

## ЧИННИКИ, ЩО ВПЛИВАЮТЬ НА ВИБІР СПОЖИВАЧІВ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

У статті розглядаються чинники, що впливають на вибір споживачів у сфері освітніх послуг. Зазначається, що в умовах суспільства споживання вища освіта все більше набуває характеру послуги, яка надається в масових масштабах на ринкових заставах. Як споживачі освітніх послуг можуть розглядатися: 1) суб'єкти, які сплачують за ці послуги й замовляють їхній зміст (державна, юридичні особи, фізичні особи); 2) суб'єкти, які користуються результатами надання цих послуг, – працедавці (приватні й державні структури); 3) суб'єкти, які споживають ці послуги, – студенти.

**Ключові слова:** споживання, споживач, споживчий вибір, освітня послуга.

В статье рассматриваются факторы, влияющие на выбор потребителей в сфере образовательных услуг. Отмечается, что в условиях общества потребления высшее образование все больше приобретает характер услуги, которая предоставляется в массовых масштабах. В качестве потребителей образовательных услуг могут рассматриваться: 1) субъекты, которые оплачивают эти услуги и заказывают их содержание (государство, юридические лица, физические лица); 2) субъекты, которые пользуются результатами предоставления этих услуг, – работодатели (частные и государственные структуры); 3) субъекты, которые потребляют эти услуги, – студенты.

**Ключевые слова:** потребление, потребитель, потребительский выбор, образовательная услуга.

*The factors affecting the choice of consumers in the sphere of educational services have been examined in the article. It has been marked that in the conditions of consumer society the higher education is gaining the service features that is provided in mass scales. As the consumers of educational services: 1) the entities that pay for these services and order their content (state, legal entities, physical bodies); 2) the subjects that use the results of granted services – the employers (private and state structures); 3) the subjects that consume these services – students can be considered.*

**Key words:** consumption, consumer, consumer choice, educational service

Однією з головних особливостей сучасного суспільства є зміна ролі й функцій споживання в житті соціуму, його масштабів і характеру. Зміни характеру споживання виражаються у його індивідуалізації, збільшенні символічної функції й масштабів споживання нематеріальних об'єктів. Також розширюється поле вибору особистості, набір її потреб: вона починає висувати нові вимоги до товарів і послуг. Соціологія розглядає споживання не просто як задоволення потреб, а як різноманітний простір вибору,

вираження й презентації себе, конструювання ідентичностей, здійснення комунікації й важливих соціальних порівнянь.

К. Тимченко пропонує розглядати дві стадії у розвитку сучасного споживання. Перша стадія – «сучасне споживання» – охоплює період з другої половини ХІХ ст. до середини 1970-х рр., а друга – «постсучасне споживання» – почалася з середини 1970-х років і триває донині. Сучасний етап характеризується переходом у споживанні від функціональності до гедонізму, який пов'язаний зі становленням і розвитком масового виробництва, збільшенням доходів і купівельної спроможності населення, передусім у західних країнах, що створило умови для набуття споживанням масового характеру. Постсучасний етап вирізняється переходом від масового стандартизованого до масового індивідуалізованого споживання. Цей процес обумовлений, з одного боку, змінами в самому виробництві, яке будується на різноманітності, створенні великої кількості модифікацій того самого продукту, а з іншого – змінами, що відбулися в соціальній структурі, зростанням її фрагментації, а також зростанням різноманітності людських потреб. Значна увага стала приділятися таким властивостям продукту, які сприяють самовираженню та ідентифікації людини. Важливе місце в структурі постсучасного споживання посідає споживання послуг та інформації, виникають нові засоби споживання (кредитні картки, ресторани швидкого обслуговування тощо) [1].

Інтерес західних дослідників до проблематики споживання зумовлений високими темпами соціально-економічного розвитку і, відповідно, зростанням споживання. Класики соціології кінця ХІХ – початку ХХ ст., такі як М. Вебер, Т. Веблен, Г. Зіммель, К. Маркс та ін., запропонували теоретичне обґрунтування процесів, що відбувалися у сфері споживання на той час. У другій половині ХХ ст. зі зміною соціально-економічних умов виникає низка теорій, у яких розробляється концепція «суспільства споживання» (Р. Арон, Дж. К. Гелбрейт, У. Росту, Ж. Фураст'є). Споживання трактується як конституюючий принцип, що відрізняє сучасний соціальний порядок і є його сутнісним вираженням. Характер споживання в постсучасних суспільствах аналізується в роботах Ж. Бодріяра, П. Бурд'є, Д. Ліона, С. Майлза, М. Фезерстоуна, Дж. Рітцера та ін. Більшість авторів зазначає, що в постсучасному суспільстві посилюється символічна функція споживання, речі виступають вже не тільки символами соціальних відмінностей, знаків престижу.

