

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ПЗВО «МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ»
Навчально-науковий інститут «Європейська школа бізнесу»
Кафедра менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування

«ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ»
В.о. завідувача кафедри
менеджменту, фінансів та
бізнес-адміністрування
_____ Наталія ПРИЙМАК
«__» _____ 2024 року

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

ТЕМА: «Особливості просування освітніх послуг»

Виконавець: Воротилін О.В.
(прізвище, ім'я та по батькові, підпис)

Спеціальність: 073 «Менеджмент»

Освітня програма: «Менеджмент та бізнес-адміністрування»

Науковий керівник: Ремига Ю.С.
(прізвище, ім'я та по батькові, підпис)

Київ-2024

МІЖНАРОДНИЙ ЄВРОПЕЙСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Навчально-науковий інститут «Європейська школа бізнесу»
Кафедра менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування
Спеціальність 073 «Менеджмент»
Освітня програма «Менеджмент та бізнес-адміністрування»

«ЗАТВЕРДЖУЮ»

В.о. завідувача кафедри
менеджменту, фінансів та
бізнес-адміністрування

_____ Наталія ПРИЙМАК

«___» _____ 2023 року

**ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ
КВАЛІФІКАЦІЙНОЇ РОБОТИ НА ЗДОБУТТЯ
ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «МАГІСТР»**

Воротиліна Олексія Васильовича

(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Особливості просування освітніх послуг», науковий керівник роботи к.е.н., доцент, професор кафедри менеджменту, фінансів та бізнес-адміністрування Ремига Ю.С., затверджені наказом по університету №95-С від «06» жовтня 2023 р.
2. Вихідні дані до роботи: наукові публікації за темою дослідження, статистичні дані Державної служби статистики України, іноземні та вітчизняні наукові джерела, інтернет-ресурси.
3. Зміст пояснювальної записки: дослідження ринку освітніх послуг; концепція надання освітніх послуг; аналіз ринку освітніх послуг України; аналіз українського ринку вищої освіти; проблеми ринку вищої освіти у воєнний період; стратегії просування освітніх послуг; визначення поточних викликів у просуванні освітніх послуг; обґрунтування можливостей для подальшого розвитку надання освітніх послуг.
4. Перелік графічного матеріалу: таблиці, діаграми, графіки, схеми, що ілюструють теперішній стан проблеми та методи їх вирішення.

5. Консультанти роботи із зазначенням розділів, які вони консультують:

Розділ	Консультант (посада, ПІБ)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв
Розділ 1	Професор кафедри, к.е.н., доц. Ремига Ю.С.		
Розділ 2	Професор кафедри, к.е.н., доц. Ремига Ю.С.		
Розділ 3	Професор кафедри, к.е.н., доц. Ремига Ю.С.		

6. Календарний план

№ з/п	Назва етапів роботи	Термін виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Визначення мети та завдання, опрацювання літературних джерел		виконано
2.	Складання плану роботи та погодження його з керівником, підготовка вступу та першого розділу роботи		виконано
3.	Збір і обробка економічної та статистичної інформації, підготовка другого розділу роботи		виконано
4.	Підготовка третього розділу роботи та висновків		виконано
5.	Перевірка роботи на плагіат. Попередній захист роботи на кафедрі.		виконано
6.	Одержання відгуку від наукового керівника, зовнішнє рецензування роботи		виконано
7.	Здача роботи на кафедру		виконано
8.	Захист кваліфікаційної магістерської роботи		виконано

Здобувач вищої освіти _____ Олексій ВОРОТИЛІН
(підпис)

Керівник
кваліфікаційної роботи _____ Юлія РЕМИГА
(підпис)

РЕФЕРАТ

Загальний обсяг кваліфікаційної роботи «Особливості просування освітніх послуг» складає 80 сторінок та містить 10 рисунків, 10 таблиць, 33 використаних джерела, 2 додатків.

ОСВІТА, ОСВІТНІ ПОСЛУГИ, ОСВІТНІЙ РИНОК, ВИЩА ОСВІТА, ЗАКЛАД ВИЩОЇ ОСВІТИ, ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Кваліфікаційна робота присвячена питанням просування освітніх послуг в сучасних умовах.

Перший розділ роботи присвячений дослідженню теоретичних засад основних понять, що стосуються освітнього ринку та освітніх послуг.

Другий розділ роботи присвячений аналізу та оцінці ринку освітніх послуг України та його порівняння із європейським освітнім ринком.

Третій розділ кваліфікаційної роботи присвячений розробці проектних рекомендацій щодо особливостей просування освітніх послуг для закладів вищої освіти України.

Практична цінність представлених досліджень полягає в тому, що висновки та пропозиції можуть бути використані в процесі практичної роботи українських закладів освіти.

ABSTRACT

The total volume of the qualification work "Features of the promotion of educational services" is 80 pages and contains 10 figures, 10 tables, 33 used sources, 2 appendices.

EDUCATION, EDUCATIONAL SERVICES, EDUCATIONAL MARKET, HIGHER EDUCATION, INSTITUTION OF HIGHER EDUCATION, PROMOTION OF EDUCATIONAL SERVICES

The qualification work is devoted to the issues of promotion of educational services in modern conditions.

The first section of the work is devoted to the study of the theoretical foundations of the main concepts related to the educational market and educational services.

The second part of the work is devoted to the analysis and evaluation of the Ukrainian educational services market and its comparison with the European educational market.

The third section of the qualification work is devoted to the development of project recommendations regarding the peculiarities of the promotion of educational services for higher education institutions of Ukraine.

The practical value of the presented research is that the conclusions and proposals can be used in the process of practical work of Ukrainian educational institutions.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД ОСВІТНЬОГО РИНКУ ТА ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	11
1.1. Ринок освітніх послуг: сутність, значення, концепція, завдання ...	11
1.2. Концепція надання освітніх послуг	19
Висновки до розділу 1	28
РОЗДІЛ 2. РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ: АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД	29
2.1. Аналіз ринку освітніх послуг України	29
2.2. Аналіз українського ринку вищої освіти	38
2.3. Проблеми ринку вищої освіти у воєнний період	46
Висновки до розділу 2	53
РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЕКТНИХ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ	55
3.1. Стратегії просування освітніх послуг	55
3.2. Визначення поточних викликів у просуванні освітніх послуг	61
3.3. Обґрунтування можливостей для подальшого розвитку надання освітніх послуг	66
Висновки до розділу 3	71
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	73
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	75
ДОДАТКИ	79

ВСТУП

Актуальність теми дослідження кваліфікаційної роботи надзвичайно важлива в сучасному освітньому середовищі з наступних причин: зростання конкуренції, зміни в уявленнях про освіту, швидкі зміни технологій, потреба в конкурентній перевазі.

З розвитком глобалізації та доступу до інформації зростає конкуренція серед університетів та освітніх установ. Просування освітніх послуг стає ключовим елементом для привертання та утримання студентів. Сучасні студенти мають інші очікування від вищої освіти, зокрема, вони більше цінують інтерактивне навчання, практичний досвід та можливості для особистого зростання. Це вимагає від університетів перегляду своїх стратегій просування. Впровадження нових технологій у навчальний процес стає ключовим фактором приваблення студентів. Успішне просування освітніх послуг пов'язане зі здатністю університетів адаптуватися до цих змін.

У світі, де вища освіта стає все більш доступною, університетам потрібно активно просувати свої послуги, щоб виділитися серед конкурентів і привернути найкращих студентів. Отже, вивчення особливостей просування освітніх послуг має велике значення для розвитку університетів та підвищення їхньої конкурентоспроможності в сучасному освітньому середовищі.

У зв'язку з воєнним станом в Україні, багато людей були змушені покинути свої домівки. Це призвело до зміни цільової аудиторії для багатьох навчальних закладів. Для того, щоб ефективно просувати свої послуги, навчальні заклади повинні адаптувати свої маркетингові стратегії до нової цільової аудиторії. Війна в Україні призвела до зменшення бюджетів у багатьох галузях, включаючи освіту. Це означає, що навчальні заклади повинні шукати більш ефективні способи просування своїх послуг. Дослідження особливостей просування освітніх послуг в Україні може

допомогти навчальним закладам розробити ефективні маркетингові стратегії, які допоможуть їм залучити більше студентів, не витрачаючи додаткових коштів.

Ринок освітніх послуг в Україні є досить конкурентоспроможним. Для того, щоб бути успішним, навчальні заклади повинні диференціювати свої освітні послуги, пропонуючи споживачам те, що не можуть запропонувати конкуренти. Дослідження особливостей просування освітніх послуг в Україні може допомогти навчальним закладам розробити ефективні маркетингові стратегії, які допоможуть їм виділитися серед конкурентів. Загалом, дослідження особливостей просування освітніх послуг в Україні є актуальним і важливим, оскільки може допомогти навчальним закладам в Україні ефективніше просувати свої послуги і підвищити свою конкурентоспроможність.

Отже, основна **мета кваліфікаційної роботи** полягає в дослідженні і виявленні ключових аспектів та стратегій, які сприяють успішному просуванню освітніх послуг в сучасному освітньому середовищі.

Тому дана робота має на меті виконання таких **завдань**:

1. Дослідження актуальних тенденцій у сфері освіти та визначення їх впливу на стратегії просування освітніх послуг.
2. Огляд успішних стратегій та методів просування освітніх послуг, включаючи маркетингові підходи, розвиток бренду, створення цінності для клієнтів тощо.
3. Визначення факторів, які впливають на успішність просування освітніх послуг і визначення їхньої ролі у формуванні конкурентної переваги.
4. Розроблення конкретних рекомендацій для університетів та освітніх установ з метою покращення їхніх стратегій просування, залучення більшого числа студентів і підвищення їхньої конкурентоспроможності.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи є аналіз та вивчення стратегій, методів і практик, які сприяють успішному просуванню

освітніх послуг в сучасному освітньому середовищі. Основними аспектами дослідження є ідентифікація факторів, що впливають на вибір університету студентами, розробка ефективних маркетингових стратегій, вивчення тенденцій у розвитку освіти та адаптація університетських програм до змін у вимогах студентів та ринкових умов. Також важливим аспектом є дослідження ролі технологій у просуванні освітніх послуг та розвиток інноваційних підходів до залучення студентів та підвищення їхньої задоволеності від освітнього процесу.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи є процес просування та маркетингу освітніх послуг університетів та інших освітніх установ. Це включає в себе різноманітні аспекти, такі як стратегії залучення та утримання студентів, розвиток бренду університету, впровадження інноваційних програм та методів навчання, а також адаптацію навчальних програм до потреб сучасного ринку праці та суспільства в цілому. Об'єктом дослідження є сам процес просування освітніх послуг, його особливості та взаємозв'язок з сучасними тенденціями в освітній галузі.

Елементом наукової новизни кваліфікаційної роботи виступає дослідження конкретних стратегій просування освітніх послуг, які до цього не були належним чином вивчені або досліджені, а саме: аналіз ефективності використання новітніх маркетингових інструментів в освітній сфері або вивчення впливу інноваційних методів навчання на приваблення та утримання студентів.

Теоретичною і методологічною основою кваліфікаційної роботи стало:

- використання теорій та концепцій маркетингу для аналізу та розуміння процесів просування освітніх послуг, включаючи стратегії просування, позиціонування та розвиток бренду;
- дослідження теорій та практик менеджменту в галузі вищої освіти, зокрема, управлінням якістю освіти, стратегічним плануванням та ресурсним забезпеченням;

- аналіз соціологічних аспектів освіти, включаючи вивчення попиту на освітні послуги, побудову відносин між університетами та студентами, а також взаємодію з ринком праці;

- дослідження впливу сучасних технологій, таких як електронне навчання, віртуальна реальність та інші, на просування освітніх послуг.

