

*Жегус О.В., канд. екон. наук, доц.,
докторант кафедри маркетингу і комерційної діяльності
Харківського державного
університету харчування та торгівлі*

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ПРОДУКТІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

MODERN PROBLEMS OF MARKET DEVELOPMENT OF HIGHER EDUCATION PRODUCTS IN UKRAINE

Jegus O.V.,
PhD (Economics), Associate Professor,
Researchhof department of marketing and
commercial activity, Kharkiv State University
of Food Technology and Trade

АНОТАЦІЯ. За результатами статистичного аналізу показників ринку продуктів вищої освіти в Україні визначено тенденції попиту та пропозиції, охарактеризовано конкурентну ситуацію, встановлено особливості розвитку та проаналізовано їх вплив на функціонування ЗВО. Визначено, що основними загрозами для ЗВО є падіння попиту, яке відбувається внаслідок демографічної кризи, зростання студентської імміграції, розвитку альтернативних форм освіти, а також високий рівень насичення ринку пропозицією та загострення конкурентної ситуації. Обґрунтовано необхідність застосування адаптивних заходів для забезпечення стабільного функціонування ЗВО на ринку продуктів вищої освіти. Першочерговим завданням визначено необхідність формування системи маркетингу та активізація маркетингової діяльності.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: вища освіта, ринок продуктів вищої освіти, заклад вищої освіти, масовизація вищої освіти, маркетингізація у сфері вищої освіти, студентська міграція

ABSTRACT. According to the results of the statistical analysis of the indicators of the market of higher education products in Ukraine, the trends of demand and supply are determined, the competitive situation is characterized, the peculiarities of development are determined and their impact on the functioning of the HEE is analyzed. It is determined that the main threats to HEE are reduction of demand that occurs due to the demographic crisis, the growth of student immigration, the development of alternative forms of education, as well as the high level of saturation of the market with supply and aggravation of the competitive situation. The necessity of applying of the adaptive measures for ensuring the stable functioning of the HEE in the market of higher education products is substantiated. The necessity of forming the marketing system and activation of marketing activities is determined as

primary task. In the face of falling demand, the contingent needs to be saved, so direct efforts should be directed to its preservation and increase, which has become an important task of marketing activities in HEE.

KEY WORDS: higher education, market of higher education products, higher educational establishment (HEE), massovization of higher education, marketization the field of higher education, student migration.

Постановка проблеми у загальному вигляді. В умовах економіки знань вища освіта поступово нарощує роль первинного сектору економіки, оскільки саме вона забезпечує революційний багаж для інших галузей – нові знання та інновації. Проте її розвиток в Україні відбувається в умовах турбулентних змін, які пов'язані як із процесами маркетизації та реформуванням сфери вищої освіти, так і з тенденціями загальної політичної та соціально-економічної ситуації в країні. У зв'язку із цим виникає необхідність прийняття адаптивних управлінських рішень у закладах вищої освіти (ЗВО), що потребує аналізу тенденцій та виявлення особливостей розвитку специфічного галузевого ринку – ринку продуктів вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Стан, тенденції та перспективи розвитку вищої освіти все активніше обговорюються у наукових колах усього світу. В Україні в даному напрямі проводять дослідження І. Баша, І. Брітченко, С. Бебко, В. Дмитрієв, О. Карпюк, А. Павленко, І. Помінова, Н. Савицька, Н. Ушакова [1-3, 5, 6, 13] та ін. Авторами розвинуто організаційно-економічні засади формування та розвитку ринку освітніх послуг, розроблено методичний інструментарій дослідження, проаналізовано та визначено його особливості, здійснено прогнозування тенденцій розвитку. У той же час динамічні процеси, які продовжуються на ринку продуктів вищої освіти, зумовлюють необхідність подальшого дослідження його стану та визначення можливих наслідків для ЗВО, що дозволить приймати обґрунтовані управлінські рішення на основі оперативної інформації.

Метою статті є виявлення тенденцій ринку продуктів вищої освіти в Україні та визначення особливостей його розвитку й їх впливу на функціонування ЗВО.

