не обґрунтовують крайню форму прагматизму в намірах потенційних споживачів ПВО, бо вважають, що для більшості батьків освіта як товар починається з фінансового сенсу. Це, на їх думку, пояснює, чому ВО в коледжі продається в якості інвестицій [7, с. 100]. Аналогічної думки дотримується Д. Робертсон, який відповідальний вибір індивідуума пояснює прагненням максимізувати віддачу від інвестицій часу та грошей у ВО [9, с. 79]. Існує думка, що справжня мета споживача ПВО – отримати сертифікат [12, с. 25]. Виходячи з цих суджень, вибір ВО нескладний, оскільки є функцією зворотного зв'язку між інвестиціями та максимальною користю.

Споживчий вибір ВО ускладнюють дії держави. Д. Ділл зачіпає проблему втручання держави й суспільства у вибір ПВО. Він певен, що раціональний вибір особи ефективніший за державну бюрократію як засіб управління

поведінкою уряду [2, с. 23]. Якщо дотримуватися цієї логіки, то державні програми, стратегії та доктрини належать до бюрократично-адміністративних методів. Раціональний вибір споживача потребує дотримання умов, наприклад, володіння споживачами й вищими навчальними закладами як економічними агентами «ідеальною» інформацією щодо ціни та якості ПВО. Д. Ділл доводить, що володіння студентами інформацією щодо якості освітніх програм робить їх вибір потужним стимулом для університету щодо їх поліпшення, водночас збільшуючи корисний для суспільства людський капітал [2, с. 28]. Раціональний вибір за певних умов корисний для суспільства, а тому, вдалий вибір особою ВО є вихідною умовою суспільного блага. Отже, якщо суспільство бажає отримати користь від ВО, воно повинне надати особі можливість раціонального вибору.

Корисність людського капіталу для суспільства доведена М. Паулсеном. На його думку, інвестиції у ВО привабливі як для індивідуальних, так і для державних інвесторів, бо сприяють підвищенню продуктивності праці, що завбачає вищий заробіток, а тому і вищий рівень життя. Зростання продуктивності розширює виробничі потужності, що передбачає наймання робітників. Автор убачає, що інвестиції в людський капітал обумовлюють збільшення рівня місцевого, регіонального й національного виробництва та доходу [4, с. 56]. Соціальна мобільність є однією з очевидних цілей сучасної системи ВО. Так вважає Б. Пуссер, який трактує її як основний чинник генерації особистої економічної вигоди. Освіта є приватним благом, тобто дозволяє людям домогтися успіху в соціальній та економічній конкуренції [3, с. 119]. На прикладний характер університетського навчання вказує Б. Рідінгс. На його думку, студенти, по суті, займаються самоакредитацією, підготовкою до ринку праці [6, с. 217]. На думку групи вчених, взаємодія людини й виробничого підприємства створює соціальну цінність, але статистичні відомості про це відсутні. Інвестиції в кар'єру громадян – чи не єдина мотивація суспільства щодо сприяння та участі у ВО. Також важливим є моральний компонент навчання [11, с. 12]. Подібні міркування відбивають пошук компромісу між суспільними та особистими інтересами за допомогою державної фінансової підтримки ВО.

Д. Робертсон указує на зріст масштабів та ускладнення впливу чинників на вибір ВО. Це зумовить більш раннє планування особою ВО, що підвищить імовірність вступу до вищого навчального закладу, з одного боку, і з'єднає в одному кластері освітні, трудові й фінансові рішення, з іншого. На думку автора, відбудеться реконструкція античних образів студентів, але домінувати в управлінні поведінкою студентів буде майбутній заробіток [9, с. 79–80]. А. Зомер і П. Бенневоз відзначають, що інтернаціоналізація відкриває нові потенційні ринки для студентів [8, с. 81]. Збільшення чинників і масштабу їх дії постійно ускладнює вибір ВО, що змушує споживачів шукати оригінальні шляхи виходу зі складної ситуації.