Апробація результатів дослідження. За результатами дослідження було опубліковано тези доповіді, які були представлені на Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тренди розвитку галузей економіки та соціальної сфери: вітчизняний та міжнародний досвід» (м. Київ, 22 листопада 2023 року).

Обсяг та структура каліфікаційної роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД ОСВІТНЬОГО РИНКУ ТА ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

1.1. Ринок освітніх послуг: сутність, значення, концепція, завдання

Сьогодні значення освіти та освітніх послуг визначається широким спектром факторів, оскільки сучасне суспільство стикається з численними викликами та можливостями. Для сучасного суспільства освіта виконує кілька важливих функцій, а саме:

- є ключовим елементом формування та розвитку людського капіталу. Знання та навички, отримані в процесі освіти, визначають готовність людини до викликів на ринку праці та її можливість здобувати стабільний дохід;

- не лише передає конкретні знання, але і впливає на формування особистісних цінностей, культурної ідентичності та соціальної компетентності. Вона сприяє розвитку громадянської свідомості та розумінню різноманітності суспільства;

- виступає катализатором інновацій та технологічного розвитку. Високоякісна освіта стимулює дослідження, творчість та впровадження новаторських ідей в різних галузях;

- покладає особливий акцент на розвиток життєвих навичок, таких як критичне мислення, комунікація, співпраця, розв'язання проблем, що є важливими в сучасному динамічному світі;

- забезпечує рівний доступ для всіх шарів населення. Зусилля спрямовані на зменшення нерівності у доступі до якісної освіти.

Щодо освітніх послуг, сучасні тенденції включають розширення електронного та віддаленого навчання, використання інтерактивних технологій, а також акцент на індивідуалізації навчання. Освітні послуги

стають більш персоналізованими та адаптованими до потреб учнів, а також виходять за межі традиційних форматів навчання.

Відповідно до Закону України «Про освіту», освіта визначена як основа інтелектуального, духовного, фізичного і культурного розвитку особистості, її успішної соціалізації, економічного добробуту, запорукою розвитку суспільства, об'єднаного спільними цінностями і культурою, та держави [28].

Тобто, іншими словами, можна сказати, що освіта представляє собою комплексний процес засвоєння знань, навичок, цінностей та соціокультурного досвіду, який сприяє розвитку особистості та її інтеграції в суспільство.

Цей процес може відбуватися у різних формах та контекстах, таких як загальна освіта, вища освіта, професійна підготовка, навчання вдома тощо. Освіта включає в себе передачу знань, формування навичок та розвиток критичного мислення. Вона сприяє розвитку особистісних якостей, соціальної компетентності та вихованню громадянських цінностей. Освіта визнається ключовим чинником для розвитку суспільства, і вона має важливе значення для підготовки людей до активної участі в економіці, політиці та культурному житті.

Загальний метафоричний вислів «освіта - це ключ» відзначає її роль у відкриванні можливостей для особистого розвитку та досягнення успіху в різних сферах життя.

Забезпечення якісної та доступної освіти є важливим завданням, яке стоїть перед освітніми установами та владою. Сучасні тенденції у сфері навчання та розвитку реалізуються на ринку освітніх послуг.

Ринок освітніх послуг — це система відносин в ринкових умовах, з приводу купівлі-продажу освітньої послуги, яка в силу цього стає товаром. Важливо розуміти, що на даному ринку об'єктом купівлі-продажу є не сама освіта, як процес набуття знань, а освітня послуга, що включає в себе

комплекс матеріальних та нематеріальних ресурсів, необхідних для процесу навчання [29].

Іншими словами, ринок освітніх послуг є сферою економіки, де надаються різноманітні освітні послуги, такі як навчання, тренінги, консультації та інші форми навчання. Цей ринок є важливою складовою сучасного суспільства, оскільки освіта визнається ключовою для розвитку індивідуумів та суспільства в цілому.

Розглянемо деякі аспекти ринку освітніх послуг:

1. Види освітніх послуг:

1.1. Загальна освіта: навчання в загальноосвітніх школах та інших навчальних закладах.

1.2. Вища освіта: університети, коледжі, академії, де студенти отримують вищі кваліфікації.

1.3. Професійна освіта: курси та програми, спрямовані на підготовку до конкретних професій.

2. Технологічні тенденції: зростання використання технологій в освіті, включаючи онлайн-навчання, віддалені курси, електронні платформи та інтерактивні додатки.

3. Міжнародний ринок освіти: збільшення міжнародної мобільності студентів та викладачів, розвиток міжнародних навчальних програм та обмінів.

4. Конкуренція та рейтинги: зростання конкуренції між освітніми установами, що приводить до підвищення якості наданих послуг. Рейтинги університетів та навчальних закладів стають важливими визначниками.

5. Кар'єрна орієнтація та розвиток: надання послуг у сфері кар'єрної підтримки та розвитку навичок, що відповідають потребам ринку праці.

6. Глобальні тренди в освіті: впровадження інноваційних методів навчання, активізація STEM-освіти, підвищення акценту на розвиток критичного мислення та творчості.

7. Платні та безкоштовні послуги: наявність як платних, так і безкоштовних освітніх послуг, зокрема в інтернеті, що розширює можливості доступу до знань.

Ринок освітніх послуг представляє собою сферу, в якій відбувається обмін освітніми послугами та товарами. Це місце, де навчальні заклади, студенти, викладачі та інші учасники здійснюють взаємодію з метою отримання та надання освіти.

Ринок освітніх послуг - це сукупність взаємозв'язаних процесів, які включають в себе надання та отримання освітніх послуг та товарів. Це система, де взаємодіють різні суб'єкти, такі як учні, студенти, викладачі, навчальні заклади, роботодавці та інші організації, щоб задовольнити освітні потреби та досягти певних цілей (див. рис.1.1).

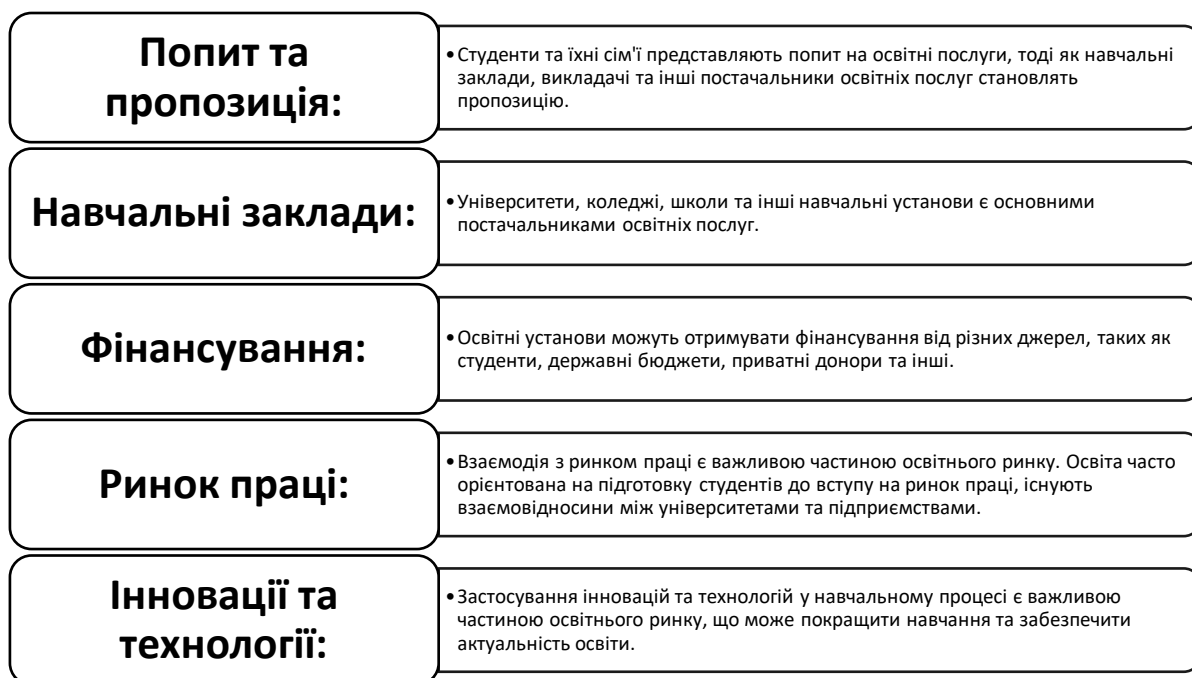


Рис.1.1. Ключові елементи ринку освітніх послуг

Ринок освітніх послуг визначається постійними змінами, нововведеннями та адаптацією до сучасних соціально-економічних умов. Його функціонування визначає великий вплив на суспільство, економіку та розвиток країни.

Питання розвитку ринку освітніх послуг вивчається та досліджується багатьма вченими, експертами, та організаціями, як у межах національних, так і міжнародних досліджень. Різні аспекти ринку освітніх послуг привертають увагу фахівців з педагогіки, економіки, соціології, політики та інших галузей. Ось деякі групи осіб та організацій, які досліджують питання розвитку ринку освітніх послуг – див. рис.1.2.

Університети та дослідницькі центри:	☐ Академічні установи часто проводять дослідження щодо розвитку освітнього ринку, вивчаючи тенденції, виклики та інновації в галузі освіти.
Міжнародні організації:	☐ Організації, такі як Організація Об'єднаних Націй для Освіти, Науки та Культури (ЮНЕСКО), інші міжнародні групи та агентства також здійснюють дослідження у сфері освітнього ринку, спрямовані на покращення якості освіти в різних країнах.
Державні органи та Міністерства освіти:	☐ Урядові органи та відомства, які відповідають за освіту, проводять дослідження та аналіз для розробки політик і стратегій в галузі освітнього ринку.
Неприбуткові організації:	☐ Неприбуткові організації, які спеціалізуються на освіті та розвитку, такі як Білл і Мелінда Гейтс Фаундейшн, також можуть фінансувати та проводити дослідження.
Консультантські фірми та аналітичні агентства:	☐ Приватні консультанти та аналітичні фірми можуть досліджувати ринкові тенденції, проводити оцінки ефективності та рекомендації для освітніх установ.
Науковці та академіки:	☐ Індивідуальні дослідники, науковці та академіки активно вивчають питання, пов'язані з розвитком освітнього ринку та публікують свої результати у наукових журналах та публікаціях.

Рис.1.2. Основні суб'єкти, які досліджують питання розвитку ринку освітніх послуг

Ці різні структури та особи спільно сприяють розумінню та подальшому розвитку освітнього ринку, щоб відповідати викликам та потребам сучасного світу.

Отже, ринок освітніх послуг є важливою складовою соціально-економічної системи, оскільки впливає на розвиток суспільства. Він забезпечує можливість здобуття освіти для населення, формує кадровий потенціал, сприяє інноваційному розвитку та економічній

конкурентоспроможності; має важливе значення для суспільства та індивідів з різних позицій (див. рис.1.3).

Доступ до освіти:	☐ Освітній ринок створює можливості для людей отримувати освіту, розширювати свої знання та розвивати навички.
Економічний розвиток:	☐ Належне функціонування освітнього ринку сприяє розвитку людського капіталу, що в свою чергу позитивно впливає на економічний розвиток країни.
Підготовка робочої сили:	☐ Освітній ринок готує робочу силу, визначаючи структуру та якість освіти, яка відповідає потребам ринку праці.
Інновації та технології:	☐ Взаємодія з освітнім ринком стимулює впровадження інновацій та технологічного прогресу у навчальній сфері.
Сприяння соціальній рівності:	☐ Шляхом забезпечення доступу до освіти для різних соціальних груп освітній ринок сприяє зменшенню соціальних різниць.
Розвиток культури та науки:	☐ Освітній ринок визначає розвиток науки, літератури, мистецтва та інших аспектів культури.
Формування громадянського суспільства:	☐ Забезпечення якісної освіти сприяє формуванню громадянських цінностей та активної громадянської позиції.
Конкурентоспроможність на міжнародному ринку:	☐ Високоякісна освіта підвищує конкурентоспроможність країни на міжнародному ринку праці та в глобальному соціальному та економічному контексті.