Проблематику формування суспільства споживання, специфіку й моделі споживання в радянському та пострадянському суспільствах вивчали О. Гурова, О. Єчевська, Д. Іванов, В. Ільїн, А. Овсянніков, В. Радаєв, Я. Роціна та ін. Серед українських дослідників слід згадати В. Тарасенка, Ю. Пачковського, І. Набруско, Я. Зоську, М. Мастинець, Г. Сорокіну.

Процеси формування суспільства споживання не могли не позначитися на такій важливій сфері суспільства, як освіта. В умовах суспільства споживання професійна вища освіта все більше набуває характеру послуги, що надається в масових масштабах на ринкових засадах. Зміни ролі та

функцій системи вищої освіти у сучасному суспільстві розглядаються в роботах великої кількості вітчизняних дослідників, зокрема К. Астахової, В. Бакірова, О. Навроцького, Є. Подольської, О. Скідіна, Л. Сокурянської, Ю. Чернецького, І. Шеремет та багатьох інших.

Незважаючи на наявність широкого спектра наукових праць, присвячених споживчій поведінці, феномен споживчого вибору, чинники, які на нього впливають, зокрема у сфері освітніх послуг, залишаються недостатньо дослідженими. Отже, завданням статті є визначення та розгляд чинників, що впливають на вибір споживачів у сфері послуг вищої освіти у сучасному українському суспільстві.

Слід зазначити, що сучасна масовість вищої освіти далеко не завжди оцінюється експертами як позитивне явище. Зокрема, в Щорічному посланні Президента «Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2013 р.» зазначається, що останніми роками в країні фіксуються «невиправдано високі показники розвитку вищої освіти».

У 2012-2013 навчальному році в Україні функціонували 334 вищих навчальних заклади III і IV рівнів акредитації (1824,9 тис. студентів), а також 489 ВНЗ I і II рівнів акредитації (345,2 тис. студентів). За показником питомої ваги залученості населення відповідного віку до вищої школи (79%) в 2010 р. Україна випереджала західні країни (76% в 29 державах Північної Америки та Західної Європи). В Європі наша країна за кількістю студентів поступається тільки Туреччині (чисельність населення більша в 1,6 рази) і Росії (чисельність населення більша в 3,2 рази). Крім того, в системі вищої освіти надається перевага університетській освіті, питома вага якої становить 85% порівняно із 77% в західних країнах.

Також в Україні питома вага дорослого населення у віці 25 років і старше, яке формально має вищу освіту, становить 38%, що більше, ніж в Німеччині та Франції (по 24%), Японії (30%), Швейцарії (33%), Великій Британії (34%), проте продуктивність суспільної праці в п'ять-сім разів нижча порівняно з указаними країнами [2, с. 165-166].

Ринок освітніх послуг можна розглядати як систему відносин купівлі та продажу специфічного товару (знання) в процесі задоволення потреб індивідів, суспільства й держави. На ринку освітніх послуг обертаються продукти власне освітнього спрямування, й сам ринок, виступаючи як сфера формування попиту й пропозиції на освітні послуги, містить такі основні складові: суб'єкти попиту (індивіди, підприємства й організації, суспільство) та суб'єкти пропозиції (освітні установи). Освітні послуги є системою знань, умінь і навичок, які використовуються з метою задоволення різноманітних освітніх потреб індивідів, суспільства й держави.