А. Ачикгенч жалкує, що більшість студентів неправильно розуміють місію університету. Вони розцінюють сучасні знання не як наукове мислення епохи, а як шанс отримати кращу роботу. Студенти не прагнуть бути успішними в освоєнні навчальної програми. Університет, на його думку, для тих, хто прагне влаштуватися на роботу для отримання засобів до існування [5, с. 41]. Те, що студенти не виявляють пієтету до знань, слід розглядати як прояв утилітаризму у ставленні до ВО. Для них знання потрібні не заради володіння ними, а для застосування в майбутній професійній діяльності. Студенти ставляться до вищого навчального закладу не як до храму знань, а як до постачальника ПВО. Послуга сприймається студентами як неминучість, якої неможливо уникнути, якщо за мету вибрано певну професію. Добровільний вибір професії за обов'язкової наявності ВО переконує у діалектиці процесу вибору. Отже, складність вибору детермінується діалектикою, що підкреслює і без того нелегке рішення особи.

У виборі ВО особа керується виключно меркантильними інтересами, підґрунтям яких є гіпотетичний фінансовий результат від продажу професійних знань, умінь і навичок. Багато чинників визначають споживчий вибір, але при цьому домінують пропаганда й агітація вищих навчальних закладів. Будучи неосвіченою у перипетіях пропагандистських баталій, особа відчуває труднощі вибору ВО. Під час вибору ВО особа не відчуває морального задоволення та турботи про суспільне благо. Теоретично доведено, що інвестиції у ВО сприяють підвищенню суспільного

блага, але інтереси суспільства похідні від інтересів особи.

Друга ознака споживання ПВО – поєднання студентами навчання з роботою. Старше покоління пам'ятає суворі обмеження і заборону на роботу студентів денної форми навчання за часів радянської влади. Тоді, зазвичай, студенти працювали на канікулах, а під час навчання легально влаштуватися на роботу вдавалося одиницям. Адміністрація вищого навчального закладу негативно ставилася до студентів, які працюють, пропонуючи їм перевестися на вечірню або заочну форму навчання. За останню чверть століття ситуація змінилася. Навчаючись за контрактом на стаціонарі, чимало студентів оплачують своє навчання. Роботодавці йдуть їм назустріч, керуючись різними мотивами. Ця ситуація стала злободенною для української СВО, однак обділена увагою вітчизняних освітян, у той час, як їх зарубіжні колеги давно її обговорюють. Так, М. Паулсен звертає увагу, що студенти, які складають малочисельну групу вихідців із бідних сімей, поєднують навчання з роботою. Група має виражені вікову та географічну ознаки. Студенти працюють неповний день і прагнуть у короткий термін отримати диплом в академічній чи професійній галузі або сертифікат. Автор констатує, що чимало студентів коледжу не ставлять за мету завершити програму навчання [4, с. 66–67]. На відміну від іноземців, українські студенти вважають за доцільне завершити в установленій термін програму навчання за вибраним освітнім ступенем. Якщо навіть із якихось причин студент не зміг продовжити навчання, то за зручних обставин він обов'язково його завершить. Слід визнати, що в українському суспільстві на побутовому рівні та у трудових відносинах існує осуд тих, хто не зміг отримати диплом. Неповажне та презирливе ставлення з боку оточуючих примушує колишніх студентів завершити навчання.

Студенти сумніваються: з одного боку, вони розуміють важливість і необхідність ВО, а з іншого, вони бажають швидкої професійної реалізації, яка передбачає, як мінімум, повну фінансову незалежність. У такому разі студентами керує прагматизм, заснований на досвіді багатьох поколінь і здоровому глузді. Досвід, зокрема соціальний, надзвичайно важливий



для студентів. Його прикладом є студентська автономія як реакція на педагогічні інновації, пов'язані з реалізацією Болонського процесу. Сучасні студенти не мають академічні пріоритети, оскільки зацікавлені в оплачуваній роботі, а навчанню приділяють усе менше часу [12, с. 21–22, 24].