Рис.1.3. Ключові аспекти значення ринку освітніх послуг

Загалом, ринок освітніх послуг є ключовим фактором для розвитку індивідів та суспільства в цілому, визначаючи рівень знань, культурні цінності та економічні можливості, оскільки він базується на концепції взаємодії між попитом і пропозицією освітніх послуг.

Концепція ринку освітніх послуг включає в себе ідеї та принципи, які описують взаємодію між різними суб'єктами в освітній сфері, сприяючи обміну знаннями та навичками. Основні аспекти концепції ринку освітніх послуг включають:

1. Попит та пропозиція: ринку освітніх послуг ґрунтується на основних економічних принципах попиту та пропозиції. Студенти, які шукають отримання освіти, представляють попит, тоді як навчальні заклади, тренери та інші надавачі освітніх послуг є пропозицією.

2. Конкуренція: концепція ринку освітніх послуг передбачає наявність конкуренції між навчальними закладами та іншими постачальниками освітніх послуг. Це спонукає до підвищення якості надання освітніх послуг та інновацій у навчальних програмах.

3. Ринкові відносини: взаємодія на ринку освітніх послуг визначається ринковими відносинами між студентами, викладачами, адміністрацією навчальних закладів та роботодавцями. Це може включати процеси вибору навчальних програм, вступу, набору персоналу тощо.

4. Фінансування та вартість освіти: концепція ринку освітніх послуг враховує фінансові аспекти, такі як вартість освіти, фінансування навчальних закладів та доступність освітніх послуг для різних соціальних груп.

5. Партнерства із зовнішніми спільнотами: навчальні заклади можуть входити в партнерства з різними зовнішніми сторонами, такими як компанії, державні органи, громадські організації тощо, для забезпечення практичної підготовки студентів та взаємодії з ринком праці.

6. Адаптація до змін: ринку освітніх послуг повинен бути готовим до адаптації до змін у суспільстві, технологіях та економіці, щоб найкращим чином відповідати потребам студентів та ринку праці.

Концепція ринку освітніх послуг враховує динаміку взаємодії між всіма учасниками освітнього процесу та розвиток системи освіти в контексті сучасних викликів та тенденцій.

Основні завдання ринку освітніх послуг включають в себе різноманітні аспекти, спрямовані на забезпечення якісної освіти та відповідності освітніх послуг потребам сучасного суспільства. Основні завдання ринку освітніх послуг відображено на рис.1.4.

Ці завдання допомагають ринку освітніх послуг виконувати свою ключову роль у формуванні кваліфікованої та конкурентоспроможної робочої сили та сприяти розвитку суспільства в цілому.

•Забезпечення доступу до освіти:	☐ Однією з головних задач є забезпечення можливості отримання якісної освіти для всіх шарів суспільства.
•Забезпечення якості:	☐ Ринок повинен контролювати та стимулювати навчальні заклади до підтримки високого рівня освіти.
•Взаємодія з ринком праці:	☐ Задача ринку у взаємодії з роботодавцями для забезпечення актуальності та відповідності навчальних програм потребам ринку праці.
•Стимулювання конкуренції:	☐ Конкуренція між освітніми установами має стимулювати покращення якості освіти та інновації.
Розвиток інновацій та технологій в освіті:	☐ Впровадження новітніх технологій та інновацій у навчальний процес для покращення якості освіти та забезпечення зручності для студентів.
Фінансування та ефективне управління ресурсами:	☐ Забезпечення достатнього фінансування освіти та раціональне використання ресурсів для досягнення максимальної ефективності.
Забезпечення соціальної рівності:	☐ Розробка політик та програм, спрямованих на зменшення соціальних різниць у доступі до освіти та уможливлення рівних можливостей для всіх.
Сприяння розвитку критичного мислення та творчості:	☐ Розвивання методів та підходів, спрямованих на розвиток критичного мислення, творчості та навичок розв'язання проблем.
Співпраця з бізнес-середовищем:	☐ Створення партнерських відносин із підприємствами та бізнес-середовищем для обміну знаннями, стажуваннями та вдосконаленням навчальних програм.

Рис.1.4. Завдання ринку освітніх послуг

Ці аспекти взаємодії формують основу функціонування ринку освітніх послуг, що визначає його роль у суспільстві та економіці.

У межах поняття «ринок освітніх послуг» можна розглядати широкий спектр аспектів та підходів, які визначають функціонування системи освіти та взаємодію всіх учасників. Ось додаткові аспекти, які можна розглядати у контексті ринку освітніх послуг:

1. Маркетинг освітніх послуг: реклама та маркетинг в освіті, включаючи стратегії залучення студентів, розробку бренду навчальних закладів та використання маркетингових інструментів для збільшення популярності освітнього закладу.

2. Стандарти та акредитація: розгляд нормативних вимог, стандартів якості та процесів акредитації, які визначають якість та визнання освітніх програм і закладів.

3. Глобалізація освіти: вивчення взаємодії освітніх систем різних країн, міжнародного обміну студентами та викладачами, а також впливу глобалізації на формування освітнього ринку.

4. Використання технологій в освіті: аналіз впливу інформаційних технологій та електронного навчання на структуру та функціонування освітнього ринку.

5. Соціальна й екологічна відповідальність: розгляд відповідального підходу до освіти з точки зору соціальних та екологічних аспектів, включаючи участь у громадських та благодійних ініціативах.

6. Управління якістю та ризиками: вивчення систем управління якістю та стратегій управління ризиками для забезпечення ефективності та стабільності освітніх закладів.

7. Новітні підходи до навчання та оцінювання: дослідження інноваційних методів навчання, використання новітніх технологій та переосмислення підходів до оцінювання знань та навичок.

8. Етичні та юридичні аспекти: розгляд етичних питань в освіті, а також вивчення юридичних аспектів, таких як права студентів, авторські права, та інші правові питання.

9. Співпраця з громадськістю: залучення громадськості до освітнього процесу, створення відкритих комунікаційних каналів між освітніми установами та громадою.

Ці аспекти визначають багатогранність та складність ринку освітніх послуг як системи, що впливає на багато сфер сучасного життя.

1.2. Концепція надання освітніх послуг

Відповідно до ст.1. пп.18 Закону України «Про освіту», освітня послуга визначена як 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 [28].

Іншими словами, освітні послуги - це різноманітний комплекс послуг, пов'язаних із забезпеченням освітніх потреб і навчальних процесів. Ці послуги можуть надаватися різними освітніми установами, включаючи школи, коледжі, університети, технічні школи, тренінгові центри та інші освітні організації. Освітні послуги можуть бути надані на різних рівнях освітньої системи, включаючи початкову, середню, вищу та професійну освіту.

Основні складові освітніх послуг включають в себе:

1. Навчання та викладання: надання учням та студентам знань, навичок та компетентностей через систематичний процес навчання та викладання.

2. Методична та педагогічна підтримка: забезпечення навчальними матеріалами, педагогічними ресурсами та методичною підтримкою для покращення якості освіти.

3. Оцінювання та екзаменації: здійснення процесу оцінювання студентів, визначення їхніх досягнень та визначення рівня знань та навичок.

4. Консультативні та кар'єрні послуги: надання консультацій та допомоги вибору курсів, спеціальностей, а також надання кар'єрних порад.

5. Додаткові навчальні можливості: процеси навчання можуть включати додаткові можливості, такі як позашкільні активності, волонтерська робота, стажування, міжнародний обмін і т.д.

6. Науково-дослідницькі та інноваційні проекти: проведення наукових досліджень, розробка нових методів навчання, впровадження інновацій у навчальний процес.

7. Фізична та соціальна інфраструктура: забезпечення студентам доступу до фізичних та соціальних ресурсів, таких як бібліотеки, лабораторії, спортивні майданчики, студентські об'єднання і т.д.

8. Міжнародна співпраця та обмін: розвиток програм міжнародної співпраці, включаючи студентські обміни та спільні проекти з іншими освітніми установами.

Освітні послуги є важливим елементом суспільства, оскільки вони формують освіченість, розвивають кваліфіковану робочу силу та сприяють соціальному розвитку.

Освітні послуги можна класифікувати за різними критеріями, такими як рівень освіти, форма навчання, види установ тощо. Ось кілька способів класифікації освітніх послуг – див. рис.1.5.

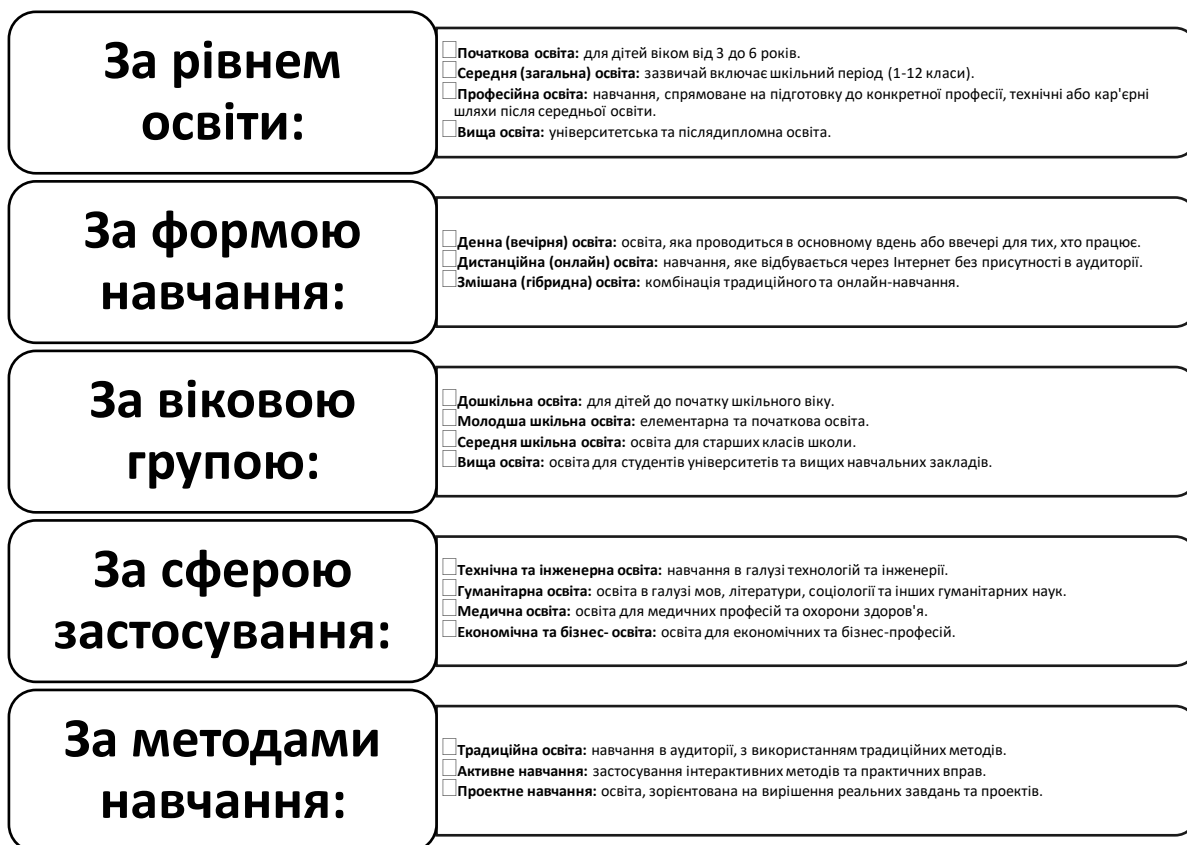


Рис.1.5. Класифікація освітніх послуг

Звичайно, ця класифікація не є вичерпною, і можна використовувати інші параметри для деталізації освітніх послуг в залежності від конкретного контексту чи потреб.