На вітчизняному ринку послуг вищої професійної освіти зараз склалися три умовні моделі взаємодії між його суб'єктами. Суб'єктом, який надає освітні послуги, виступають вищі навчальні заклади різних форм власності та рівнів акредитації, а ось зі споживачами спостерігається більш складна

ситуація. Як споживачі освітніх послуг можуть розглядатися: 1) суб'єкти, які сплачують за ці послуги й замовляють їхній зміст (державна, юридичні особи, фізичні особи); 2) суб'єкти, які користуються результатами надання цих послуг, тобто працедавці (приватні й державні структури); 3) суб'єкти, які споживають ці послуги, тобто студенти. Перша модель взаємодії між суб'єктами має місце тоді, коли надання послуг фінансується державою, послуги надаються споживачеві, а користуються ними майбутні працедавці, при цьому не сплачуючи їхньої вартості й абсолютно не впливаючи на зміст. У другій моделі місце держави посідає абітурієнт або його сім'я. Перші дві моделі нині є домінуючими. Роль же третьої, коли вибирає послугу, оплачує й користується її результатами працедавець, формуючи цільове замовлення на підготовку фахівця, залишається незначущою. Як наслідок, склалася ситуація, коли система вищої освіти в своїй діяльності орієнтується практично винятково на запити й потреби населення, не враховуючи вимог ринку праці, що знаходить відображення в статистичних даних.

Незважаючи на це, попит на вищу освіту, як і її престижність у суспільстві, залишаються високими, що підтверджується результатами соціологічних досліджень, які, зокрема, фіксують бажання більшості українців, щоб їх діти й онуки отримали вищу освіту. Так, відповідно до результатів опитування, проведеного інститутом Горшеніна, майже дві третини респондентів висловили думку, що їхнім дітям та онукам потрібна повна вища освіта. Обмежитися базовою вищою освітою згодні 13,6% опитаних, середньою спеціальною – 10,6%. При цьому здобуття середньої освіти (повної чи неповної) вважають достатнім тільки 4% опитаних [3] (таблиця 1).

Таблиця 1

**Розподіл відповідей респондентів на запитання  
«Який рівень освіти Ви вважаєте достатнім для Ваших дітей/онуків?»**

Неповна середня освіта (9 класів школи)	0,8%
Повна середня освіта (11 класів школи)	3,2%
Середня спеціальна освіта (коледж)	10,6%
Базова вища освіта (3-4 курси ВНЗ, бакалаврат)	13,6%
Повна вища освіта (5-6 курсів ВНЗ, магістратура)	63,6%
Аспірантура/отримання вченого ступеня	4,7%
Важко відповісти	3,5%

За даними національного дослідження «Освіта в Україні» компанії Research & Branding Group, більше половини наших співгромадян вважають, що можна припиняти здобуття освіти, коли в наявності є принаймні один (45,6%), а то й декілька (7,6%) дипломів про вищу освіту, а кожен четвертий мешканець країни вважає, що освіта в принципі припинятися не повинна [4] (табл. 2).

Таблиця 2

**На якій стадії, на думку респондентів, можна припиняти власну освіту**

Після отримання вищої освіти	45,6%
Після отримання кількох вищих освіт	7,6%
Після закінчення професійного училища, технікуму, коледжу	4,4%
Після захисту докторської дисертації	2,2%
Після закінчення школи	1,6%
Після захисту кандидатської дисертації	1,0%
Освіта не повинна припинятися	25,4%
Важко відповісти	12,2%

Розподіл відповідей цільової групи, тобто молоді, з аналогічного питання [5] істотних відмінностей від даних наведених вище опитувань усього населення не демонструє – 56,4% опитаних молодих людей планують отримати вищу освіту (табл. 3).

Таблиця 3

**Розподіл відповідей респондентів на запитання «Чи плануєте Ви в подальшому продовжити свою освіту? Якщо «так», то який максимальний рівень освіти Ви плануєте отримати?»**

Закінчити денне відділення ВНЗ (спеціаліст, бакалавр)	39,0%
Закінчити магістратуру	17,4%
Закінчити середній професійний навчальний заклад: училище, технікум тощо	6,7%
Закінчити аспірантуру	6,6%
Отримати за кордоном ступінь магістра, ступінь PhD, MBA	5,4%
Закінчити вечірнє відділення ВНЗ (спеціаліст, бакалавр)	4,8%
Не планую	11,2%
Важко відповісти	8,9%