М. Паулсен наводить відомості щодо ставлення індивідууму до ВО. По-перше, середньостатистичний студент коледжу не отримав ступінь або сертифікат, а також жоден – протягом терміну навчання. Його заробіток на 9–13 % більше, ніж у випускника середньої школи. По-друге, студенти коледжу будь-якої спеціальності в середньому після року навчання заробляють на 5–8 % більше однолітків, які працюють після середньої школи. Збільшення дорівнює кредиту за рік навчання у коледжі. По-третє, через п'ять років після закінчення школи річний заробіток відрізнявся в категорій працівників: тих, хто пройшов шестимісячну професійну підготовку; тих, хто два роки навчався в коледжі; тих, хто закінчив тільки середню школу. Автор робить висновок на користь інвестицій у суб-бакалаврат, через короткостроковість навчання, соціальне забезпечення, потребу в робочій силі, суттєвий заробіток [4, с. 71]. Українські реалії інші, наприклад, більшість молодших спеціалістів без перерви йшли вчитися у бакалаврат, а бакалаври продовжували навчання в магістратурі або здобували освітньо-кваліфікаційний рівень спеціаліста. Більшість українців прагнули отримати ВО, сподіваючись, що вищий рівень освіти сприятиме успіху на ринку праці. Отже, існує два різних підходи: зарубіжний віддає перевагу практичним умінням і навичкам, а вітчизняний – теоретичним знанням.

Друга ознака демонструє бажання споживача компенсувати невизначеність вибору ПВО. Ця ознака, по суті, є логічним наслідком першої. Усвідомлюючи похідний характер ПВО, споживач намагається якомога раніше адаптуватися на ринку праці.

Третя ознака – загальнодоступність ВО. Незважаючи на масовість і наявність усіляких джерел фінансування, доступність ВО, як і раніше, залишається стримувальним чинником розвитку особистості. М. Паулсен стверджує, що швидко зростаючий заробіток обумовлює збільшення числа студентів, але

не достатній для компенсації негативного ефекту, пов'язаного зі зниженням доступності навчання у коледжі осіб з малозабезпечених груп населення або нацменшин [4, с. 64]. Тому необхідно, зважаючи на те, що основу поведінки споживачів ПВО становлять не тільки потреби, але і можливості їх задоволення. Дж. і Н. Нейснери визнають, що не всі можуть від природи мислити абстрактно, розуміти прочитане або писати зрозуміло та правильно. Очевидно, що більшість із них не можуть отримати вигоду з ВО [7, с. 111]. На відміну від попереднього автора, Дж. і Н. Нейснери роблять акцент на біогенній причині відмови від ВО.

В. Вріс і М. Слоуї підкреслюють, що ВО як була долею обраних, так і залишилась механізмом відтворення соціальної нерівності. Автори вказують на поєднання освітніх стандартів з обмеженою кількістю місць в університетах. Через це значна частина потенційних студентів відчуває труднощі в засвоєнні знань і не здатна досягти успіху у традиційному дослідному університеті. Якщо в 1970-ті рр. повна середня освіта дозволяла майже автоматично вступати до вищого навчального закладу, то сьогодні можливості отримання ВО або підвищення кваліфікації в більшості дослідних вищих навчальних закладів набули вибірковості. Автори резюмують, що впровадження ринкових механізмів сегментувало і диференціювало систему ВО [1, с. 219]. Будь-яка форма вибірковості ВО є стримувальним чинником, що регулює доступ на ринок праці осіб із ВО.

Дивлячись у майбутнє, Д. Робертсон передбачає розшарування систем ВО, що дозволить студентам отримати освіту відповідно до здібностей, виключаючи соціальні або станові заборони. Економічні обмеження мають істотне значення. Надлишок випускників на ринку праці виключає відносні переваги від наявності ВО у вигляді вищої заробітної плати та премій, тобто існує межа ефективності ВО щодо особи. Автор зазначає, що попит на ВО детермінується статусом індивідуумів, їх прагненням володіти атрибутами, що демонструють перевагу над іншими. Вочевидь, що ВО майбутнього залежатиме від ціни, тобто доступ для окремих груп населення зажадає наявності субсидій. Автор припускає, що коштовна очна форма навчання стане засобом, за

допомогою якого еліти куплятимуть автентичність ВО [9, с. 81–82]. Отже, якщо вищий заробіток мотивує вибір ВО, то його відсутність, навпаки. Саморегуляція ринку ПВО існує відповідно до потреб ринку праці.