Виклад основного матеріалу дослідження. Головними суб'єктами економічних відносин на ринку освітніх продуктів, що формують попит, виступають здобувачі освіти, включаючи їх родини. Ураховуючи особливості освітнього продукту, основним показником попиту на відповідному галузевому ринку є чисельність студентів. У досліджуваному періоді, за даними Державної

служби статистики [4] виявлено етапи розвитку ринку, коли чисельність студентів зростала (1993-2007 рр.), та падіння – з 2008 р. Максимальний показник чисельності студентів у ЗВО України III-IV рівня акредитації, а саме 2372,5 тис. осіб, мав місце у 2007 р., що майже у три рази перевищує мінімальний показник – 829,2 тис. осіб – у 1993 р.

Таке суттєве зростання чисельності студентів пояснюється не тільки рівнем народжуваності в 1974-1990 рр., а й популяризацією вищої освіти з кінця 1990-х/початку-2000-х років, яка супроводжувалася підвищенням її ролі як атрибуту соціального статусу людини. На підтвердження цього на рис. 1 видно, що коефіцієнт вступу, розрахований як відношення чисельності прийнятих у ЗВО до чисельності випускників загальноосвітніх навчальних закладів, щороку зростає.



Рис. 1. Динаміка випускників загальноосвітніх навчальних закладів та прийнятих студентів до ЗВО III-IV рівня акредитації

Якщо в 1990-1993 рр. коефіцієнт вступу дорівнював 0,45, тобто близько 45% випускників загальноосвітніх навчальних закладів вступали до ЗВО III-IV рівня акредитації, то на початку 2000-х років – майже 70%, за наступні п'ять років даний показник зріс до 98%. Наведене свідчить про процеси масовізації попиту та підвищення доступності продуктів вищої освіти. Посиленню мо-

совизації вищої освіти сприяло як розширення мережі ЗВО, збільшення обсягу ліцензованого набору, так і недофінасування ЗВО, які за рахунок прийняття усіх бажаючих на контрактну форму навчання намагалися забезпечити додатковий дохід.

На даному етапі унаслідок масовизації вищої освіти втрачається її роль як суспільного блага та посилюється представлення про неї як про приватне благо, яке має сплачувати сам індивід. Саме з цих позицій та з позицій зменшення державного фінансування вищої освіти прогресує контрактна форма навчання. Проте в Україні попит на платні продукти вищої освіти зменшується останніми роками, у 2010-2011 н.р. за кошти фізичних осіб навчалися 1285,2 тис. осіб, а у 2016/2017 н.р. – майже у два рази менше, а саме 695 тис. осіб. Така тенденція зумовлена в основному зменшенням потенційної чисельності абітурієнтів унаслідок зниження народжуваності в Україні наприкінці 1990-х початку 2000-х років. У цілому ж щорічне зменшення набору студентів починаючи з 2009 р., призвело до зниження їх загальної чисельності, унаслідок чого у 2016-2017 н.р. вона склала 1369 тис. осіб, що на 42,3% менше порівняно з 2007 р.

Зниження потенційної чисельності абітурієнтів в Україні зумовило загострення конкурентної боротьби між ЗВО, кількість яких протягом 20 років (1990-2010) інтенсивно зростала. При цьому в основному вона базується на цінових методах, а нецінові, перш за все якість освіти, залишаються поза увагою. Намагаючись утриматися на ринку продуктів вищої освіти, ЗВО акумулюють та спрямовують свої зусилля на профорієнтаційну роботу, шукають можливості диверсифікації освітніх продуктів для приваблення абітурієнтів до свого закладу і не тільки випускників шкіл, а й випускників ЗВО I-II рівнів акредитації, а також бажаючих одержати другу вищу освіту тощо. Саме із цим пов'язаний той факт, що у 2011-2016 рр. чисельність прийнятих студентів перевищувала чисельність випускників загальноосвітніх шкіл (рис. 1). Таким чином змінюється структура споживачів продуктів вищої освіти.