Такий високий попит на вищу професійну освіту не має достатніх підстав ні з точки зору соціально-економічних можливостей держави, ні з точки зору потреб ринку праці, не базується він і на здібностях і можливостях потенційних студентів. Проте пояснення може полягати в тому, що у сучасних умовах усвідомлення ролі освіти для забезпечення гідного життя значно зросло й продовжує демонструвати зростання. По мірі того, як в суспільстві все більша кількість дескриптивних статусів обумовлюється рівнем освіти, значущою стає активізація соціальних переміщень. Освіта в усьому світі закономірно перетворюється на головний канал соціальних переміщень, що ведуть до складніших видів праці, великих доходів і престижу. Завдяки ним класова структура стає більш відкритою, соціальне життя – більш егалітарним, а негативні відмінності в розвитку різних соціальних груп реально пом'якшуються. Цей чинник стратифікації визначає значущість поведінкових пріоритетів на ринку праці. Також диплом про освіту є часткою загальноновизнаного й гарантованого символічного капіталу, що має цінність на будь-якому ринку. Підтверджуючи офіційну ідентичність,

диплом звільняє свого володаря від участі у символічній «боротьбі всіх проти всіх» [6, с. 147] і пов'язується споживачами з більш високою життєвою конкурентоспроможністю в майбутньому.

Теорія сигналу М. Спенса частково дозволяє пояснити, чому в суспільстві з ринковою економікою сильною є довіра до диплома. В класичній інтерпретації теорії освітніх сигналів на ринку праці припускається, що освіта не впливає безпосередньо на продуктивність праці працівників, а лише свідчить про наявність у них здібностей і якостей, що дозволили цю освіту отримати. Диплом свідчить про те, що людина, яка закінчила навчання, здатна працювати якісно й організувати свою професійну діяльність на вищому рівні. Індивід прагне отримати високий рівень освіти для того, щоб мати можливість подати такий сигнал, і кращим сигналом є не просто диплом про вищу освіту, а диплом престижного ВНЗ. Важливою передумовою цієї теорії є прагнення працедавця з мінімальними витратами виявити потенційні можливості працівника до вступу в трудові відносини й початку трудової діяльності. Теоретично доводиться, що вищий рівень освіти вказує на велику потенційну продуктивність працівника, оскільки за інших рівних умов у більш спроможного до навчання і, відповідно, інтелектуальної праці працівника менше зусиль витрачається на придбання освітнього сигналу (освіти), отже, він з більшою вірогідністю отримає цю освіту з розрахунку на віддачу від неї. Теорія сигналу пояснює й причину зростання престижу вищої освіти та потреби в освіті: якщо перед людьми відкриваються нові можливості самореалізації, отримання додаткових вигод, то можна прогнозувати зростання інвестицій в освіту [7, с. 97-98].

На думку М. Покровського, сучасні споживачі освітніх послуг найбільше цінують в освіті її доступність або «зручність», тобто максимальне скорочення фізичних зусиль для отримання потрібного результату; економічну усередненість та ефективність («платити менше – отримати більше»); упакованість навчальних програм у яскраві функціональні обгортки, що полегшують споживання «товару», яким виступають знання й уміння; максимальну комерційну реалізованість отриманих знань [8, с. 7].

Усі наведені вище висновки стосувалися ситуації, коли споживачами освітніх послуг виступають ті, хто користується послугами цієї системи, тобто здобувачі дипломів. В той же час, як зазначалося, такими суб'єктами можуть виступати приватні й державні структури, що користуються результатами надання цих послуг, власне працедавці. На сьогодні недостатня зацікавленість суб'єктів економічної діяльності в якісній підготовці фахівців є серйозною перешкодою на шляху модернізації системи вищої освіти. В Україні підтримка вищої освіти з боку працедавців, як і раніше, залишається досить обмеженою й фрагментарною, оскільки бізнес практично не здійснює інвестицій в систему професійної вищої освіти – питома вага студентів, які навчаються за рахунок коштів юридичних осіб, залишається мізерною і становить 0,2-0,3%. У той же час, за даними Державного комітету статистики України, відсоток студентів, які навчалися за кошти фізичних осіб на початок

2010-2011 навчального року, становив 57,7% від їхньої загальної кількості [9, с. 113]. Враховуючи, що до числа юридичних осіб входять підприємницькі структури, складається ситуація, коли приватний капітал фактично безкоштовно отримує працівників, підготовлених за рахунок держави й на кошти самих найманих працівників.

З кожним роком знижується задоволеність представників українського бізнесу кваліфікацією робочої сили. Так, в 2010 р. низький рівень кваліфікації працівників посідав 13-те місце в списку найбільш проблемних чинників ведення бізнесу, а в 2011 р. вже 10-те місце з 18. Згідно з результатами опитування керівників підприємств у 2011 р., кожен п'ятий працедавець вважає низьку кваліфікацію робочої сили проблемним чинником для свого бізнесу, 6% керівників – найбільш проблемним [10, с. 29-30].