Освітні послуги мають важливе значення для суспільства та індивідів, оскільки вони грають ключову роль у розвитку людського потенціалу, формуванні знань та навичок, а також визначають рівень освіченості та готовності індивідів до ефективної участі в сучасному світі. Ось декілька аспектів значення освітніх послуг:

1. Розвиток людського капіталу: освіта визначає рівень кваліфікацій, навичок та компетенцій населення, що є основним ресурсом для економічного та соціального розвитку.

2. Підготовка кваліфікованої робочої сили: навчальні заклади надають можливості для отримання професійної освіти, що є важливим для підготовки робочої сили, відповідної вимогам ринку праці.

3. Створення можливостей для освіти: освітні послуги забезпечують доступ до навчання для широкого спектру осіб, незалежно від їхнього соціального статусу чи фінансового положення.

4. Формування споживачів знань: освічені індивіди стають активними споживачами знань, що сприяє розвитку культури, науки, мистецтва та інших галузей.

5. Підготовка громадянського суспільства: освіта грає важливу роль у формуванні громадянської ідентичності та вихованні громадян, здатних активно приймати участь у демократичному процесі.

6. Інтелектуальний та технологічний розвиток: освіта стимулює науковий та технологічний прогрес, що веде до розвитку інтелектуальних та технічних знань у суспільстві.

7. Зменшення соціальних нерівностей: доступ до якісної освіти може допомагати зменшенню соціальних нерівностей та забезпеченню рівних можливостей для всіх.

8. Готовність до змін: освіта готує людей до змін у сучасному світі, стимулює критичне мислення та адаптацію до нових умов.

Загалом, освітні послуги виступають ключовим інструментом для соціального, економічного та культурного розвитку суспільства.

Цільова аудиторія для освітніх послуг може варіюватися в залежності від конкретного типу освітніх послуг, рівня освіти, географічного положення та інших факторів. Однак деякі загальні категорії цільової аудиторії включають:

1. Дошкільний вік (3-6 років):
 - Батьки та опікуні, які шукають освітні заклади для своїх малюків.
 - Тренінги та матеріали для вихователів та вчителів.
2. Шкільний вік (7-18 років):
 - Учні та їхні батьки, які вибирають школи чи додаткові навчальні курси.
 - Вчителі, які шукають методичні матеріали та навчальні ресурси.
3. Студенти закладів вищої освіти:
 - Старшокласники та випускники, які обирають університети та вищі навчальні заклади.
 - Студенти, які шукають магістерські та докторські програми.
4. Професійна освіта (після вищої освіти):
 - Фахівці, які шукають курси підвищення кваліфікації та професійний розвиток.
 - Організації, які надають корпоративні тренінги.
5. Підприємці та професіонали:
 - Освітні послуги для тих, хто хоче отримати нові навички або розвивати існуючі для управління бізнесом.
 - Курси з підприємництва та управління.
6. Міжнародні студенти:
 - Абітурієнти, які шукають навчання за кордоном.
 - Студенти-іноземці, які шукають мовні курси або програми в інших країнах.
7. Люди похилого віку:

- Програми для вивчення нових навичок або отримання додаткової освіти після пенсії.

8. Кар'єрні зміни та перепідготовка:

- Люди, які переходять з однієї сфери професійної діяльності в іншу та шукають відповідні курси.

Концепція надання освітніх послуг може варіюватися в залежності від типу освітнього закладу чи організації. Однак є кілька ключових аспектів, які можуть бути включені в загальну концепцію надання освітніх послуг:

1. Освітні програми та курси: розробка і впровадження різноманітних освітніх програм і курсів, що відповідають сучасним вимогам ринку праці та потребам учнів.

2. Педагогічний підхід: використання сучасних методів навчання та педагогічних підходів, спрямованих на забезпечення ефективного засвоєння матеріалу та розвитку ключових навичок.

3. Технологічні інновації: впровадження технологічних засобів для покращення якості освіти, таких як віртуальна реальність, онлайн-платформи, віддалене навчання, інтерактивні додатки тощо.

4. Залучення талановитих викладачів: привертання та утримання кваліфікованих та талановитих викладачів, які можуть забезпечити високий рівень навчання та створити стимулююче середовище для учнів.

5. Оцінювання та звітність: розробка системи оцінювання, що відображає якість знань та навичок учнів, а також забезпечення прозорості звітності для студентів, вчителів та батьків.

6. Гнучкість та доступність: створення гнучких графіків та форматів навчання, які враховують різні потреби та обставини учнів. Забезпечення доступності освіти для різних груп населення.

7. Кар'єрна підтримка: надання послуг з кар'єрної підтримки, таких як консультування щодо вибору професії, тренінги з розвитку кар'єри та практичні можливості для студентів.

8. Залучення спільноти: взаємодія з місцевими громадами та підтримка освітніх ініціатив на рівні спільноти для створення позитивного впливу на освітнє середовище.

Ці аспекти можуть бути адаптовані відповідно до конкретних потреб і цілей освітньої організації. Основна ідея - створення інтегрованого підходу, спрямованого на покращення якості освіти та задоволення потреб учнів. Важливо розуміти, що для ефективного просування освітніх послуг слід глибоко вивчати потреби та інтереси конкретної цільової аудиторії і пристосовувати стратегії маркетингу та комунікації відповідно до цих характеристик.

Таким чином можна сказати, що основною метою надання освітніх послуг є забезпечення якісного, доступного та відповідного потребам сучасного суспільства навчання та розвитку. Освітні послуги повинні бути спрямовані на досягнення кількох ключових цілей освіти, про які згадувалось у розділі 1.1.

Загальна мета освітніх послуг полягає в підготовці індивідів до життя в сучасному суспільстві, надаючи їм знання, навички та цінності, необхідні для самореалізації та внесення позитивного вкладу в своє оточення.

Ефективно просувати освітні послуги установи та організації можуть за рахунок ефективної комунікації зі своєю цільовою аудиторією, забезпечуючи їм не лише якісну освіту, але й відчуття важливості та включеності в освітню спільноту. Тому питання просування освітніх послуг в сучасному світі вимагає комплексного підходу, який враховує новітні технології, зміни в уявленнях споживачів та важливість бренду в освітній сфері. Ось перелік напрямків, які використовуються для просування освітніх послуг сьогодні:

- створення інтерактивних веб-сайтів та мобільних додатків для полегшення доступу до інформації,
- використання соціальних мереж для взаємодії з потенційними студентами, розміщення реклами та створення спільнот,

- організація вебінарів та онлайн-подій для просування конкретних програм чи курсів,
- розробка персоналізованих навчальних програм, які враховують індивідуальні потреби та інтереси учнів,
- використання технологій адаптивного навчання для оптимізації процесу засвоєння матеріалу,
- розвиток сильного бренду та підтримання високої репутації в освітній галузі,
- відгуки, рекомендації випускників, а також рейтинги та рецензії можуть впливати на вибір учнів,
- укладення партнерських угод та співпраця з компаніями, які можуть надавати додаткові можливості для студентів, такі як стажування та робочі місця,
- співпраця з іншими освітніми установами для обміну ресурсами та розробки спільних програм,
- створення цікавого та інформативного контенту, такого як блоги, статті, відео, які відображають експертність та цінності освітнього закладу,
- розповсюдження контенту через різні канали для залучення цільової аудиторії,
- активна участь у соціальних мережах та спільнотах для взаємодії із студентами,
- організація подій, конференцій, виставок та інших заходів для підтримки спільноти та підвищення зацікавленості до освітнього закладу.

Звичайно, просування освітніх послуг – це складний процес, який вимагає комплексного підходу, що враховує особливості цього ринку та потреби цільової аудиторії. Ось кілька стратегій, які можна використовувати для успішного просування освітніх послуг – див. табл.1.1.

Таблиця 1.1 – Стратегії для просування освітніх послуг

Стратегія	Характеристика
Розробка Сильного Бренду:	- Створення чіткого індивідуального образу для вашого освітнього закладу або послуги. - Виділення ключових переваг та унікальних характеристик, які роблять вашу пропозицію привабливою для студентів.
Маркетинг та Реклама:	- Використання ефективних маркетингових стратегій для позиціонування вашого освітнього закладу на ринку. - Використання різноманітних медіа, включаючи соціальні мережі, блоги, онлайн-рекламу та традиційні засоби масової інформації.
Цифровий Маркетинг:	- Оптимізація веб-сайту для пошукових систем (SEO) для підвищення його видимості. - Використання контент-маркетингу для надання корисної інформації та вивчення проблем, які цікавлять вашу аудиторію.
Участь у Виставках та Конференціях:	Участь у виставках та конференціях в галузі освіти для розширення контактів та просування вашого закладу.
Партнерства та Співпраця:	Укладення партнерських угод з компаніями, організаціями чи іншими освітніми установами для обміну ресурсами та залучення нових студентів.
Онлайн-Навчання та Віддалені Курси:	Пропонування онлайн-курсів для розширення аудиторії та привертання студентів з різних регіонів.
Отримання Відгуків та Рекомендацій:	- Запрошення студентів, які вже отримали освітні послуги, давати відгуки та рекомендації. - Використання сучасних засобів відгуків, таких як відгуки в Інтернеті, для підвищення довіри.
Співробітництво із Зовнішніми Експертами:	Залучення відомих фахівців або викладачів для ведення курсів, що може привертати увагу.
Соціальна Відповідальність:	Реалізація проектів соціальної відповідальності для підвищення іміджу та привертання студентів, які цінують цінності.

Ключовим є ретельне вивчення цільової аудиторії, розуміння їхніх потреб та вподобань, щоб адаптувати стратегії просування відповідно до конкретного контексту освітніх послуг.

Висновки до розділу 1

У першому розділі кваліфікаційної роботи був проведений аналіз теоретичних аспектів освітнього ринку та освітніх послуг. Сутність, значення, концепція та завдання ринку освітніх послуг ретельно висвітлені, відкриваючи важливі фактори, які визначають його функціонування та вплив на розвиток суспільства.

Також було досліджено важливість концепції надання освітніх послуг у забезпеченні ефективної та якісної освіти, зазначено можливості застосування теоретичних концепцій у практичних аспектах управління та розвитку освітніх послуг.

Підкреслено важливість розвитку інноваційних підходів до освітнього процесу, що враховують індивідуальні потреби та особливості студентів. Поглиблений огляд концепцій та завдань ринку освітніх послуг надає змогу визначити ключові тенденції та можливості для покращення системи освіти.

Розглянуті теоретичні аспекти служать фундаментом для подальших розділів дослідження, де буде проведено більш детальний аналіз практичних аспектів функціонування освітнього ринку та реалізації концепцій надання освітніх послуг.

РОЗДІЛ 2. РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ: АНАЛІТИЧНИЙ ОГЛЯД

2.1. Аналіз ринку освітніх послуг України

В сучасних умовах розвитку суспільства знання та інформація стають основними ресурсами і джерелами багатства як для окремої особи, так і для держави в цілому. Конкурентоспроможність економіки країни визначається не обсягом природних чи виробничих ресурсів, а передусім за інтелектуальним потенціалом і здатністю генерувати нові рішення. Рівень розвитку ринку освітніх послуг країни є одним із ключових показників його конкурентоспроможності.

Ринок освітніх послуг в Україні розвивається відповідно до загальних закономірностей ринкової економіки, але має свої власні особливості. Зокрема, це висока динамічність ринку, територіальна сегментація та локальний характер, швидкий оборот капіталу, велика чутливість освітніх послуг до ринкових умов через неможливість їх зберігання та транспортування, а також індивідуальність виробництва [8]. Ринкові відносини виробництва освітніх послуг мають свої особливості, пов'язані з державним втручанням і регулюванням ключових послуг, а також обмеженням приватної підприємницької діяльності.

