

УДК 338.4

JEL Classification: I23

DOI: [https://doi.org/10.32515/2663-1636.2021.6\(39\).68-75](https://doi.org/10.32515/2663-1636.2021.6(39).68-75)

С. Буайга, асп.

*Центральноукраїнський національний технічний університет, м. Кропивницький, Україна*

## **Теоретичні аспекти визначення та класифікації виробленої продукції в системі вищої освіти**

У статті проаналізовано та узагальнено сучасні наукові підходи до визначення продукції закладів вищої освіти. Уточнено зміст понять «освітній продукт ЗВО», «науковий продукт ЗВО». Обґрунтовано, що основними продуктами закладу вищої освіти є освітній та науковий продукти, в структурі яких ідентифікуються послуги, знання (компетентності) і товарна продукція. Визначено основні види продукції закладів вищої освіти України.

**заклад вищої освіти, продукція, освітній продукт, науковий продукт, освітня послуга, освітній товар**

С. Буайга, асп.

*Центральноукраїнський національний технічний університет, г. Кропивницький, Україна*

## **Теоретические аспекты определения и классификации произведенной продукции в системе высшего образования**

В статье проанализированы и обобщены современные научные подходы к определению продукции в системе высшего образования. Уточнено содержание понятий «образовательный продукт учреждения высшего образования», «научный продукт учреждения высшего образования». Обосновано, что основными продуктами учреждения высшего образования являются образовательный и научный, в структуре которых идентифицируются услуги, знания (компетентности) и товарная продукция. Определены основные виды продукции учреждений высшего образования Украины.

**учреждение высшего образования, продукция, образовательный продукт, научный продукт, образовательная услуга, образовательный товар**

**Постановка проблеми.** Наслідком глобальних суспільних трансформацій, обґрунтованих в рамках концепцій «суспільства знань» та «сервісного суспільства», стала комерціалізація діяльності закладів вищої освіти, їхня чітка орієнтація на запити ринку. Одним із нагальних завдань для досліджень в сфері економіки освіти стає адаптація поняттєво-категоріального апарату сучасної економічної науки до специфіки освітньої діяльності, що набуває стратегічного значення в контексті підвищення економічної ефективності системи вищої освіти України. Як слушно зазначає український науковець І. Грищенко «дискусійність багатьох ринкових термінів в освітній сфері, відсутність узгодженості в їх формулюваннях породжують непевність і нечіткість у дослідженнях і діях» [3, с. 135]. Одним із джерел і одночасно наслідків цієї невизначеності є відсутність нормативного-правового обґрунтування поняття продукту вищої освіти та продукції ЗВО в Законі України «Про вищу освіту».

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** До розв'язання зазначеної методологічної проблеми вже долучилися українські дослідники. Принципового значення багато з них надає виокремленню та дефініюванню трьох складових поняттєвої тріади «освітній продукт – освітня послуга – освітній товар». Зокрема, в роботах В. Дмитрієва, О. Лепьохіна, П. Прокопченко обґрунтовується доцільність розмежування освітньої послуги та освітнього продукту ЗВО як діяльності та її результату [4; 5; 8]. Натомість, у розвідках І. Грищенка, Д. Кірієнко, Н. Крахмальнової, Д. Плинокоса акцентується на комплексності освітнього продукту як головного результату діяльності ЗВО, що може бути представлений і в формі освітньої послуги, і в формі освітнього товару [3; 6; 7].

Роль сучасних ЗВО в розбудові інноваційної економіки актуалізує дослідницький інтерес і до визначення в структурі їхньої продукції місця наукового продукту одночасно з уточненням змістового наповнення цього поняття в умовах вищої освітньої діяльності. Як один із основних видів продукції ЗВО розглядає наукові роботи Т. Тростенюк [13, с. 87], а види наукових продуктів закладів вищої освіти визначає І. Грищенко [3, с. 139].

Попри наявні досягнення, неузгодженість позицій науковців щодо змістового наповнення ключових понять поняттєво-термінологічного апарату економіки вищої освіти («освітній продукт – освітня послуга – освітній товар»), а також необхідність уточнення характеру взаємозв'язку та взаємовпливу освітнього та наукового продуктів закладів вищої освіти спонукають до подальших наукових досліджень.