Третя ознака вказує на наявність як соціогенних, так і біогенних обмежень доступу до ВО. Контекст подання ознаки переконує у тому, що автори сприймають її як належне. Наявність такої визначає різноманітність осіб у соціумі та наявність натурального відбору як невід'ємної складової прагматизму. Якщо друга ознака ґрунтується на рішенні особи, то третя корегує вибір щодо зовнішніх вимог: відповідність формальним вимогам до знань, достатність фінансових коштів або ситуація на ринку праці. Будь-яке зовнішнє обмеження є відносним, оскільки його подолання залежить від сили прагнень індивідуума. Розумова схильність індивіда до ВО залишається обмеженням, яке не береться до уваги. Отже, впливаючи на вибір ВО, друга та третя ознаки з різних боків знижують рівень складності.

Четверта ознака – характер споживання ПВО. Б. Рідінгс ототожнює студентську апатію зі споживацьким ставленням до ВО. Він апелює до статті у «The Sunday Times», у якій апатія британських студентів пояснюється «новим прагматизмом», коли студентська політика заснована не на ідеології, а на реальних потребах [6, с. 216, 220]. Д. Бок певен, що не існує надійного критерію, що дозволяє студентам визначити, де вони зможуть отримати більше знань [10, с. 178–179]. А. Ачикгенч, навпаки, не зараховує, зазвичай, людей до пасивних споживачів знань. Їх активність сприяє процесу навчання, який вважається «активним» [5, с. 41].

Дж. і Н. Нейснери пояснюють проблему вибору ВО корисливими діями вищих навчальних закладів, які за допомогою недбалих прийомів нав'язують ПВО. За рівнем необізнаності й безглуздя клієнтів ринок ПВО, на їх погляд, конкурує з ринком старих авто. Люди необачно придбавають ПВО, оскільки звертають увагу на зовнішні атрибути, а не на суть освіти. Автори визнають, що ВО сприяє хорошій роботі й кар'єрі, бо коледжі збільшують додану вартість у вигляді здатності ясно мислити та творчо аналізувати проблеми [7, с. 94–95]. Слід погодитись з авторами, що потенційні споживачі не в змозі адекватно

сприйняти пропозицію вищого навчального закладу. Їх помилка полягає в реакції на зовнішні атрибути, які не гарантують якості ПВО. Якісна ПВО збільшує інтелектуальні здібності, чим підвищує шанс зробити кар'єру. Поведінка вищого навчального закладу передбачувана й виправдана в ринкових умовах, а споживач дозволяє ввести себе в оману. Практичність споживача виявляється виключно у фінансових інтересах. Отже, поведінка особи є симбіозом необачності та здорового глузду, що підтверджує наявність вищезазначеної ознаки споживання ПВО.

Важко не потрапити під вплив Д. Робертсона, який різнобічно прогнозує зміну характеру споживання ПВО в осяжному майбутньому. Виокремимо чотири аспекти в його міркуваннях. Перший – демографічний. Автор характеризує поведінку студентів наприкінці ХХ ст. як короткостроковий гедонізм. Сучасна модель споживання ВО є стійкою, оскільки частка студентів, які впевнені у працевлаштуванні, у Європі становить 10 %, а в Америці та Японії – 25 %. Якщо останні 50 років студенти були залежними й безвідповідальними, то надалі особа плануватиме й свідомо прийматиме рішення щодо ВО. Це є наслідком змін демографічного складу студентів, які подорослішають, а їх досвідченість покращить шанси на працевлаштування [9, с. 79–80]. Другий аспект – економічний. Вибір ПВО, на думку автора, стане провідним, адже витрати на ВО перейдуть від суспільства до особи, що відіб'ється у структурі навчального плану, цінній політиці та інформаційному забезпеченні. Тягар витрат зажадає від сім'ї планування кар'єри дітей із раннього віку. Це розвине управлінські й фінансові навички, тобто прискориться соціально-економічне дозрівання, яке раніше наставало в пізньому підлітковому віці. Під тиском студентів-споживачів частина вищих навчальних закладів відстоїть ринкові позиції за рахунок якості ПВО, а інші – у боротьбі за прибуток – шукатимуть інші стимули. Для обрання якісних ПВО студенти мають бути краще інформованими [9, с. 87–89]. Третій аспект – змістовний. Д. Робертсон пояснює необізнаність сучасних студентів вивченням об'єктивних закономірностей. У ХХІ ст. відбудеться переформатування більшості навчальних дисциплін, що позначиться на студентах як споживачах. Інституційний підхід