В умовах автономізації ЗВО набули фінансово-господарської самостійності і самі визначають вартість освітніх продуктів, при цьому здебільшого ціна розраховується методом конкурентного ціноутворення. Ціна на освітні продукти в значній частині ЗВО нижча витрат і встановлюється на рівні, який забезпечив би цінову привабливість освітніх продуктів для абітурієнтів порівняно із конкурентами. За статистичними даними [7] витрати на підготовку одного студента в ЗВО III-IV рівня акредитації в Україні за

2007-2015 рр. зросли більше як у три рази і в 2015 р. склали 29817 грн. (рис. 2), при цьому темп росту цін на послуги вищої освіти менший за темп росту витрат, унаслідок чого фінансовий стан ЗВО погіршується.

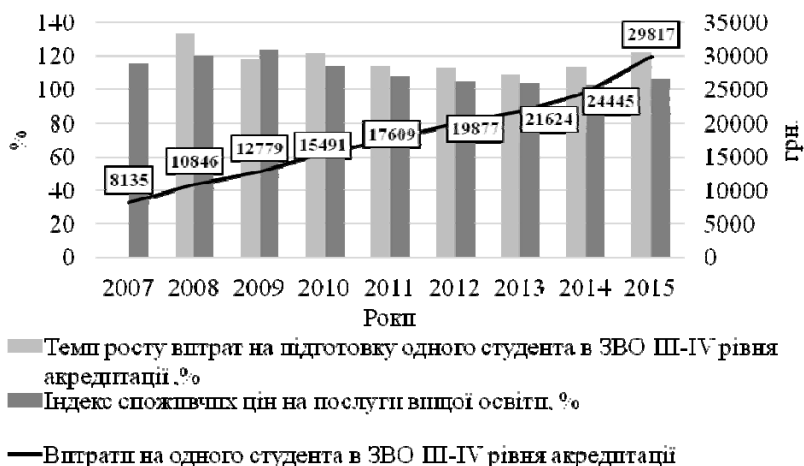


Рис. 2. Динаміка витрат на одного студента в ЗВО III-IV рівня акредитації

Підвищення цін та тарифів в Україні призводить до зростання витрат у ЗВО, у зв'язку із чим вони змушені підвищувати ціни на освітні продукти. Проте високий рівень конкуренції, низька платоспроможність населення та падаючий попит на освітні продукти обмежують можливості ЗВО щодо формування адекватної витратам ціни на освітні продукти.

Одним із головних чинників конкурентоспроможності освіти вважається науково-педагогічний потенціал, який визначається кількісною та якісною структурою, рівнем професійної підготовки, соціальною підтримкою [7]. За статистичними даними [9, 10] визначено, що за останні сім років викладацький склад ЗВО III-IV рівня акредитації зменшився майже на 20%, при цьому чисельність тих, хто працював менше, ніж на ставку зросла на 2%, а їх частка в структурі викладацького складу – майже на 4%. Тенденції на ринку освітніх продуктів призвели й до втрати зацікавленості та інтересу молоді до науково-дослідної діяльності. Наведене підтверджують показники ди-

наміки чисельності аспірантів, яка в 2016/2017 н.р. знизилася на 25,1% порівняно із 2010/2011 н.р. Даний факт у майбутньому може стати гальмуючим чинником для розвитку економіки знань в Україні, без якого у подальшому неможливим стає сталий розвиток країни в цілому.

Останнім часом відмічається посилення впливу ринку праці на зміни в сфері вищої освіти, поглиблення протиріч між ними, які проявляються в невідповідності ані кількості, ані якості підготовки фахівців потребам ринку праці. Зокрема перевищення підготовлених фахівців «модних» професій (економістів, менеджерів, юристів) над потребами в них призводить до зростання безробіття. У зв'язку із диспропорціями попиту та пропозиції підготовлених фахівців протягом останніх років спостерігається загострення проблеми молодіжного безробіття, у 2009-2010 рр. на частку безробітних у віці 15-24 років приходилося менш 18% [11], у 2015-2016 рр. вона зросла до 22,4% [12]. Серед причин незайнятості безробітного населення вагому частку займали не працевлаштовані після закінчення загальноосвітніх та вищих навчальних закладів у 2010 – 16,2% у 2015-2016 рр., вона склала 16,4 та 15,6%, відповідно, у той же час у 2009 р. вона була на рівні 14%. Отже, відмічається загострення проблем працевлаштування випускників ЗВО, а це проблема здебільшого самих закладів, яким необхідно забезпечити належний рівень підготовки та налагоджувати й підтримувати тісні взаємозв'язки із працевлаштуваннями.