**Постановка завдання.** Метою написання статті є узагальнення наукових підходів до визначення продукції закладів вищої освіти України та її основних видів, уточнення змісту та взаємозв'язку понять «освітній продукт ЗВО» та «науковий продукт ЗВО».

У роботі використано методи аналізу, синтезу й узагальнення при визначенні змісту понять «освітній продукт ЗВО» та «науковий продукт ЗВО». системного підходу при визначенні видів продукції ЗВО в сучасних економічних умовах, абстрактно-логічного методу для формування висновків.

**Виклад основного матеріалу.** Конкурентні переваги на ринку освіти сучасні вищі отримують завдяки якості та актуальності власної продукції. Під продукцією ми розуміємо всю сукупність продуктів, які виробляє ЗВО як економічне підприємство.

Відповідно до ст. 1 Закону України «Про вищу освіту» вищий навчальним закладом називається окремий вид установи, яка є юридичною особою приватного або публічного права, яка діє згідно з виданою ліцензією на провадження освітньої діяльності [9]. Оскільки основним видом діяльності закладу вищої освіти є освітня, це дає підстави визначати продукт його діяльності як, насамперед, освітній продукт.

Проте в науковому обігу відсутня чітка та однозначна дефініція поняття освітнього продукту, що призводить до термінологічної плутанини і часто – до ототожнення з близькими поняттями освітньої послуги та освітнього товару. Назріла нагальна потреба змістового уточнення всіх складових зазначеної поняттєвої тріади. Тим більше, що, за винятком освітньої послуги, ці поняття до цього часу не отримали й законодавчого визначення.

У наукових студіях набув поширення підхід, згідно якого освітній продукт трактується як кінцевий результат надання освітньої послуги. Наприклад, В. Дмитрієв пропонує розрізняти освітню послугу й освітній продукт як процес та його кінцевий результат. Він доводить, що вид освітнього продукту закладу вищої освіти відповідає формі надання освітньої послуги: освітня послуга, яка виявляється у формі проведення аудиторних занять – це процес створення освітнього продукту у формі знань, навичок, досвіду здобувачів освіти, а освітня послуга у формі підготовки навчальних матеріалів призводить до створення освітнього продукту у формі освітнього товару [4]. Відповідно, В. Дмитрієв виокремлює і два види освітніх продуктів ЗВО: 1) знання, навички, досвід; 2) навчальний зміст у формі матеріалів – підручників, методичних матеріалів, монографій, відеодисків тощо [5].

Подібну думку висловлюють О. Лепьохін та П. Прокопченко, які вважають, що освітня послуга – це процес (діяльність) навчального закладу зі створення освітнього продукту, а результатом надання послуги є продукт – освітній товар, який продається або обмінюється [8, с. 262].

Вочевидь, розуміння послуги як дії або процесу виступає вагомим аргументом для протиставлення її освітньому продукту та освітньому товару. Те, що освітня послуга – це дія, відображено і в Законі «Про освіту», де зазначено, що освітня послуга – це «комплекс визначених законодавством, освітньою програмою та/або договором дій суб'єкта освітньої діяльності, що мають визначену вартість та спрямовані на досягнення здобувачем освіти очікуваних результатів навчання» [11].

Варто зауважити, що і в цій законодавчій дефініції, і в багатьох наукових дефініціях освітньої послуги відображені взаємозв'язок і взаємозалежність між освітньою послугою та іншими компонентами поняттєвої тріади – освітнім товаром і освітнім продуктом. Яскравим прикладом цього є визначення, автором якого є Д. Плинокос. Він вказує, що «споживачу надаються освітні послуги у вигляді результатів діяльності спрямованих на отримання знань, продукування нових знань, систематизацію інформації, узагальнення які і представляють собою масив знань, який оформлений у вигляді документів, електронних носіїв, підручників, методичних розробок, і може бути реалізований шляхом комплексних заходів передачі цього масиву інформації з відповідними поясненнями особі – здобувачу освіти» [6, с. 339].