Аналіз ринку освітніх послуг України включає ретельне вивчення різних аспектів системи освіти та факторів, що впливають на його функціонування. Аналіз літературних джерел з даної проблематики [30; 15; 23; 22; 20] дозволяє виділити наступні основні сучасні тенденції розвитку національного ринку освітніх послуг – рис.2.1.

Цифрова трансформація:	☐ Зростання використання технологій у навчальних закладах та перехід до онлайн-навчання. ☐ Розвиток платформ для дистанційної освіти та онлайн-ресурсів.
Гнучкі форми навчання:	☐ Збільшення попиту на гнучкі форми навчання, такі як змішане навчання та моделі "весь життя".
Акцент на STEM-освіту:	☐ Збільшення інтересу до науки, техніки, інженерії та математики в навчальних програмах.
Мовна освіта:	☐ Зростання популярності вивчення англійської та інших мов для підготовки до міжнародних освітніх програм.
Інновації та стартап-культура:	☐ Зростання інтересу до курсів з інновацій, підприємництва та стартап-освіти.
Розвиток вищої освіти:	☐ Зміна акценту на практичні навички та підготовку до ринку праці.
Міжнародна співпраця:	☐ Збільшення співпраці університетів та навчальних закладів України з міжнародними партнерами.
Освіта для розвитку особистості:	☐ Зростання уваги до розвитку м'яких навичок, соціальної компетентності та креативності.
Фінансування та доступність:	☐ Вдосконалення системи фінансування освіти та робота над зменшенням бар'єрів до доступу до вищої освіти.
Адаптація до змін у глобальному середовищі:	☐ Підготовка студентів до змін у світовому економічному та соціальному середовищі.

Рис.2.1. Тенденції розвитку ринку освітніх послуг в Україні

Звичайно, ці тенденції можуть змінюватися відповідно до політичних, економічних та соціокультурних чинників.

Нажаль доводиться констатувати той факт, що ринок освітніх послуг в Україні еволюціонує в межах загальних закономірностей ринкової економіки, але одночасно має своєрідні особливості. Наприклад, його висока динаміка, регіональна сегментація та локальний характер, швидка обіговість капіталу та висока вразливість освітніх послуг до ринкових умов через їх неможливість зберігання та транспортування, а також індивідуальність виробництва [13]. Надання освітніх послуг на ринку має специфічні риси, пов'язані з державним втручанням та регулюванням ключових послуг, а також обмеженням можливостей приватної підприємницької діяльності.

Ринок освітніх послуг в Україні має важливе завдання забезпечення сталого розвитку країни. Цей ринок є ключовим інструментом формування та відтворення інтелектуального потенціалу нації, а також впровадження нової системи світогляду, цінностей та духовності в суспільстві. У даному контексті пріоритетними завданнями у сфері освітніх послуг є [26]:

1. Розробка освітніх програм, які охоплюють знання про взаємозалежність економічного процвітання, добробуту та здоров'я людини, соціальної справедливості та збереження навколишнього середовища. Освітні програми повинні включати інформацію про межі припустимого втручання у природу.

2. Постійне вдосконалення спеціальних навчальних програм зі сталого розвитку в освітніх закладах. Створення навчальних посібників з екологічної етики та екологічної економіки, а також видання науково-популярної літератури з цих питань є необхідним.

3. Формування необхідного базису знань, який ґрунтується на ідеях взаємозалежності природи і суспільства, сталого розвитку та економічної свідомості людини.

4. Створення всенародної системи безперервної екологічної освіти та виховання, включаючи питання сталого розвитку для всіх вікових груп населення.

5. Забезпечення постійної інформованості населення та громадських організацій, що є найвищою формою еволюції індустріальної системи господарювання.

Нажаль, вища освіта в Україні сьогодні не може відповідати основним потребам ринку праці, підготовлюючи фахівців, які були актуальні кілька років тому. Ці негативні тенденції зумовлені суб'єктивними інтересами закладів вищої освіти, які зацікавлені в збільшенні кількісних показників студентського контингенту, що безпосередньо впливає на рівень їх фінансування як з державного бюджету, так і за рахунок зовнішніх коштів. Незважаючи на те, що на сучасному ринку праці є великий попит на

фахівців у технічних галузях середнього та низького рівня, таких як технічні професії загалом, професія вчителя мало приваблива для молоді, оскільки вимагає більше тривалої роботи.

Сучасні освітні заклади виконують роль «виробників» та «продавців» освітніх послуг, а учні, батьки та студенти є суб'єктами ринку освітніх послуг. Крім того, заклади вищої освіти, прямо чи опосередковано, взаємодіють з іншими суб'єктами, такими як підприємства та організації (де працюють випускники), фінансові фонди, видавництва журналів, кадрові агентства та інші.

Кожен з цих учасників має свої економічні інтереси: студенти націлені на досягнення балансу, оцінюючи вкладений час, енергію та зусилля у процес навчання та кінцевий результат у вигляді професійного розвитку; потенційні роботодавці прагнуть до того, щоб випускники могли ефективно вирішувати труднощі, з якими часто стикаються в організаціях, де вони працюють; держава ставить перед собою завдання створення таких умов на ринку освітніх послуг та в галузі освіти загалом, які сприятимуть збільшенню числа висококваліфікованих фахівців. Таким чином, кожен з цих суб'єктів формує власний попит на освітні послуги.

Взаємодія між учасниками освітніх послуг має перевагу у глибокій інтеграції освітніх ресурсів. Проте, ролі та мотивації цих сторін відрізняються. Лише при дотриманні підходу «виграш-виграш» та відповідності їхніх очікувань режим кооперативного навчання може стабільно розвиватися. З одного боку, всі зацікавлені сторони повинні чітко висловлювати свою позицію. Уряд та департаменти освіти повинні активно працювати над створенням середовища для співпраці, фокусуючись на розробці політики для співпраці, а не втручанні в функціонування та впровадження освіти. Університети мають виступати в ролі основного органу в інноваційній підготовці, тоді як науково-дослідні інститути повинні сприяти співпраці та ділитися технічними перевагами через проектну співпрацю. Роботодавці, як площадка для перевірки якості

наукових досягнень та підготовки талантів, повинні надавати своєчасний зворотний зв'язок для оптимізації схеми навчання. З іншого боку, всі учасники мають активно співпрацювати для створення відкритого каналу для обміну інформацією. Це дозволить їм інтегрувати свої власні ресурси та повністю використовувати свої відповідні переваги [17].

Однак слід зауважити, що надання освітніх послуг не таке просте (див. рис.2.2): студенти, отримуючи вищу освіту, через призму набутих навичок університетами, перетворюють своє бачення та здобуті знання при вирішенні нестандартних завдань.

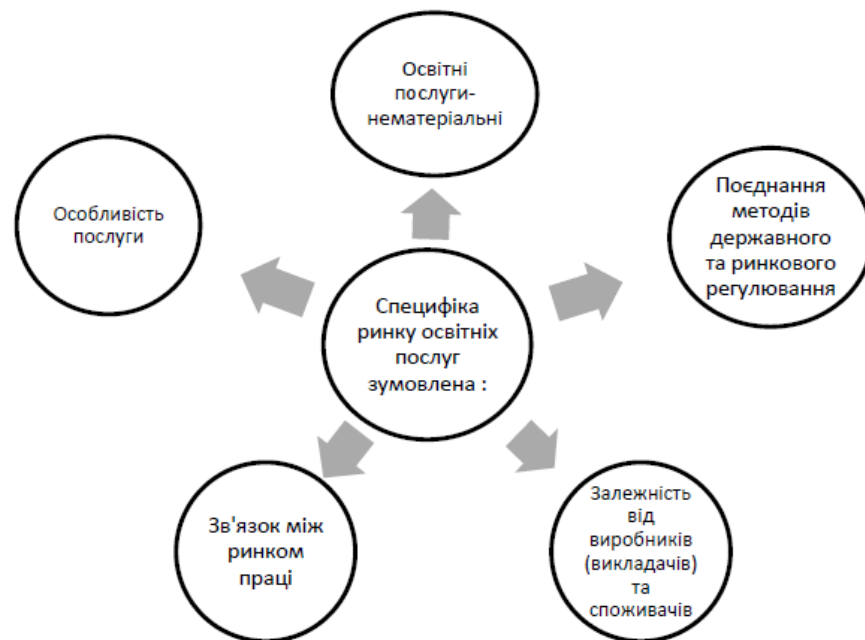


Рис.2.2. Специфікація ринку освітніх послуг в Україні

Ринок освітніх послуг тісно пов'язаний з ринком праці, оскільки попит на майбутні кадри безпосередньо залежить від кількості студентів, які отримують освіту та проходять кваліфіковану підготовку. Основна проблема полягає в дисбалансі між цими ринками. В Україні він проявляється у зайвому попиті на популярні спеціальності та недостатньому попиті на фахівців у ключових для економіки сферах. Це призводить до зайвого числа фахівців, які не можуть знайти роботу у відповідній галузі і

змушені працювати не за спеціальністю. З іншого боку, є проблема дефіциту фахівців у важливих галузях через низьку престижність, недостатню підготовку або застарілість спеціальностей.

Поточна система державного регулювання на ринку освітніх послуг, зокрема через державне замовлення на підготовку експертів, не є оптимальною через обмежену обізнаність держави. Необхідно враховувати зайнятість студентів при формуванні державного замовлення та визначенні обсягів їх підготовки. Ситуація на ринку праці, що змінюється протягом навчання, має вплив на вартість освіти для держави. При випуску студентів їхні потреби на ринку можуть змінюватися, і держава може не потребувати їхніх послуг у тому обсязі, який передбачали під час навчання. Динаміка вибору абітурієнтами спеціальностей створює конкуренцію між навчальними закладами, що може призвести до труднощів для менш конкурентоспроможних університетів.

Нажаль, протягом останніх років відбулися суттєві зміни у наданні освітніх послуг. Так, наприклад, найбільші обсяги держзамовлення припадали на соціальні науки, економіку, право, гуманітарні науки та техніку, виробництво і будівництво, в той час як найменший обсяг припадає на педагогічні науки, сферу послуг, медицину та сільське господарство. Додатково, 51% з цих місць фінансуються за власні кошти (тобто фізичних осіб), які надають заклади освіти [12]. А на контрактному навчанні пріоритетом залишилися економіка, право та гуманітарні науки, і з'явилися нові напрями, такі як фізкультура та мистецтво. З іншого боку, найменше популярні серед абітурієнтів стали напрями, такі як авіаційна, ракетно-космічна та морська техніка, електроніка, металургія та матеріалознавство. Цей дисбаланс між пріоритетами держави та вибором абітурієнтів відображається в пріоритетах для різних спеціальностей (див. рис. 2.3).