Ситуація ускладнюється тим, що посилюються диспропорції між попитом та пропозицією робочої сили на ринку праці. Якщо у 2010 р. на 564 тис. безробітних пропонувалося 63,9 тис. робочих місць (навантаження на 10 вільних робочих місць складало 88 осіб) [11], то у 2016 р. – на 490 тис. осіб – лише 36 тис. осіб (навантаження на 10 вільних робочих місць складає 108 осіб) [12]. Ситуація на ринку праці погрожує подальшому загостренню проблеми молодіжного безробіття. Тому зростає необхідність спрямування зусиль ЗВО на вивчення потреб ринку праці та адаптації пропонованих освітніх продуктів до них.

Загрозою для вітчизняних ЗВО також є студентська імміграція, інтенсивність якої в Україні має тенденцію для збільшення. За даними аналітичного центру CEDOS [14] на денній формі навчання в зарубіжних університетах у 2015-2016 рр. навчалося 66148 українських студентів, що у 2,7 рази перевищує показник 2008-2009 рр. Лише в 2013-2014 та 2014-2015 н.р. чисельність українських студентів, які виїжджали на навчання за кордон збі-

льшувалася на 30%. За таких високих темпів вітчизняний ринок продуктів вищої освіти усе більше втрачає реального попиту.

Проведений аналіз дозволяє зробити висновок, що в цілому ринок продуктів вищої освіти в Україні можна вважати розвинутим, він характеризується потужним потенціалом, сформованим за рахунок мережі ЗВО та забезпеченості необхідними науково-педагогічними кадрами. Але негативні наслідки демографічної кризи разом із системними проблемами, головні з яких, наведені на рис. 2. а також невідповідність наявних механізмів регулювання сфери вищої освіти та функціонування ЗВО ринковим умовам й вимогам сучасності, зумовили процеси стагнації на ринку та спричинили глибоку кризу в сфері вищої освіти.



Рис. 2. Особливості вітчизняного ринку продуктів вищої освіти та їх вплив на функціонування ЗВО

*ОП – освітні продукти

У зв'язку із виявленими особливостями вітчизняного ринку продуктів вищої освіти ЗВО необхідно адаптуватися до змін, які відбуваються, тому перегляду потребують усі напрями діяльності: управлінська, освітня, науково-дослідна, що вимагає розробки та вживання дієвих заходів.

Висновки. Для забезпечення можливостей розвитку ЗВО на ринку продуктів вищої освіти їх першочерговим завданням є формування системи маркетингу та активізація маркетингової діяльності. Визначено, що найбільшою загрозою для стабільного розвитку та взагалі беззбиткового функціонування ЗВО в умовах їх фінансової автономії є падіння попиту на освітні продукти, унаслідок якого знижується контингент студентів, втрачається науково-педагогічний потенціал, погіршується їх фінансове забезпечення. Оскільки стан, місце на ринку та більшість показників діяльності ЗВО визначаються чисельністю студентів, важливим завданням в умовах падіння попиту є збереження контингенту та пошук можливостей для його нарощення. Останнє зумовлює необхідність збільшення попиту на освітні продукти ЗВО, спрямування зусиль на його формування та стимулювання. Одним із шляхів збільшення контингенту студентів у ЗВО вважаємо приваблення іноземних студентів, для чого необхідним є підвищення якості освіти та її конкурентоспроможності в цілому, покращення академічного іміджу вітчизняних ЗВО на світовому ринку освітніх продуктів.