до знань поступиться місцем підходу, заснованому на використанні знань щодо розв'язання конкретних соціальних або економічних проблем [9, с. 88–89]. Четвертий аспект – особистісний. Автор стверджує, що сучасні студенти не готові та не бажають відповідальності. У майбутньому універсалізація ВО змінить соціальний склад студентства. У наступні 50 років з'явиться образ студента-громадянина, який вчитиметься протягом життя. Зросте передбачуваність студентів, а вплив вищих навчальних закладів зменшиться. Уже зараз студенти сприймають інтелектуальний капітал як власність, яка визначається кар'єрою [9, с. 90]. Різні аспекти переконують у невідворотності кардинальних змін у характері споживання ПВО. Активізація ролі споживача неодмінно знизить ризики вибору ВО. Однак необхідний збіг багатьох обставин є малоймовірним. Утім,

вектор трансформації характеру споживання ПВО вказано правильно.

Б. Рідінгс теж вважає, що в довгостроковій перспективі студентська пасивність більш виняток ніж правило [6, с. 216]. Зміна характеру споживання ПВО також відображається в активній взаємодії студентів із навчальним закладом у процесі навчання. Студенти, які більш інтегровані в життя університету, досягають значних успіхів у професії. Отже, для студентів взаємодія важлива із прагматичних позицій індивідуальної стратегії конкурентоспроможності [12, с. 22–23].

Підвищення рівня активності особистості у споживанні ВО, насамперед, позначиться на параметрах пропозиції, але не в змозі повністю усунути складність вибору. Ознаки споживання ВО зображено на рис. 1.