Водночас, характеристиками освітньої послуги, що слугують аргументами для протиставлення її освітньому товару є:

- невідчутність, що змушує потенційного споживача при виборі освітньої послуги покладатися на непрямі свідчення про її якість та переваги (сертифікати, ліцензії, рекламу, думку знайомих тощо);
- невіддільність від джерела, тобто від надавача послуги, яким, зокрема, є професорсько-викладацький склад ЗВО;
- мінливість якості, що проявляється в залежності від кваліфікації, навіть від емоційного та навіть фізичного стану надавача послуги, від матеріально-технічних можливостей ЗВО тощо;
- незбережність, яка полягає у неможливості зберігання освітніх послуг з метою продажу чи використання в майбутньому, що також зумовлено невіддільністю освітньої послуги від надавача;
- відсутність права власності на освітню послугу (доступ споживача до послуги лише протягом обмеженого періоду часу, споживач послуги володіє тільки результатом, корисним ефектом, який виникає від використання послуги);
- споживання послуги в процесі її надання, активна участь самого споживача освітньої послуги в її наданні.

З іншого боку, освітню послугу з освітнім товаром об'єднує спрямованість на задоволення потреб споживачів освіти, забезпечення їхньої вигоди, внутрішня споживна вартість. Тому не випадково освітню послугу як форму або вид освітнього товару дефініюють деякі науковці, наприклад, А. Антохов, Т. Оболенська, Н. Савицька, Н. Ушакова, І. Помінова.

Проте освітня послуга не є тотожною освітньому товару, тому що:

- в результаті продажу товару відбувається відчуження його від продавця, натомість, продаж освітньої послуги не передбачає її відчуження від надавача;
- послуга є нематеріальною, а товар має матеріальну форму.

Нематеріалізовані та матеріалізовані результати освітньої діяльності поєднують поняття освітнього продукту. Це відповідає загальноприйнятому в економічній науці розумінні продукту як речового або інтелектуального результату людської праці, що стає товаром, коли задовольняє бажання чи потреби ринку. Освітній продукт також має подвійну – уречевлену/матеріальну (освітній товар) та неуречевлену/нематеріальну (освітня послуга) – форму. Згідно дефініції, запропонованої І. Грищенком, «освітній

продукт – це результат перетворення економічних ресурсів (факторів виробництва) в економічні блага, корисні для людини і суспільства у формі матеріально-речових товарів або нематеріальних освітніх послуг» [3, с. 139]. Дослідник визначає три види освітнього продукту ЗВО: освітні послуги; засоби передачі знань (монографії, підручники, навчальні посібники, навчальні та методичні матеріали, наукові статті тощо); компетентності (набуті особою здатності до ефективної діяльності) [3, с. 139-140].

Подвійність природи освітнього продукту також враховують Н. Крахмальова та Д. Кірієнко, які розрізняють його три види та два підвиди освітнього продукту ЗВО: освітні послуги (створюються працею викладачів і потребують здійснення певного процесу), засоби передачі знань (монографії, підручники, навчальні посібники, навчальні і методичні матеріали, статті тощо) та компетентності (сума знань, інформації, навичок, умінь, яку індивід засвоїв і може реалізувати в процесі своєї професійної діяльності). Дослідницями виокремлено два підвиди освітніх продуктів, об'єднаних загальним поняттям – освітній продукт: 1) знання, навички, досвід, що передаються здобувачам вищої освіти; 2) навчальний зміст у формі матеріалів: підручників, методичних матеріалів, монографій тощо для самостійного опанування [7, с. 23]. Критерієм розмежування тут також виступає матеріальність/нематеріальність представлення освітнього продукту.

На нашу думку, при дефініюванні освітнього продукту і, зокрема, освітнього продукту ЗВО необхідно враховувати не лише подвійність його природи (матеріальність/нематеріальність представлення), але й комплексність, адже на практиці освітній продукт ЗВО часто являє собою комплекс уречевлених та неуречевлених продуктів, іншими словами, упорядковану сукупність послуг і товарів, що надаються здобувачу освіти: «як освітні програми та технології, формалізовані та імпліцитні знання, матеріальні, інтелектуальні та мережні складові організації освітньо-наукового процесу» [12, с. 192]. Освітня програма, що є основним продуктом ЗВО, являє собою приклад комплексного поєднання освітніх продуктів матеріального та нематеріального характеру – освітніх послуг, засобів передачі знань і компетентностей.