Серед недоліків системи вищої освіти працедавці називають брак у самих викладачів практичного досвіду роботи, доступу до новинок ринку у їх сфері, формальний підхід до проходження студентами практики й застаріле обладнання вищих навчальних закладів. З точки зору працедавців, до найбільш важливих якостей молодих фахівців слід віднести: практично-професійні навички; вміння вирішувати проблемні ситуації й досвід роботи з клієнтами, але саме їх найчастіше бракує випускникам ВНЗ. Так, на недостатність практичних навичок вказали 61% опитаних працедавців, невміння вирішувати проблемні ситуації – 38%, відсутність навичок роботи з клієнтами – 32%, низький рівень володіння іноземними мовами, незначний досвід письмового й усного спілкування, брак менеджерських та аналітичних здібностей, теоретичних знань за фахом – по 25% відповідно.

В той же час самооцінка випускників не співпадає з очікуваннями працедавців: 46% з них вважають, що їм бракує знання іноземних мов; 25% відчують недостатність практичних професійних навичок; 13% – менеджерських навичок і досвіду роботи з клієнтами; 9% – аналітичних навичок; 8% – уміння вирішувати проблемні ситуації. Ще менше випускників усвідомлюють, що їм бракує теоретичних знань, досвіду письмового й усного спілкування [11, с. 24].

Значну частину відповідальності за низьку кваліфікацію робочої сили несуть також і працедавці. Вітчизняні компанії не інвестують коштів у підвищення кваліфікації та утримання персоналу. Середня оцінка підвищення кваліфікації персоналу дуже низька – 3,15 бали в порівняно з середньосвітовою – 3,96. З одного боку, гнучке регулювання ринку праці в Україні не накладає на підприємства додаткових зобов'язань з навчання персоналу, а з іншого – працедавці добровільно не інвестують у персонал, зокрема, тому, що не розглядають людський капітал як свій стратегічний ресурс або конкурентну перевагу, а також тому, що планування частіше відбувається на короткострокову, а не на довгострокову перспективу (наприклад, через високі ризики в країні).

Низькі оцінки цього показника якоюсь мірою пояснюються відносно низькою доступністю якісних спеціалізованих послуг в сфері підвищення

кваліфікації. В середньому, доступність таких послуг у регіонах оцінена керівниками підприємств у 4,48 бали за семибальною шкалою, що відповідає приблизно 60-му місцю в світовому рейтингу [10, с. 32-33].

На наш погляд, аналізувати можливості розвитку системи вищої освіти за рахунок коштів суб'єктів господарської діяльності можна, звернувшись до теорії людського капіталу [12], згідно з якою професійна освіта може бути розділена на два типи: освіта загального призначення й так звана специфічна освіта. До першого типу відноситься освіта, що надає знання, які можуть бути застосовані на різних підприємствах і в галузях виробництва. До другого – знання, які можливо використати тільки на одному конкретному підприємстві. Відповідно до цієї теорії, в умовах ринкових відносин, суб'єкт господарювання не може бути зацікавлений в оплаті освіти загального призначення. Оплата здобуття освіти такого типу лягає на плечі самого працівника, оскільки додаткові доходи від вищої рівня освіти, у вигляді більш високої заробітної плати, в основному отримуватиме сам працівник. Сучасний споживач освітніх послуг не має подібних гарантій отримання більш високої заробітної плати, але рішення про інвестування в освіту вимушений розглядати як можливий варіант поліпшення якості життя в майбутньому. Слід визнати, що вища освіта є освітою загального призначення і, якщо не будуть розроблені спеціальні механізми, які зроблять вигідним для працедавців вкладання коштів у систему вищої освіти, істотних фінансових потоків у цю сферу, швидше за все, чекати не доводиться. Сферою ж, куди спрямовуватиметься основний потік інвестицій в людський капітал, може стати специфічна освіта, пов'язана з підвищенням кваліфікації персоналу, особливо під впливом модернізації виробництва й застосування новітніх технологій.