Список літератури:

1. Баша І.М. Маркетингові дослідження на ринку освітніх послуг: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.04 / І. М. Баша – Київ, 2015. – 221 с.
2. Бебко С. В. Теоретико-методологічний підхід до оцінки результативності функціонування ринку освітніх послуг [Текст] / С. В. Бебко // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. – 2014. – № 3 (77), С. 243-249.
3. Брітченко І. Г. Прогнозування тенденцій розвитку ринку освітніх послуг України/ І. Г. Брітченко/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: : https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/9598/1/znptdau_2013_3_32.pdf
4. Вищі навчальні заклади/ [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Дмитрієв В. Ю. Особливості ринку освітніх послуг у системі вищої освіти / [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://www.narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/18/statti/dmitriev.htm
6. Карпюк О. А. Організаційно-економічні засади формування та розвитку ринку освітніх послуг (регіональний аспект): автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / О. А. Карпюк ; Черніг. держ. технол. ун-т. – Чернігів, 2011. – 20 с.
7. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні / Нац. акад. пед. наук України ; [редкол.: В. Г. Кремень (голо-

ва), В. І. Луговий (заст. голови), А. М. Гуржій (заст. голови), О. Я. Савченко (заст. голови)] ; за заг. ред. В. Г. Кременя. — Київ : Педагогічна думка, 2016. — 448 с.

8. Національні рахунки освіти України у 2015 році: Статистичний бюлетень/ Державна служба статистики України : К. — 2017, 88 с.

9. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2010/11 навчального року / http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_vnz_bl.htm

10. Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України на початок 2016/17 навчального року/[Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publosvita_u.htm

11. Ринок праці 2010/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2010/gr/pres-reliz/gr_2010.zip

12. Ринок праці у 2016 році/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ11_u.htm

13. Савицька Н. Л. Ринок послуг вищої освіти в контексті теорії мериторних благ / Н. Л. Савицька, Н. Г. Ушакова, І. І. Помінова // Проблеми економіки. — 2016. — № 4. — С. 190–196.

14. Українські студенти за кордоном: факти та стереотипи/ [Електронний ресурс]. — Режим доступу : https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WZ8bAN2L5qwDNehEt7BFg7wZ1fX5B4qQLyQ9_Mc4tz0/edit#gid=0

References:

1. BASHA I.M. (2015) *MARKETYNHOVI DOSLIDZHENNIA NA RYNKU OSVITNIKH POSLUH* [MARKETING RESEARCH IN THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES], (PHD THESIS), KYIV: KYIV NATIONAL ECONOMIC UNIVERSITY WAS NAMED AFTER V.P. HETMAN [IN UKRAINIAN].

2. BEBKO S. V. (2014) *TEORETYKO-METODOLOGICHNYI PIDKHID DO OTSINKY REZULTATYVNOSTI FUNKTSIONUVANNIA RYNKU OSVITNIKH POSLUH* [THE THEORETICAL AND METHODOLOGICAL APPROACH TO ASSESSING THE EFFICIENCY OF THE MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES], *VISNYK KYIVSKOHO NATSIONALNOHO UNIVERSYTETU TEKHOLOHII TA DYZAINU* (BULLETIN OF THE KIEV NATIONAL UNIVERSITY OF TECHNOLOGY AND DESIGN), No 3 (77), pp. 243-249 [IN UKRAINIAN].

3. BRITCHENKO I. H. (2013) *PROHNOZUVANNIA TENDENTSII ROZVYTKU RYNKU OSVITNIKH POSLUH UKRAINY* [FORECASTING TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE UKRAINIAN EDUCATIONAL SERVICES MARKET]. AVAILABLE AT: [HTTPS://DSPACE.UZHNU.EDU.UA/JSPUI/BITSTREAM/LIB/9598/1/ZNP TDAU_2013_3_32.PDF](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/9598/1/znpTDAU_2013_3_32.pdf) [IN UKRAINIAN].