Намагання деяких авторів розглядати в якості освітнього продукту випускників закладу вищої освіти ми вважаємо цілком не виправданими, адже випускник вишу (кожний у різній мірі) є лише носієм продукту, яким є сформовані компетентності. Водночас, через своїх випускників заклад вищої освіти може опосередковано пропонувати на освітньому ринку свій основний продукт – освітні програми [1, с. 254].

Сучасні ЗВО виробляють не лише освітню продукцію. Відповідно до Закону України «Про вищу освіту», заклад вищої освіти «проводить наукову, науково-технічну, інноваційну та/або методичну діяльність, забезпечує організацію освітнього процесу і здобуття особами вищої освіти, післядипломної освіти з урахуванням їхніх покликань, інтересів і здібностей» [9]. Чинним законодавством обґрунтовано створення на базі сучасних вишів умов для максимально ефективної взаємодії освіти та науки як сфер «випрацювання, накопичення, систематизації та передачі знання про навколишній світ у всіх його формопроявах з метою створення нових продуктів діяльності (знань, продукції, робіт, послуг) вказаним суб'єктом» [13, с. 82].

На цій підставі дослідницею Т. Тростенюк запропоновано розрізняти серед основних видів продукції ЗВО навчально-педагогічні послуги та наукові роботи. Результатом наукових робіт, тобто науковим продуктом ЗВО, вона пропонує вважати «відповідним чином формалізовані нові знання або/та матеріальні продукти (зразки, конструкції, інша продукція), що мають відповідну споживчу вартість» [13, с. 87].

Більш деталізований перелік наукових продуктів закладів вищої освіти наведено І. Грищенком, який виокремлює:

- об'єкти права інтелектуальної власності (патенти, ліцензії, технології, звіти про наукові дослідження, технічні умови, стандарти, дослідні партії, дослідні або промислові зразки тощо);
- наукові результати діяльності (це компетентності наукових і науково-педагогічних працівників, яких вони досягли, працюючи в сфері освітньої діяльності);
- послуги з виробничих випробувань, виробничої перевірки технологій і обладнання на замовлення споживачів, сертифікації, оцінювання якості продукції, з патентних досліджень і експертиз;
- засоби поширення наукових знань (монографії, наукові фахові, науково-виробничі та електронні наукові журнали тощо [3, с. 140].

Наведений перелік унаочнює, що в структурі наукової продукції закладів вищої освіти, як і в структурі продукції освітньої, ідентифікуються послуги, знання (компетентності) і товарна продукція.

Також зазначимо, що вагому частку наукової продукції ЗВО складають продукти інноваційної діяльності, яка набуває все більшої підтримки з боку держави і все більшого значення для самих вишів в умовах скорочення державного фінансування.

Створення наукової продукції має значний позитивний вплив і на якість освітніх продуктів ЗВО. Наприклад, дослідниці Н. Вавіліна й О. Чаркіна справедливо зауважують, що «освітня наука як базова й сполучна ланка в системі «навчання, наукові дослідження, інновації» реалізує такі основні функції: інноваційну (створює нові знання, які є основою інновацій) та когнітивну (участь студентів у наукових дослідженнях підвищує рівень якості їхньої підготовки)» [2, с. 3].

Сучасний заклад вищої освіти є економічним суб'єктом, який виробляє не лише освітню та наукову продукцію. Постановою Кабінету міністрів України № 796 «Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися закладами освіти, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності» від 27 серпня 2010 р. виокремлено такі види економічної діяльності вишів: освітня; наукова і науково-технічна; міжнародна; у сфері охорони здоров'я, відпочинку, дозвілля, оздоровлення, туризму, фізичної культури та спорту; у сфері побутових послуг; у сфері житлово-комунальних послуг; інші [10]. Економічною продукцією, що виробляється колективом співробітників ЗВО в рамках цих видів діяльності, є, переважно, послуги, що адресовані споживачам освіти (наприклад, проведення групових та індивідуальних занять з фізичної культури та спорту, надання допомоги студентам з числа іноземців в отриманні віз, або надання студентам гуртожитків), працівникам ЗВО (будівництво, ремонт та облаштування житла, господарсько-побутових споруд та приміщень тощо) та іншим особам (поліграфічні послуги, рекламні послуги та ін.).