Таким чином, на сьогодні однією з найбільш актуальних і складних проблем, що стоять перед українським суспільством, є неефективність взаємодії ринку праці й освіти як соціального інституту. Однією з причин цього, на наш погляд, є орієнтація суб'єктів, що надають освітні послуги, практично на одну категорію споживачів – суб'єктів, які споживають ці послуги. Як наслідок, вибір, який вони пропонують, ґрунтується винятково на запитах і потребах населення, не враховуючи вимог ринку праці, в тому числі працедавців.

## **СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Тимченко Е. В. Теории потребления в современной социологии: Модернистские и постмодернистские подходы [Электронный ресурс]: автореф. дис... канд. соц. наук: 22.00.01 / МГИМО. – М., 2002. – Режим доступа: <http://www.dissercat.com/content/teorii-potrebleniya-v-sovremennoi-sotsiologii-modernistskie-i-postmodernistskie-podkhody>.

2. Про внутрішнє та зовнішнє становище України в 2013 році: Щорічне Послання Президента України до Верховної Ради України [Електронний



ресурс]. – К.: НІСД, 2013. – 576 с. – Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Poslannia\\_2013-c7954.pdf](http://www.niss.gov.ua/content/articles/files/Poslannia_2013-c7954.pdf).

3. Телефонный опрос Института Горшенина «Внешнее независимое тестирование в Украине» (12–14 мая 2012 г.), опрошено 1000 респондентов в возрасте от 16 лет, во всех областных центрах Украины, городах Киеве и Севастополе [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://institute.gorshenin.ua/researches/110\\_vneshnee\\_nezavisimoe\\_testirovanie\\_v.html](http://institute.gorshenin.ua/researches/110_vneshnee_nezavisimoe_testirovanie_v.html).

4. Результаты национального исследования «Образование в Украине» компании Research & Branding Group (20 марта–1 апреля 2010 г.), опрошено 2075 человек в 24-х областях Украины и АР Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://rb.com.ua/rus/projects/omnibus/5065/>.

5. Социологическое исследование Института Горшенина «Современная молодежь Украины: карьера» (1–20 марта 2013 г.), опрошено 2000 респондентов в возрасте от 15 до 21 года в городах с населением более 100 тысяч человек, расположенных в 24 областях Украины и АР Крым [Электронный ресурс]. – Режим доступа: [http://institute.gorshenin.ua/researches/120\\_sovremennaya\\_molodezh\\_ukraini.html](http://institute.gorshenin.ua/researches/120_sovremennaya_molodezh_ukraini.html).

6. Бурдые П. Социальное пространство и символическая власть / П. Бурдые // THESIS: теория и история экономических и социальных институтов и систем. – 993. – Вып. 2. – М.: Начала Пресс, 1993. – С. 137-150.

7. Разумова Т. О. Модификация теории образовательных сигналов на рынке труда выпускников вузов России [Электронный ресурс] / Т. О. Разумова, Э. В. Кириченко // Вестник ВГУ. – 2012. – № 1. – С. 97-103. – (Серия «Экономика и управление»). – Режим доступа: <http://www.vestnik.vsu.ru/pdf/econ/2012/01/2012-01-16.pdf>.

8. Покровский Н. Е. Российское общество в контексте американизации (Принципиальная схема) / Н. Е. Покровский // Социологические исследования. – 2000. – № 6. – С. 3-10.

9. Модернізаційні процеси в освіті та суспільстві: психотехнології супроводу: монографія [Електронний ресурс] / за ред. П. Д. Фролова; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. – 312 с. – Режим доступу: <http://sptechnology.ucoz.ua/maketFrolovPosibnik2013.pdf>.

10. Отчёт о конкурентоспособности регионов Украины 2011. Раздел 3. Система высшего образования Украины: Количество, не переходящее в качество [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://competitiveukraine.org/docs/sistema.pdf>.

11. Кочемировська О. О. Напрями оптимізації державної політики в сфері розвитку трудового потенціалу України [Електронний ресурс]: аналіт. доп. / О. О. Кочемировська. – К.: НІСД, 2013. – 38 с. – Режим доступу: [http://www.niss.gov.ua/public/File/2013\\_nauk\\_an\\_rozrobku/trud\\_potenc.pdf](http://www.niss.gov.ua/public/File/2013_nauk_an_rozrobku/trud_potenc.pdf).

12. Беккер Г. Человеческий капитал / Г. Беккер // США: экономика, политика, идеология. – 1993. – № 11. – С. 7-32.