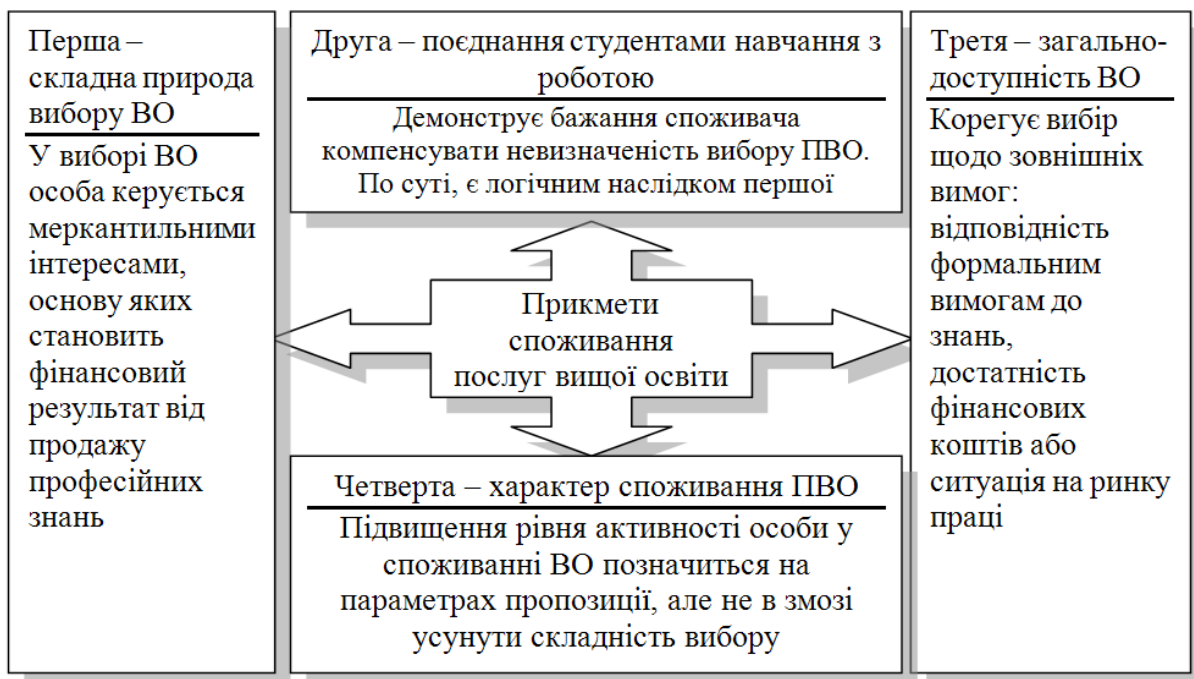


Рис. 1. Прикмети споживання послуг вищої освіти

Показані на рис. 1 ознаки демонструють діалектичну єдність особистих інтересів споживачів ПВО, які можуть бути задоволені за допомогою затребуваності їх професійних знань та умінь роботодавцями. Якщо друга ознака демонструє наміри споживача скоротити шлях до затребування, то третя – зовнішні чинники, що регулюють якісні та кількісні параметри попиту. Четверта ознака відображає підвищення відповідальності особистості у споживанні ПВО, що сприяє підвищенню рівня організації системи ВО загалом.

ванні ПВО, що сприяє підвищенню рівня організації системи ВО загалом.

**Висновки із зазначених проблем і перспективи подальших досліджень у поданому напрямку.** Вищевикладене дозволило зробити висновки. По-перше, основу вибору ПВО становлять егоцентричні устремління особи, прагнення на підвищення цінності професійно-кваліфікаційних якостей. По-друге, завдяки поєднанню навчання з роботою

індивід оптимізує споживання послуги. По-третє, доступність ПВО визначається зовнішніми умовами, які не дозволяють попиту значно перевищувати пропозицію. По-четверте, поведінка споживачів ПВО стає відповідальнішою, що підвищує їх якість. По-п'яте, ознаки споживання ПВО – окремий випадок державної політики мерітократії. Так, Д. Робертсон указує на мерітократичний тиск на студентів [9, с. 79], а Нейснери згадують про мерітократію, коли йдеться про середній клас [7, с. 95–96]. Мерітократія за допомогою ВО створює початкові умови для обдарованих і працьовитих людей, щоб у майбутньому вони мали шанс зайняти високе суспільне становище в умовах вільної конкуренції.

### ЛІТЕРАТУРА

1. Vries W. Concluding Reflections. Between Humboldt and Newman: Marketization and Global Contributions in Contemporary Higher Education / W. Vries, M. Slowey // *State and Market in Higher Education Reforms: Trends, Policies and Experiences in Comparative Perspective* ; [Eds. H. G. Schuetze, G. A. Mendiola]. – AW Rotterdam : Sense Publishers, 2012. – P. 215–223. (Series «Comparative and International Education», Volume 13).
2. Dill D. D. Public Policy Design and University Reform: Insights into Academic Change / D. D. Dill // *Reforming Higher Education: Public Policy Design and Implementation* ; [Eds. Chr. Musselin, P.N. Teixeira]. – Dordrecht : Springer, 2014. – P. 21–38. (Series «Higher Education Dynamics», Volume 41).
3. Pusser B. Higher Education, the Emerging Market, and the Public Good / B. Pusser // *The knowledge economy and postsecondary education: Report of a workshop* / Center for Education, Division of Behavioral and Social Sciences and Education, National Research Council ; [Eds. P. A. Graham, N. G. Stacey]. – Washington, DC : National Academy Press, 2002. – 206 p.
4. Paulsen M. The Economics of Human Capital and Investment in Higher Education / M. Paulsen // *The finance of higher education: theory, research, policy, and practice*; [Eds. M. Paulsen, J. Smart]. New York : Agathon Press A division of Algora Publishing, 2001. – P. 55–94.
5. Açıkgenç A. Challenges and new trends in higher education /A. Açıkgenç // *Higher Education in the Twenty-First Century: Issues and Challenges* ; [Eds. A. Y. Al-Hawaj, W. Elali, E.H. Twizell]. – London : Taylor & Francis Group, 2008. – P. 29–46.
6. Ридингс Б. Университеты в руинах / Б. Ридингс ; пер. с англ. А. М. Корбута. – Москва : Изд. дом Гос. ун-та Высшей школы экономики, 2010. – 304 с.
7. Neusner J. Reaffirming Higher Education / J. Neusner, N. Neusner; [With an epilogue by W. Green]. – New Brunswick : Transaction Publishing, 2000. – 209 p.
8. Zomer A. The Rise of the University's Third Mission / A. Zomer, P. Benneworth // *Reform of Higher Education in Europe* ; [Eds. J. Enders, H. F. de Boer, D. F. Westerheijden]. – AW Rotterdam : Sense Publishers, 2011. – P. 81–101.
9. Robertson D. Students as Consumers: The Individualization of Competitive Advantage / D. Robertson // *Higher Education Reformed* ; [Edited by P. Scott]. – London : Falmer Press, 2005. – P. 77–92.
10. Бок Д. Университеты в условиях рынка. Коммерциализация высшего образования / Д. Бок ; пер. с англ. С. Карпа. – Москва : Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 224 с.
11. Improving Measurement of Productivity in Higher Education. Panel on Measuring Higher Education Productivity : Conceptual Framework and Data Needs / National Research Council, Committee on National Statistics and Board on Testing and Assessment, Division of Behavioral and Social Sciences and Education; [Eds T. Sullivan, C. Mackie, W. Massy, E. Sinha]. – Washington : The National Academies Press, 2012. – 210 p.
12. Change Dynamics and Higher Education Reforms: Effects on Education, Research, Governance and Academic Profession /