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Поняття продукту (продукції) закладу вищої освіти поки не знайшло законодавчого обґрунтування, а його визначення залишається одним із дискусійних питань в теоретичному дискурсі економіки вищої освіти.

Основними продуктами закладу вищої освіти, з огляду на специфіку його діяльності, закріпленої законодавчо, є освітній та науковий продукти. Освітній продукт ЗВО є результатом його освітньої діяльності, призначений для продажу або обміну і представлений у формі матеріально-речових освітніх товарів або нематеріальних освітніх послуг і компетентностей. На практиці освітній продукт ЗВО часто являє

собою комплекс уречевлених та неуречевлених продуктів, як упорядкована сукупність послуг і товарів, що надаються здобувачу освіти.

Науковий продукт ЗВО є результатом його науково-інноваційної діяльності, який представлений у матеріалізованій та нематеріалізованій формі і включає в себе об'єкти права інтелектуальної власності, наукові результати діяльності, дослідницькі послуги на замовлення споживачів, а також засоби поширення наукових знань (монографії, наукові фахові, науково-виробничі та електронні наукові журнали тощо). В структурі наукової продукції закладів вищої освіти, як і в структурі продукції освітньої, ідентифікуються послуги, знання (компетентності) і товарна продукція. Діяльність закладів вищої освіти зі створення наукових продуктів має суттєвий вплив і на якість їхніх освітніх продуктів.

Як суб'єкт економічної діяльності, сучасний заклад вищої освіти виробляє й інші види продукції, спрямовані на задоволення потреб здобувачів освіти та власних співробітників, з метою забезпечення умов для організації освітнього процесу та його оптимізації.

Уточнення сутності та визначення видів продукції ЗВО сприятиме забезпеченню системного підходу щодо розробки заходів оптимізації управління економічною діяльністю українських закладів вищої освіти, підвищенню їхньої конкурентоспроможності як суб'єктів ринкової економіки.

Перспективи подальших наукових досліджень пов'язані з уточненням характеру взаємовпливу освітньої та науково-інноваційної продукції ЗВО України.

## Список літератури

1. Антохов А. А. Ринок освітніх послуг у світлі класичного та новітніх підходів до дослідження. *Регіональна економіка*. 2009. № 1. С. 251-259. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek\\_2009\\_1\\_33](http://nbuv.gov.ua/UJRN/regek_2009_1_33). (дата звернення: 11.05.2021).
2. Вавіліна Н.І., Чаркіна О.О. Наукова діяльність українських ВНЗ порівняно зі світовими університетами. *Наука, технології, інновації*. 2018. № 1 (5). С. 3-13.
3. Грищенко І. М. Фактори підвищення ефективності освітньої діяльності вищих навчальних закладів України. *Актуальні проблеми економіки*. 2016. № 3. С. 134-141. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape\\_2016\\_3\\_18](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ape_2016_3_18). (дата звернення: 15.04.2021).
4. Дмитрієв В. Особливості концепції маркетингу освітніх послуг. *Теорія та методика управління освітою*. 2012. № 8. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/tmuo\\_2012\\_8\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/tmuo_2012_8_4) (дата звернення: 04.04.2021).
5. Дмитрієв В. Ю. Особливості ринку освітніх послуг у системі вищої освіти. *Народна освіта*. 2012. № 3 (18). URL: [http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna\\_osvita/vupysku/18/statti/dmitriev.htm](http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/18/statti/dmitriev.htm) (дата звернення: 04.04.2021).
6. Інноваційний вимір розвитку вищої освіти України: сучасний стан та перспективи : монографія / за заг. ред. О. М. Левченка. Кіровоград : Ексклюзив-Систем, 2016. Ч. I. 580 с.
7. Крахмальова Н.А., Кірієнко Д.О. Освітня послуга як продукт економічної діяльності вищих навчальних закладів. *Економіка і управління*. 2014. № 4. С. 19-24.
8. Лепьохін О.В., Прокопченко П.О. Визначення та порівняльний аналіз маркетингової категорії «освітня послуга» і «освітній продукт» у загальній системі інформаційних ресурсів, послуг і продуктів. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2013. № 2 (72). С. 260-263.
9. Про вищу освіту : Закон України від 01.07.2014 р. № 1556-VII. Дата оновлення: 23.04.2021. URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> (дата звернення: 15.04.2021).
10. Про затвердження переліку платних послуг, які можуть надаватися закладами освіти, іншими установами та закладами системи освіти, що належать до державної і комунальної форми власності : Постанова Кабінету міністрів України від 27.08.2010 р. № 796 URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/796-2010> (дата звернення: 15.04.2021).
11. Про освіту : Закон України від 05.09.2017 р. № 2145-VIII. Дата оновлення: 23.04.2021. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> (дата звернення: 15.04.2021).
12. Савицька Н.Л., Ушакова Н.Г., Помінова І.І. Ринок послуг вищої освіти в контексті теорії мериторних благ. *Проблеми економіки*. 2016. № 4. С. 190-196. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon\\_2016\\_4\\_27](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pekon_2016_4_27) (дата звернення: 04.04.2021).