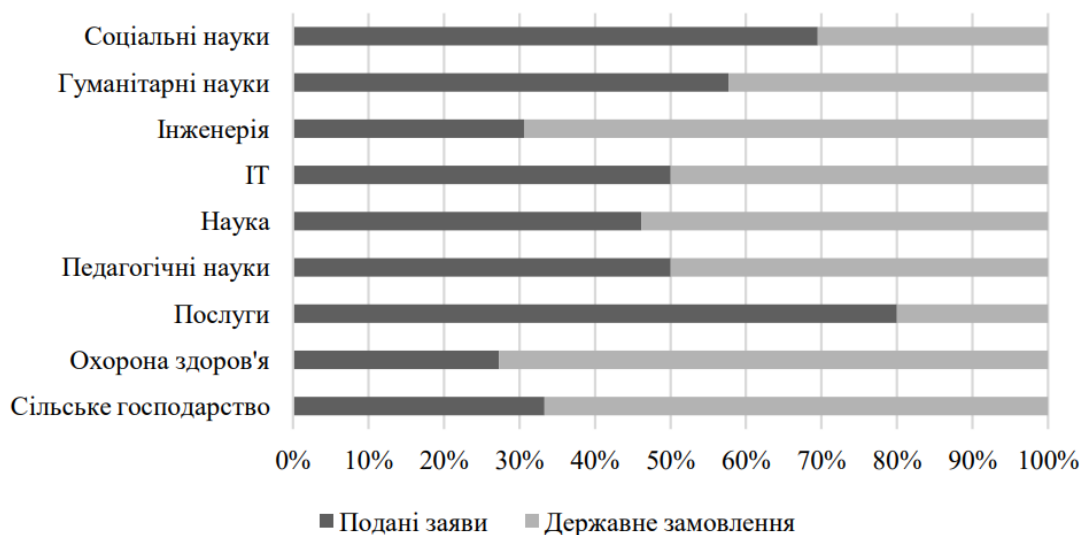


Рис.2.3. Динаміка кількості заяв на бакалаврат та держзамовлення на освіту бакалавра денної форми навчання станом на 2021 рік

Як видно з рис.2.3, існує значна нерівновага між різними галузями, такими як соціальні науки та сфера послуг, інженерія та сільське господарство. У виборі абітурієнтами переважає перша група, яка обирає престижні спеціальності, незважаючи на те, що державі не потрібна велика кількість фахівців у цих галузях. На відміну від цього, менш престижні спеціальності є більш пріоритетними для держави. Вищі навчальні заклади переважно спрямовані на задоволення попиту споживачів освітніх послуг, що призводить, з одного боку, до зростання кількісних та якісних показників підготовки фахівців та надмірного акценту на ринку праці для «модних» професій, а з іншого боку, до зростання безробіття серед випускників навчальних закладів.

Ринок освітніх послуг в Україні викликає значну напругу і не користується високою популярністю. У зв'язку з цим збільшення кількості студентів, як у світі, так і в Україні, підсилює зацікавленість громадськості у якості освітніх послуг вищої освіти. Під час аналізу найпрестижніших міжнародних рейтингів конкурентоспроможності університетів, таких як QS World University Rankings, Standards and Guidelines for Quality Assurance in the European Higher Education Area, Universitas21, можна виділити

наступні методологічні характеристики для оцінки конкурентоспроможності університетів:

1. Академічна репутація: цей показник надає вагу оцінці академічної репутації установи. Визначається здатність університетів визначати себе як одні з найкращих у сфері вищої освіти. Академічна репутація є ключовим елементом, який визначає, наскільки університет визнаний у глобальному освітньому просторі.

2. Репутація роботодавця: визначає, наскільки ефективно університети готують випускників до ринку праці. Сприймається як один з головних критеріїв при виборі вищого навчального закладу студентами. Успішність випускників та їхній пізніший успіх на ринку праці визначаються як ключові чинники.

3. Співвідношення викладачів і студентів: визначає, наскільки ефективно університети можуть забезпечити особистий доступ студентів до викладачів. Мале співвідношення викладачів до студентів свідчить про більший доступ до ресурсів та індивідуального навчання.

4. Статистика результатів досліджень: кількість наукових робіт та їхній науковий вплив є показником наукової активності та досягнень університету.

5. Забезпеченість працевлаштування для випускників: спостереження за тим, наскільки успішно випускники університету знаходять роботу та розвивають кар'єру, є важливим аспектом оцінки якості освіти.

6. Співвідношення міжнародних викладачів та іноземних студентів: високий рівень міжнародності свідчить про привабливість та глобальний статус університету.

7. Забезпеченість ресурсами: наявність адекватних ресурсів та матеріально-технічна база є важливим фактором для комфортного та ефективного навчання.

8. Міжнародний зв'язок: взаємодія з іншими університетами та участь у міжнародних програмах, таких як Erasmus, сприяє глобальній перспективі та розвитку університету.

9. Вільне фінансування: визначається незалежністю закладу від одного джерела фінансування, будь то державне або приватне. Це важливий аспект для ефективного функціонування університету, оскільки інвестування в освіту зазвичай не приносить прибутку у короткостроковому періоді. Однак для забезпечення такої фінансової незалежності, університет повинен мати автономію та можливість самостійно розпоряджатися своїми фінансовими ресурсами. Такий підхід дозволяє установам оперативно реагувати на внутрішні та зовнішні виклики, розвивати нові програми та ініціативи, не чекаючи на затвердження державних органів.

З метою забезпечення якості навчальних програм та функцій університету, важливо визначити політику забезпечення якості. Ця політика повинна бути оприлюдненою та входити в стратегічне управління університетом. Вона також повинна передбачати взаємодію зі зовнішніми зацікавленими сторонами, такими як роботодавці, громадські організації та інші університети.

Внутрішні зацікавлені сторони, такі як викладачі, студенти та адміністративний персонал, повинні бути активно включені у розробку та впровадження політики забезпечення якості. Це сприяє створенню внутрішнього консенсусу та підтримує внутрішній контроль якості.

Найбільшій ефективності досягається, коли університети мають чіткі процеси для розробки та затвердження навчальних програм. Це включає в себе створення механізмів для внесення пропозицій, обговорення та затвердження нових курсів і спеціальностей. Ці процеси важливі для забезпечення актуальності та високої якості освітніх програм університету.

2.2. Аналіз українського ринку вищої освіти

Аналіз українського ринку вищої освіти включає оцінку різних аспектів системи освіти в країні, включаючи якість освіти, доступність, міжнародну конкурентоспроможність та інші ключові показники. Ось деякі аспекти, які можна врахувати при проведенні такого аналізу:

1. Якість освіти:

1.1. Академічний рівень: оцінка рівня навчання та наукових досліджень в університетах та інших закладах вищої освіти.

1.2. Акредитація та рейтинги: оцінка того, як багато закладів мають національну та міжнародну акредитацію, а також їхні позиції в світових та національних рейтингах.

2. Доступність:

2.1. Фінансування та платність: аналіз рівня доступності та фінансування вищої освіти для студентів.

2.2. Доступність для різних груп населення: оцінка доступності освіти для різних соціальних та економічних груп населення.

3. Міжнародна конкурентоспроможність:

3.1. Міжнародний рейтинг закладів: рейтинги, що визначають міжнародну репутацію українських університетів та коледжів.

3.2. Міжнародна студентська мобільність: кількість іноземних студентів, які обирають Україну для навчання.

4. Професійна підготовка та ринок праці:

4.1. Співпраця з роботодавцями: як заклади вищої освіти співпрацюють з підприємствами та готують студентів до вимог ринку праці.

4.2. Зайнятість випускників: аналіз зайнятості випускників та їхніх доходів після закінчення навчання.

5. Інновації та дослідження:

5.1. Дослідницька активність: рівень досліджень та інновацій в університетах та наукових центрах.

5.2. Партнерство з промисловістю: взаємодія з українськими підприємствами та виробниками для сприяння технологічному розвитку.

6. Міжнародне співробітництво:

6.1. Програми обміну: участь у міжнародних програмах обміну та співпраця з іншими університетами світу.

6.2. Міжнародні проекти: участь в міжнародних наукових та освітніх проектах.

Аналіз цих аспектів допоможе отримати повний образ українського ринку вищої освіти та визначити його сильні та слабкі сторони.

Ринок вищої освіти — це сукупність взаємодіючих суб'єктів, що стосуються надання, отримання та управління вищою освітою. Цей ринок включає в себе різноманітні установи вищої освіти (університети, коледжі, інститути тощо), студентів, викладачів, адміністрації закладів, роботодавців та інші зацікавлені сторони.

Ключові аспекти ринку вищої освіти включають — див. рис.2.4.

Попит і пропозиція:	• Студенти є споживачами освітніх послуг, а університети та інші навчальні заклади надають ці послуги. • Ринкові сили визначають попит на конкретні програми та заклади вищої освіти.
Фінансування:	• Способи фінансування вищої освіти включають державні бюджети, плати від студентів, гранти, спонсорські внески від приватних компаній, філантропічні внески тощо.
Конкуренція:	• Університети та інші заклади змагаються за студентів, фінансування та наукових кадрів. • Це може призводити до поліпшення якості освіти та інновацій.
Міжнародна мобільність:	• Ринок вищої освіти стає все більше глобальним, іноземні студенти шукають можливості для навчання за кордоном, що впливає на конкуренцію та міжнародний обмін знань.
Ринок праці:	• Потреби ринку праці визначають попит на певні спеціальності та кваліфікації. • Успішність випускників на ринку праці також впливає на репутацію навчальних закладів.
Інновації та дослідження:	• Заклади вищої освіти грають важливу роль у створенні нових знань та технологій через дослідження та інновації.
Регулювання та стандартизація:	• Держава та міжнародні організації встановлюють стандарти та регулюють діяльність вищих навчальних закладів для забезпечення якості освіти та захисту інтересів студентів.

Рис.2.4. Ключові аспекти ринку вищої освіти

Всі ці чинники взаємодіють та визначають динаміку ринку вищої освіти у кожній країні.

Науково цікавим є розподіл на ринку вищої освіти закладів за різними типами, серед яких [10]:

1. Університет – це багатогалузевий (класичний, технічний) або галузевий (профільний, технологічний, педагогічний, фізичного виховання і спорту, гуманітарний, богословський/теологічний, медичний, економічний, юридичний, фармацевтичний, аграрний, мистецький, культурологічний тощо) заклад вищої освіти, що здійснює інноваційну освітню діяльність на різних ступенях вищої освіти, проводить наукові дослідження та виступає науковим і методичним центром.

2. Академія, інститут – це галузевий (профільний, технологічний, технічний, педагогічний, богословський/теологічний, медичний, економічний, юридичний, фармацевтичний, аграрний, мистецький, культурологічний тощо) заклад вищої освіти, який реалізує інноваційну освітню діяльність на першому і другому рівнях вищої освіти в одній чи кількох галузях знань, проводить наукові дослідження та виконує роль наукового і методичного центру.

3. Коледж – це галузевий заклад освіти або структурний підрозділ університету, академії чи інституту, що забезпечує освітню діяльність на рівнях молодшого бакалавра та/або бакалавра, здійснює прикладні наукові дослідження та може підготувати фахівців освітньо-кваліфікаційного рівня молодшого спеціаліста.

Досліджуючи тенденції розвитку вищої освіти в Україні, важливо відзначити, що форма власності закладу є одним із ключових факторів, які впливають на його результативність. При аналізі кількості вищих навчальних закладів за різними формами власності важливо відзначити, що, незважаючи на зміни в їхній кількості, яка скорочувалася протягом останніх років, відношення форм власності залишається майже незмінним (80% державних та комунальних закладів та 20% приватних).

При дослідженні структури розподілу здобувачів вищої освіти в Україні за формами навчання важливо відзначити, що денна форма навчання у середньому становить 67,88% від загальної кількості здобувачів вищої освіти, заочна форма – 31,85%, а вечірня – лише 0,27%. Таким чином, денна форма навчання виявляється найбільш популярною серед студентів в Україні.

Економічний та політичний контекст в країні має віддзеркалення у міжнародній діяльності закладів вищої освіти, зокрема, в залученні іноземних студентів для навчання в українських вузах.

Аналізуючи тенденції розвитку вищої освіти в Україні, важливо відзначити, що цей сектор наразі перебуває в стані кризи, що відображається в загальному зниженні кількості студентів та навчальних закладів в країні за останні роки. Однак слід зауважити, що вища освіта займає ключове місце серед пріоритетів сталого розвитку в XXI столітті. Це визначається необхідністю забезпечення сталого розвитку українського суспільства, оскільки саме вища освіта стає важливою цінністю, без якої неможливий подальший прогрес людини та суспільства. На жаль, Україна відстає від інших країн за відсотком осіб з вищою освітою. У середньому лише близько 17% громадян мають вищу освіту, в той час як в більш розвинених країнах Європи цей показник становить від 40% до 50%. Таким чином, діяльність вищих навчальних закладів повинна бути спрямована на забезпечення їхнього сталого розвитку в умовах жорсткої конкуренції на внутрішньому та світовому ринках освітніх послуг.