[P. Maassen, M. Nerland, R. Pinheiro and other] // Effects of Higher Education Reforms: Change Dynamics; [Eds. M. Vukasović, P. Maassen, M. Nerland, R. Pinheiro, B. Stensaker, A. Vabø]. – AW Rotterdam : Sense Publishers, 2012. – P. 1–16. (Series «Higher Education Research in the 21st Century», Volume 4).

## REFERENCES

1. Vries, W. & Slowey, M. (2012). State and Market in Higher Education Reforms : Trends, Policies and Experiences in Comparative Perspective. *Concluding Reflections. Between Humboldt and Newman: Marketization and Global Contributions in Contemporary Higher Education*. H. G. Schuetze, G. Á. Mendiola (Eds.), (pp. 215–223). AW Rotterdam : Sense Publishers (Series «Comparative and International Education», Volume 13).
2. Dill, D. D. (2014). Reforming Higher Education: Public Policy Design and Implementation. *Public Policy Design and University Reform: Insights into Academic Change*. Chr. Musselin, P.N. Teixeira (Eds.), (pp. 21–38). Dordrecht : Springer (Series «Higher Education Dynamics», Volume 41).
3. Pusser, B. (2002). The knowledge economy and postsecondary education: Report of a workshop / Center for Education, Division of Behavioral and Social Sciences and Education, National Research Council. *Higher Education, the Emerging Market, and the Public Good*. P. A. Graham, N. G. Stacey (Eds.). Washington, DC : National Academy Press.
4. Paulsen, M. (2001). The finance of higher education: theory, research, policy, and practice. *The Economics of Human Capital and Investment in Higher Education*. M. Paulsen, J. Smart (Eds.), (pp. 55–94). New York : Agathon Press A division of Algora Publishing.
5. Açikgenç, A. (2008). Higher Education in the Twenty-First Century: Issues and Challenges. *Challenges and new trends in higher education* A.Y. Al-Hawaj, W. Elali, E. H. Twizell (Eds.), (pp. 29–46). London : Taylor & Francis Group.
6. Ridings, B. (2010). *Universitety v ruinah [Universities in ruins]* (A. M. Korbuta, Trans.). Moscow : Izd. dom Gos. un-ta Vysshej shkoly ekonomiki [in Russian].
7. Neusner, J. Neusner N. (2000). Reaffirming Higher Education. New Brunswick : Transaction Publishing.
8. Zomer, A. & Benneworth, P. (2011). Reform of Higher Education in Europe. *The Rise of the University's Third Mission*. J. Enders, H. F. de Boer, D. F. Westerheijden (Eds.), (pp. 81–101). AW Rotterdam : Sense Publishers.
9. Robertson, D. (2005). Higher Education Reformed. *Students as Consumers: The Individualization of Competitive Advantage*. P. Scott (Ed.), (pp. 77–92). London : Falmer Press.
10. Bok, D. (2012). *Universitety v usloviyah rynka. Kommerzializaciya vysshego obrazovaniya [Universities in market conditions. Commercialization of higher education]*. (S. Karp, Trans.). Moscow : Izd. dom Vysshej shkoly ekonomiki [in Russian].
11. Sullivan, T., Mackie, C., Massy, W. & Sinha, E. (Eds.) (2012). *Improving Measurement of Productivity in Higher Education. Panel on Measuring Higher Education Productivity: Conceptual Framework and Data Needs*. Washington : The National Academies Press.
12. P. Maassen, M. Nerland, R. Pinheiro et al. (2012). Effects of Higher Education Reforms: Change Dynamics. *Change Dynamics and Higher Education Reforms: Effects on Education, Research, Governance and Academic Profession*. M. Vukasović, P. Maassen, M. Nerland, R. Pinheiro, B. Stensaker, A. Vabø (Eds.), (pp. 1–16). AW Rotterdam: Sense Publishers (Series «Higher Education Research in the 21st Century», Volume 4).