13. Тростенюк Т.М. Основні продукти діяльності державних закладів вищої освіти в економічному контексті. *Інвестиції: практика та досвід*. 2020. № 2. С. 82–88.

## References

1. Antokhov, A. A. (2009). Rynok osvitnikh posluh u svitli klasychnoho ta novitnikh pidkhodiv do doslidzhennia [The market of educational services in the framework of of classical and modern approaches to research]. *Rehional'na ekonomika - Regional economy, 1*, 251-259 [in Ukrainian].
2. Vavilina, N. I., & Charkina, O. O. (2018). Naukova diial'nist' ukrains'kykh VNZ porivniano zi svitovymi universytetamy [Scientific activities of Ukrainian universities in comparison with world universities]. *Nauka, tekhnolohii, innovatsii - Science, technology, innovation, 1*, 3-13 [in Ukrainian].
3. Hryshenko, I. M. (2016). Faktory pidvyschennia efektyvnosti osvith'oi diial'nosti vyschykh navchal'nykh zakladiv Ukrainy [Factors for increasing the efficiency of educational activities of higher educational institutions of Ukraine]. *Aktual'ni problemy ekonomiky - Current economic problems, 3*, 134-141 [in Ukrainian].
4. Dmytriiev, V. (2012). Osoblyvosti kontseptsii marketynhu osvitnikh posluh [Features of the concept of marketing educational services]. *Teoriia ta metodyka upravlinnia osvitoiu - Theory and methods of education management, 8*. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/ttmuo\\_2012\\_8\\_4](http://nbuv.gov.ua/UJRN/ttmuo_2012_8_4) [in Ukrainian].
5. Dmytryev, V. Yu. (2012). Osoblyvosti rynku osvitnikh posluh u systemi vyschoi osvity [Features of the market of educational services in the system of higher education]. *Narodna osvita - Public education, 3*. Retrieved from [http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna\\_osvita/vupysku/18/statti/dmitriev.htm](http://narodnaosvita.kiev.ua/Narodna_osvita/vupysku/18/statti/dmitriev.htm) [in Ukrainian].
6. Levchenko, O. M. (Eds.). (2016). *Innovatsijnyj vymir rozvytku vyschoi osvity Ukrainy: suchasnyj stan ta perspektyvy [Innovative dimension of development of higher education of Ukraine: current state and prospects]*. Ch. I. Kirovohrad : Ekskliuzyv-System [in Ukrainian].
7. Krakhmal'ova, N. A., & Kiriienko, D. O. (2014). Osvitnia posluha iak produkt ekonomichnoi diial'nosti vyschykh navchal'nykh zakladiv [Educational service as a product of economic activity of higher educational institutions]. *Ekonomika i upravlinnia - Economics and management, 4*, 19-24 [in Ukrainian].
8. Lep'okhin, O. V., & Prokopchenko, P. O. (2013). Vyznachennia ta porivnial'nyj analiz marketynhovoï katehorii «osvitnia posluha» i «osvitnij produkt» u zahal'nij systemi informatsijnykh resursiv, posluh i produktiv [Definition and comparative analysis of the marketing category "educational service" and "educational product" in the general system of information resources, services and products]. *Derzhava ta rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo - State and regions. Series: Economics and Entrepreneurship, 2*, 260-263 [in Ukrainian].
9. Zakon Ukrainy «Pro vyschu osvitu» vid 01.07.2014 r. № 1556-VII [The Law of Ukraine «On higher education» from July 1 2014, № 40-IV]. (2014). [zakon2.rada.gov.ua](http://zakon2.rada.gov.ua). Retrieved from <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1556-18> [in Ukrainian].