У більшості українського населення є вища освіта, але цей потенціал не використовується у повному обсязі ні суспільством, ні економікою. Згідно з рейтингом «The Good Country Index» за 2021 рік, Україна займає перше місце за «Внесок у розвиток науки та технологій» (див. рис.2.5). Однак високий рівень цього показника української економіки може бути пояснений значно нижчим рівнем ВВП на душу населення порівняно з досягненнями в розвитку науки та технологій [4].

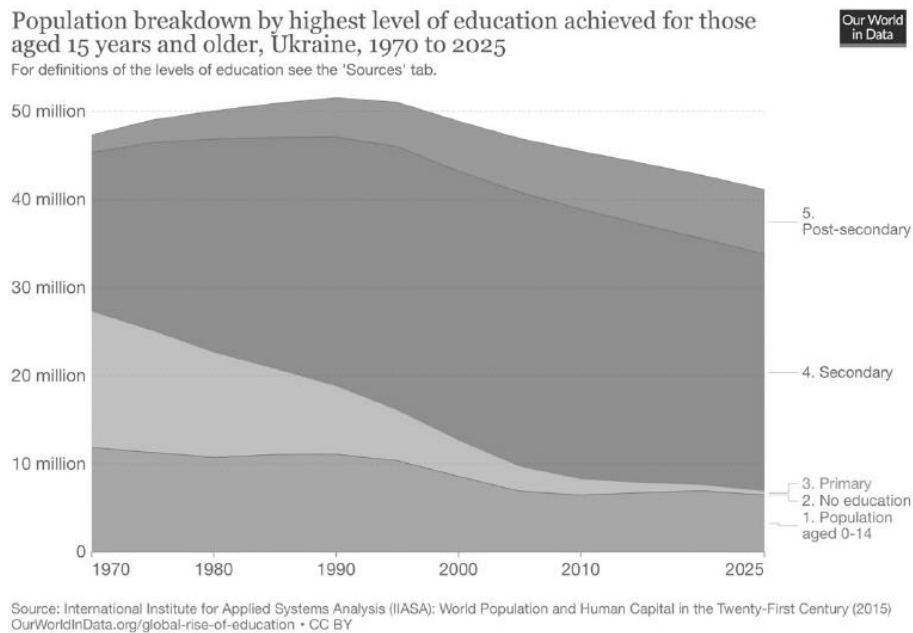


Рис.2.5. Розподіл населення України за рівнями освіти за період 1970-2025 рр. (віком від 15 років і старше)

Джерело: складено автором на основі [2]

Отже, незважаючи на високий відсоток людей із вищою освітою в Україні, ця освіта відзначається масовим, а не завжди високим стандартом і актуальністю. Присутній зайвий попит на популярні спеціальності, а відсутній на ті, які є необхідними для економіки. Це вказує на тісний зв'язок між ринком освіти та ринком праці, який потребує контролю з боку держави, зокрема через державне замовлення та ефективне спрямування видатків на освітні напрямки, необхідні для країни. Процес розвитку системи забезпечення якості освіти в Україні, триваючий протягом 30 років незалежності, відзначається створенням та розвитком національної системи вищої освіти на світових та європейських ринках освітніх послуг.

Таким чином можна сказати, що конкурентноспроможність закладів вищої освіти України на ринку освітніх послуг передбачає наявність певних факторів конкурентноспроможності:

- безпека в країні;

- престижність закладів вищої освіти (місце в рейтингу найкращих ЗВО України, світових рейтингах університетів);
- цінова політика у закладах вищої освіти;
- якісний веб-сайт закладів вищої освіти;
- вартість проживання в країні;
- надання якісної освіти, включаючи дистанційне навчання;
- наявність англomовних освітніх програм;
- студентська академічна мобільність;
- викладання не лише українською/англійською, а можливість навчатись на інших програмах;
- якісна мовна підготовка (доуніверситетська) іноземних громадян;
- сучасне матеріально-технічне забезпечення закладів вищої освіти;
- наявність гуртожитків, умови проживання у гуртожитку;
- дозвілля студентів (спортивні майданчики, спортивні зали, проведення культурних заходів тощо);
- ставлення населення до іноземних громадян.

Однак, якщо порівнювати сильні та слабкі сторони у діяльності закладів вищої освіти України у порівнянні з європейськими країнами, країнами СНД та з країнами Близького Сходу, то матимемо наступну картинку – див. табл. 2.1 – 2.3.

Європейські ЗВО можуть мати свої унікальні сильні та слабкі сторони, які також слід враховувати в порівнянні.

Таблиця 2.1 – Сильні та слабкі сторони ЗВО України порівняно з європейськими ЗВО

Сильні сторони ЗВО України:	Слабкі сторони ЗВО України:
✓ Талановитий персонал: Україна має багато висококваліфікованих викладачів та дослідників, які мають значний потенціал у навчанні та наукових дослідженнях.	✓ Фінансування: Бюджетне фінансування українських вишів може бути недостатнім для забезпечення якісної освіти та наукових досліджень. ✓ Якість освіти: Деякі українські виші можуть стикатися з проблемами

✓ Різноманіття програм: Українські виші пропонують широкий спектр програм у різних галузях, що дозволяє студентам вибрати той напрям, який відповідає їхнім інтересам та цілям. ✓ Ціна: В порівнянні з багатьма європейськими країнами, вища освіта в Україні може бути більш доступною за ціною для студентів.	щодо якості освіти, яка може бути менш конкурентоспроможною на міжнародному рівні. ✓ Бюрократія: Вища освіта в Україні може бути ускладненою бюрократією та недостатньою прозорістю в управлінні.
--	--

Таблиця 2.2 – Сильні та слабкі сторони ЗВО України порівняно з країнами Близького Сходу, Південно-Східної та Середньої Азії та Африки

Сильні сторони ЗВО України:	Слабкі сторони ЗВО України:
✓ Висококваліфікований персонал: Україна має традицію вищої освіти та наукових досліджень, що дозволяє університетам залучати та утримувати висококваліфікованих викладачів та дослідників. ✓ Міжнародні зв'язки: Деякі українські виші мають розвинені міжнародні партнерства та обмін студентами та викладачами, що сприяє міжкультурному обміну та співпраці. ✓ Різноманіття програм: Україна пропонує широкий спектр навчальних програм, включаючи гуманітарні, наукові, технічні та медичні спеціальності.	✓ Фінансування: Бюджетне фінансування українських вишів може бути недостатнім, що призводить до обмеження ресурсів для наукових досліджень та модернізації інфраструктури. ✓ Якість освіти: Деякі українські виші можуть стикатися з проблемами якості освіти та нестабільності програм. ✓ Мовна бар'єра: Мовне обмеження може бути проблемою для іноземних студентів, які бажають навчатися в Україні, особливо якщо вони не володіють українською мовою.

Це лише загальний огляд та можливі фактори, які можуть варіюватися в залежності від конкретних умов кожної країни та вищої освіти.

Таблиця 2.3 – Сильні та слабкі сторони ЗВО України порівняно з країнами СНД

Сильні сторони ЗВО України:	Слабкі сторони ЗВО України:
✓ Традиції: Україна має довгу історію вищої освіти та наукових досліджень, що дозволяє залучати висококваліфікованих фахівців та створювати відомі академічні програми. ✓ Мова: Українські виші часто пропонують програми навчання українською мовою, що може бути	✓ Фінансування: Бюджетне фінансування українських вишів може бути недостатнім для забезпечення якісної освіти та наукових досліджень. ✓ Якість освіти: Деякі українські виші можуть стикатися з проблемами щодо якості освіти та відстеження актуальних тенденцій у своїх галузях.

важливим для студентів з українськими коріннями або знанням української мови. ✓ Міжнародні зв'язки: Деякі українські виші мають розвинені міжнародні програми обміну студентами та співпрацю з іншими університетами світу.	✓ Міжкультурне розмаїття: Україна може мати обмежений рівень міжкультурного розмаїття в порівнянні з іншими країнами СНД, що може впливати на міжнародну привабливість для іноземних студентів.
--	---

Це лише загальний огляд можливих сильних і слабких сторін, і варто врахувати конкретні умови та особливості кожної країни для більш детального порівняння.

Для більш загального огляду даної ситуації, використаємо один із інструментаріїв стратегічного аналізу, тобто проведемо SWOT-аналіз діяльності українських ЗВО у порівнянні з європейськими ЗВО та відобразимо результат у табл.2.4.

Таблиця 2.4 – SWOT-аналіз діяльності українських ЗВО у порівнянні з європейськими

<i>Сильні сторони (Strengths)</i>	<i>Слабкі сторони (Weaknesses)</i>
➤ Високоякісний персонал: Українські виші можуть мати висококваліфікованих викладачів та дослідників з міжнародним досвідом. ➤ Різноманітність програм: В Україні доступні різні програми навчання в різних галузях, що може задовольняти потреби різноманітної студентської аудиторії. ➤ Традиції та історія: Україна має багату історію вищої освіти та наукових досягнень, що може визначати репутацію деяких вишів та допомагати їм привертати студентів та фахівців.	➤ Недостатнє фінансування: Бюджетне фінансування українських вишів може бути недостатнім для забезпечення якісної освіти та наукових досліджень. ➤ Якість освіти: Деякі українські виші можуть стикатися з проблемами щодо якості освіти та відстеження актуальних тенденцій у своїх галузях. ➤ Мовні бар'єри: Мовне обмеження може бути проблемою для іноземних студентів, які бажають навчатися в Україні, особливо якщо вони не володіють українською мовою.
<i>Можливості (Opportunities)</i>	<i>Загрози (Threats)</i>
➤ Міжнародна співпраця: Українські виші можуть розвивати міжнародні партнерства та обмін студентами та викладачами для залучення міжнародних ресурсів та розширення мережі контактів. ➤ Модернізація інфраструктури: Інвестиції в модернізацію та розвиток інфраструктури українських вишів можуть підвищити їхню	➤ Конкуренція з боку європейських вишів: Українські виші можуть зазнавати конкуренції з боку більш відомих та фінансово забезпечених європейських установ. ➤ Економічна нестабільність: Економічна нестабільність в Україні може призвести до обмежень у фінансуванні вищої освіти та розвитку вишів.

конкурентоспроможність та привабливість для студентів та фахівців.	➤ Політична нестабільність: Політична ситуація в країні може мати вплив на умови розвитку вищої освіти та діяльність вишів.
--	---

Це лише загальний огляд, і кожний університет може мати свої власні унікальні фактори SWOT, які варто врахувати при розробці стратегій та планів розвитку.

2.3. Проблеми ринку вищої освіти у воєнний період

Військові дії, які розпочала росія 24 лютого 2022 року, призвели до серйозних проблем в українській освіті та поглибили виклики, що вже існували через епідемію COVID-19. Ці проблеми включають скорочення державних видатків на вищу освіту та бюджетних місць у закладах вищої освіти, падіння доходів населення та інтенсивне зростання «освітньої міграції». Реакція на ці виклики може призвести до суттєвого зниження попиту на внутрішню вищу освіту.

З іншого боку, війна також викликала необхідність давноочікуваних змін у сфері освіти, зокрема в розвитку цифрової та дистанційної освіти. Проте, перспективи трансформації освіти не обмежуються лише цими напрямками. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на період 2021–2031 років, розроблена відповідно до Указу Президента України «Про вдосконалення вищої освіти в Україні», визначає «незатребуваність вищої освіти українським суспільством як інституту і головного ресурсу розвитку країни» [27]. Це, в поєднанні з масифікацією вищої освіти, призводить до спотворень в освітньому процесі та незадовільних результатів діяльності закладів вищої освіти.