**Д. М. Загурняк**, кандидат экономических наук, доцент (Кременчугский национальный университет имени Михаила Остроградского). **Признаки потребления услуг высшего образования: зарубежный опыт.**

**Аннотация.** Цель статьи заключается в определении и систематизации признаков

потребления услуг высшего образования с помощью атрибутивного анализа зарубежного опыта, что позволит установить формат участия потребителей в развитии сферы высшего образования. **Методика исследования.** Решение поставленных в статье задач осуществлено с помощью таких методов исследования: анализа и синтеза, систематизации и обобщения, диалектического подхода. **Результаты.** Первый признак – сложная природа выбора высшего образования. В выборе высшего образования лицо руководствуется меркантильными интересами, основу которых составляет финансовый результат от продажи профессиональных знаний. Второй признак – сочетание студентами учебы и работы, что демонстрирует желание потребителя компенсировать неопределенность выбора услуг высшего образования. Третий признак – общедоступность высшего образования, корректирует выбор по внешним требованиям: соответствие формальным требованиям к знаниям, достаточность финансовых средств или ситуация на рынке труда. Четвертый признак – характер потребления услуг высшего образования. **Практическая значимость результатов исследования.** Определено, что повышение уровня активности человека в потреблении высшего образования скажется на параметрах предложения, но не в состоянии устранить сложность выбора. Признаки демонстрируют диалектическое единство личных интересов потребителей услуг высшего образования, которые могут быть удовлетворены с помощью востребования их профессиональных знаний и умений работодателями. Систематизация признаков позволяет переосмыслить формат участия потребителей в развитии высшего образования.

**Ключевые слова:** высшее образование, потребление услуг высшего образования, профессия, сложность выбора, общедоступность высшего образования, характер потребления, опыт, прагматизм, меритократия.

*D. Zagirniak, Cand. Econ. Sci., Docent (Kremenchug Mykhailo Ostrogradskyi National University).*

**Signs of the use of higher education services: foreign experience.**

**Summary.** The purpose of the article is to define and systematize the signs of the use of higher education services are determined and systemized with the help of attributive analysis of foreign experience. **Methodology of research.** The solution of these problems in an article carried by such scientific and special research methods: analysis and synthesis, generalization and systematization, the dialectical approach. **Findings.** A difficult character of the choice of higher education is the first sign. In the choice of higher education a person is governed by mercantile interests based on the financial result of the sale of professional knowledge. The second sign consists in the fact that students combine study and work, which demonstrates the consumer's wish to compensate for the undetermined choice of higher education services. Accessibility of higher education is the third sign. It corrects the choice in relation to the external requirements: correspondence of formal requirements to knowledge, sufficiency of finance or situation at the labor market. The character of consumption of higher education services is the fourth sign. **Practical value.** Raising the level of person's activity in higher education consumption will affect the parameters of the supply but it cannot eliminate difficulty of the choice. The signs demonstrate dialectic unity of personal interests of higher education service consumers who can be satisfied by the demand for their professional knowledge and skills on the part of employers. Signs systematization makes it possible to reconsider the format of consumer's participation in development of higher education.

**Keywords:** higher education, use of higher education services, profession, difficulty of the choice, accessibility of higher education, consumption pattern, experience, pragmatism, meritocracy.

Надійшло до редакції 10 серпня 2016 року.