10. Postanova Kabinetu ministriv Ukrainy «Pro zatverdzhennia pereliku platnykh posluh, iaki mozhut' nadavatysia zakladamy osvity, inshymy ustanovamy ta zakladamy systemy osvity, scho nalezhat' do derzhavnoi i komunal'noi formy vlasnosti» vid 27.08.2010 r. № 796 [Resolution of the Cabinet of Ministers of Ukraine «On approval of the list of paid services that may be provided by educational institutions, other institutions and establishments of the educational system belonging to the state and communal form of ownership» from August 27 2010, № 796]. (2010). [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/796-2010> [in Ukrainian].
11. Zakon Ukrainy «Pro osvitu» vid 05.09.2017 r. № 2145-VIII [The Law of Ukraine «On education» from September 5 2017, № 2145-VIII]. (2017). [zakon.rada.gov.ua](http://zakon.rada.gov.ua). Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19> [in Ukrainian].
12. Savyts'ka, N. L., Ushakova, N. H., & Pominova, I. I. (2016). Rynok posluh vyschoi osvity v konteksti teorii meritornykh blah [The market of higher education services in the context of the theory of meritorious goods]. *Problemy ekonomiky - Problems of the economy, 4*, 190-196 [in Ukrainian].
13. Trosteniuk, T. M. (2020). Osnovni produkty diial'nosti derzhavnykh zakladiv vyschoi osvity v ekonomichnomu konteksti [The main products of public higher education institutions in the economic context]. *Investytsii: praktyka ta dosvid - Investments: practice and experience, 2*, 82–88 [in Ukrainian].

**Bouaita Seyf-Eddine**, postgraduate

*Central Ukrainian National Technical University, Kropyvnytskyi, Ukraine*

## **Theoretical Aspects of Definition and Classification of Products Generated in System of Higher Education**

The purpose of the article is to determine the products of higher education institutions and describe their main types. The following methods are implemented: analysis, synthesis and generalization for defining the key concepts; systematic approach for determining the types of products generated by higher educational institutions in current economic conditions; the abstract-logical method for drawing conclusions.

The article is devoted to the analysis of contemporary scientific approaches towards definition of products generated by higher educational institutions. The main products generated by a higher education institution, taking into account the specific nature of its activities, are educational products and scientific outcomes. The educational product of a higher education institution is the result of its educational activity, intended for sale or exchange and represented in the form of tangible educational goods or intangible educational services and competencies. The research outcomes of an institution of higher education are the result of its scientific innovation and include intellectual property rights, scientific results, research and development on demand of consumers, as well as means of dissemination of academic knowledge.

The clarification of the essence and definition of the types of products of a higher educational institution can help to ensure a systematic approach to the development of measures to optimize the management of the economic activities of higher educational institutions and to increase their competitiveness as market economy entities. The prospects for further academic research are linked to the clarification of the nature of the mutual influence of the educational and scientific-innovative products of Ukrainian higher education institutions.

**higher educational institution, product, educational product, research outcomes, educational service, educational goods**

*Одержано (Received) 27.04.2021*

*Прорецензовано (Reviewed) 06.05.2021*

*Прийнято до друку (Approved) 31.05.2021*