4. DERZHAVNA SLUZHBA STATYSTYKY UKRAINY (2013) *VYSHCHYI NAVCHALNI ZAKLADY* [HIGHER EDUCATIONAL ESTABLISHMENTS]. KYIV: INFORMATSIINO-ANALITYCHNE AHENTSTVO. AVAILABLE AT: [HTTP://WWW.UKRSTAT.GOV.UA](http://www.ukrstat.gov.ua) [IN UKRAINIAN].

5. DMYTRIIEV V. YU. *OSOBLIVOSTI RYNKU OSVITNIKH POSLUH U SYSTEMI VYSHCHOI OSVITY* [PECULIARITIES OF EDUCATIONAL MARKET IN

THE HIGHER EDUCATION SYSTEM]. AVAILABLE AT: [HTTPS://WWW.NARODNAOSVITA.KIEV.UA/NARODNA_OSVITA/VUPYSKU/18/STATTI/DMITRIEV.HTM](https://www.narodnaosvita.kiev.ua/NARODNA_OSVITA/VUPYSKU/18/STATTI/DMITRIEV.HTM) [IN UKRAINIAN].

6. KARPIUK O. A. (2011) *ORHANIZATSIINO-EKONOMICHNI ZASADY FORMUVANNIA TA ROZVYTKU RYNKU OSVITNIKH POSLUH (REHIONALNYI ASPEKT)* [THE ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC ASPECTS OF CREATION AND DEVELOPMENT THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET (REGIONAL ASPECT)], (PHD THESIS), CHERNIHIV: CHERNIHIV NATIONAL TECHNOLOGICAL UNIVERSITY [IN UKRAINIAN].

7. KREMEN V. H., LUHOVYI V. I., HURZHII A. M., SAVCHENKO O. YA. (2016) *NATSIONALNA DOPOVID PRO STAN I PERSPEKTYVY ROZVYTKU OSVITY V UKRAINI* [NATIONAL REPORT ON THE STATE AND PROSPECTS OF EDUCATION IN UKRAINE], KYIV : *PEDAHOHICHNA DUMKA (PEDAGOGICAL THOUGHT)*, P.448 [IN UKRAINIAN].

8. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017) *Natsionalni rakhunky osvity Ukrainy u 2015 rotsi* [National Accounts of Education of Ukraine in 2015], *Statystychnyi biuleten (Statistical bulletin)*. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo, 88 p. [in Ukrainian].

9. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2012) *Osnovni pokaznyky diialnosti vyshchyykh navchalnykh zakladiv Ukrainy na pochatok 2010/11 navchalnoho roku* [Basic indicators of activity of higher educational institutions of Ukraine at the beginning of the 2010/11 school year]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/Arhiv_u/15/Arch_vnz_bl.htm [in Ukrainian].

10. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017) *Osnovni pokaznyky diialnosti vyshchyykh navchalnykh zakladiv Ukrainy na pochatok 2010/11 navchalnoho roku* [Basic indicators of activity of higher educational institutions of Ukraine at the beginning of the 2016/17 school year]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publosvita_u.htm [in Ukrainian].

11. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2011) *Rynok pratsi 2010* [Labor market 2010]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2010/rp/pres-reliz/rp_2010.zip [in Ukrainian].

12. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy (2017) *Rynok pratsi 2016* [Labor market 2016]. Kyiv: Informatsiino-analitychne ahentstvo. Available at: http://ukrstat.org/uk/druk/publicat/kat_u/publ11_u.htm [in Ukrainian].

13. Savytska, N., Ushakova, N., Pominova, I. (2016), *The Market for Higher Education Services in the Context of the Theory of Merit Goods* [Rynok posluh vyshchoi osvity v konteksti teorii meritornykh blah], *Problemy ekonomiky (Problems of the economy)*, No 4, pp. 190-196.

14. *Ukrainski studenty za kordonom: fakty ta stereotypy* [Ukrainian Students Abroad: Facts and Stereotypes]. Available at: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1WZ8bAN2L5qwDNehEt7BFg7wZ1fX5_B4qQLyQ9_Mc4tz0/edit#gid=0 [in Ukrainian]