Загальна проблема розкладається на кілька груп, які взаємодіють та посилюють одна одну. Серед них:

- низька конкурентоспроможність української вищої освіти на світовому освітньому ринку;
- розрив між системою вищої освіти та ринком праці;
- негативний вплив демографічних процесів на склад студентського контингенту закладів вищої освіти;
- еміграція молоді для навчання в закордонних університетах з метою отримання доступу до міжнародних ринків праці.

Освіта завжди виступала як чинник розвитку і поступу, відкриваючи можливості для розвитку культури, економіки та реалізації людського потенціалу. Проте на сучасному етапі про її розвиток говорити важко. Найбільш вразливою галуззю освіти стала внаслідок вимушеного переміщення значної кількості населення України та руйнувань закладів освіти внаслідок воєнних дій. Понад 10 мільйонів людей вимушені були змінити своє місце проживання у межах країни або залишити її. Більше 2 тисяч закладів освіти постраждали від бомбардувань та обстрілів, при цьому багато з них було повністю зруйновано. Деякі вищі навчальні заклади були змушені переміститися в безпечніші області. Щотижня кількість постраждалих від війни зростає.

Зацікавленість держави в вирішенні проблем освіти пояснюється зростаючими потребами суспільства, яке висловлює все більше незадоволення якістю освіти. З метою задоволення цих потреб необхідна координація зусиль науковців різних галузей та активна участь громадського сектору. Саме тому головною офіційною установкою реформ виступає підвищення ефективності вищої школи. Це відповідає світовим тенденціям в галузі освіти.

Держава розуміє, що задоволення зростаючих вимог суспільства до якості освіти вимагає системного підходу та спільних зусиль від учених різних галузей та представників громадськості. Офіційна установка реформ передбачає активну участь всіх зацікавлених сторін у підвищенні

ефективності вищої школи, що відображає глобальні тенденції в розвитку освіти.

З 1980-х років уряди різних країн активно працюють над реформуванням систем вищої освіти, виставляючи глобальне завдання щодо підвищення ефективності освіти. Цей процес включає в себе впровадження Болонського процесу та створення єдиного європейського освітнього простору. Ці ініціативи отримали назву Global Educational Reform Moment (GERM) або Глобальний рух освітніх реформ, і включають такі ключові компоненти [3]:

1. Стандартизація освіти: впровадження загальних норм та стандартів у систему освіти.

2. Концентрація на ключових предметах: акцент на вивченні основних дисциплін.

3. Пошук безризикових шляхів досягнення цілей освіти: спрямованість на знаходження ефективних та безпечних методів досягнення освітніх цілей.

4. Використання методів управління бізнесом в управлінні освітою: впровадження бізнес-принципів у керівництво освітніми закладами.

5. Проведення політики відповідальності закладів освіти за успіхи учнів через незалежне оцінювання їхніх досягнень.

Ці напрямки в освітніх реформах стали глобальними тенденціями, які впливають на системи вищої освіти у різних країнах.

Висловлюючи загальний тон і погляд західних дослідників на освітні системи, вони підкреслюють необхідність глибокої, радикальної та термінової трансформації вищої освіти. Дослідники висловлюють обурення можливістю повільних змін чи обмеженням їх локальними нововведеннями через самозаспокоєність, обережність або невпевненість. За їхніми словами, моделі вищої освіти, що отримали широке розповсюдження у другій половині XX століття, більше не відповідають сучасній реальності.

Це свідчить про визнання необхідності кардинальних змін у сфері вищої освіти та наголошує на тому, що існуючі моделі та підходи вже не ефективні. Висловлення такого погляду підтримує ідею, що перегляд освітніх систем та методологій вищої освіти є критично важливим завданням для відповіді на сучасні виклики та потреби суспільства [1].

Одним із факторів, що впливає на якість освіти в Україні, є низький рівень інтернаціоналізації університетів та науки. Це може обмежувати доступ до міжнародних ресурсів, обміну досвідом та інноваціями, що спричиняє зниження рівня якості освітньо-наукового процесу.

Так, приклад, рейтинг World University Rankings на 2023 рік відображає, що з 867 закладів вищої освіти у світі, українські університети відзначились лише 10 (див. табл.2.5). Це свідчить про відносно низький рівень досягнень українських вишів порівняно із світовими стандартами.

Таблиця 2.5 – Рейтинг World University Rankings 2023

Rank	Name Country/Region	No. of FTE Students	No. of students per staff	International Students	Female: Male Ratio
401–500	Sumy State University Ukraine	8,703	11.4	21%	44 : 56
601–800	Lviv Polytechnic National University Ukraine	21,367	10.5	1%	42 : 58
1001–1200	Kharkiv National University of Radio Electronics Ukraine	7,704	9.9	10%	26 : 74
1201–1500	Ivan Franko National University of Lviv Ukraine	18,357	10.0	1%	65 : 35
1201–1500	National Technical University Kharkiv Polytechnic Institute Ukraine	11,413	7.9	13%	32 : 68
1201–1500	National Technical University of Ukraine – Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute Ukraine	21,170	8.0	3%	30 : 70
1201–1500	Oles Honchar Dnipro National University Ukraine	9,522	12.1	1%	60 : 40
1201–1500	Taras Shevchenko National University of Kyiv	23,857	10.0	5%	57 : 43

	Ukraine				
1201–1500	V.N. Karazin Kharkiv National University Ukraine	17,080	8.5	26%	55 : 45
1201–1500	Yuriy Fedkovych Chernivtsi National University Ukraine	11,353	10.9	1%	56 : 44

Джерело: узагальнено автором на основі [14]

У контексті жорсткої конкуренції на ринку праці наголошується важливість володіння молоддю відповідними знаннями, уміннями і навичками. Таким чином, перед державою стоїть завдання створення ефективного механізму державного регулювання молодіжного сегменту ринку праці. Цей механізм повинен сприяти всебічній взаємодії між стейкхолдерами, такими як органи публічного управління, вищі навчальні заклади, роботодавці та молодь, для вирішення проблеми молодіжного безробіття та дисбалансу на ринку праці. Також важливим є підвищення мотивації молоді до високопродуктивної діяльності.

Статистичні дані свідчать про значне скорочення чисельності населення України протягом дії воєнного стану та загальне зменшення чисельності населення. Воєнні дії в Україні є однією з причин, які ще більше поглиблюють цей процес.

Згідно із звітом Державної служби статистики України, спостерігається зменшення кількості студентів, аспірантів і докторантів в українських закладах вищої освіти. Особливу роль в цьому процесі грає еміграція молоді для навчання за кордоном, що вказує на тенденцію відправлення українських студентів до закордонних університетів (див. додаток А, додаток Б). Ці зміни в демографічних показниках та освітніх тенденціях вказують на потребу у розвинутих стратегіях та політиках, спрямованих на збереження і підтримку освіти та наукового потенціалу в умовах внутрішніх і зовнішніх викликів, включаючи воєнні дії та еміграцію.

Загалом, світові країни розглядають студентів із України як найбільш бажаних мігрантів завдяки їхнім знанням мов та професійним навичкам.

Одним з ключових факторів, який зазвичай приваблює іноземних студентів, є можливість навчання безкоштовно або за низькою платою в державних вишах. Серед країн, що пропонують такі умови, варто відзначити Польщу, Чехію, Німеччину, а також Францію в певних аспектах.

Польща виявляється особливо популярною серед української молоді, оскільки вона пропонує територіальну та культурну близькість, сприятливі умови для адаптації та навчання, а також можливість отримання освіти безкоштовно. Зокрема, польські заклади вищої освіти активно взаємодіють з українським ринком освітніх послуг у зв'язку з демографічною кризою та відтоком молоді за кордон.

Чехія також займає провідні позиції, де надається можливість навчання безкоштовно, якщо навчальна програма ведеться чеською мовою.

Іспанія стає привабливим напрямком навчання завдяки доступному способу отримання професійної освіти та престижному диплому. Навчання в державних вищих навчальних закладах є вартим і недорогим, а також дозволяє практикуватися в іспанських компаніях.

Канада вирізняється привабливістю для молоді через існування значної української діаспори, яка допомагає українським студентам швидше адаптуватися. Тут також існує можливість вступити на навчання після 11-го класу без попереднього навчання в підготовчих закладах.

У Італії популярні напрямки навчання - мода та дизайн. Вартість навчання у порівнянні з іншими європейськими країнами є невисокою.

Австрія, зокрема, виділяється легкими умовами вступу у вищі навчальні заклади та випуском професіоналів у сферах архітектури, готельного бізнесу та економіки. Тут навчання закінчується отриманням диплома європейського зразка.

Велика Британія пропонує програму Online-MBA, яка дозволяє громадянам України навчатися, не покидаючи своєї країни, отримуючи британський диплом.

Німеччина, яка є країною економічно розвиненою, виявляється привабливою для студентів з України. Незважаючи на вимогу до знання німецької мови для навчання, існує можливість отримати вищу освіту безкоштовно або за помірні кошти.

Сполучені Штати Америки також є популярним вибором серед українських студентів, оскільки там є можливість працевлаштування та отримання постійного місця проживання.

Франція приваблює студентів, особливо тих, хто обирає професії в галузях моди, дизайну та фотографії. Умови вступу є легкими, без іспитів, вистачає надіслання документів та мотиваційного листа. Вартість навчання та проживання доступна, навіть для людей із невеликими доходами.

Узагальнена інформація щодо популярних напрямків навчання за кордоном для студентів з України та ключові переваги кожної з них представлено в табл.2.6.

Таблиця 2.6 – Характеристика популярних закордонних напрямків для навчання українських студентів

Країна	Популярні напрямки	Переваги
Німеччина	Інженерія, науки, техніка, бізнес, інформаційні технології.	Економічно розвинена країна, можливість навчання англійською, безкоштовне або доступне за помірні кошти навчання, висока якість освіти.
США	Бізнес, інформаційні технології, медицина, науки, мистецтво.	Широкий вибір програм, високий рівень наукових досліджень, можливості стажування та працевлаштування, культурне різноманіття.
Франція	Мода, дизайн, гастрономія, мистецтво, технічні науки.	Престижні університети, доступне навчання англійською, легкі умови вступу для певних програм, культурний та мовний досвід.
Канада	Інформаційні технології, бізнес, науки, медицина.	Велика українська діаспора, дружельобна міграційна політика, високий рівень життя, можливість отримання постійного місця проживання.
Італія	Мода, дизайн, мистецтво, кулінарія.	Культурний центр, висока якість мистецької освіти, красиве середовище для навчання.

Великобританія	Бізнес, медицина, право, науки, мистецтво.	Традиції вищої освіти, велика кількість високорейтингових університетів, англійська мова.
----------------	--	---

Кожна з цих країн має свої унікальні можливості та переваги, і вибір напрямку залежить від індивідуальних інтересів та мети студента. Одним із вагомих чинників, які підштовхують українських студентів до отримання вищої освіти за кордоном, є потенційна можливість отримання якісної роботи та постійного місця проживання після закінчення навчання. Привабливість різних країн для українських студентів обумовлена різноманітністю умов навчання та проживання. Основні мотиви еміграції української молоді включають безпеку під час перебування та навчання за кордоном, високу якість навчання у престижних установах, перспективи престижної кар'єри та постійного проживання, можливість безкоштовного навчання, легкі умови вступу та доступність навчання та проживання, а також кращі економічні та соціально-побутові умови.

Висновки до розділу 2

Аналіз ринку освітніх послуг в Україні та українського ринку вищої освіти виявив ряд ключових висновків. По-перше, ринок освітніх послуг в Україні є динамічним і різноманітним, з великою конкуренцією між установами, яка стимулює розвиток нових програм і підвищення якості навчання. Однак, ринок вищої освіти також стикається з рядом викликів, зокрема фінансовими обмеженнями, низьким рівнем інвестицій та впливом воєнного періоду на освітній процес.

Проблеми ринку вищої освіти у воєнний період включають зменшення фінансування, обмежений доступ до освіти у зоні конфлікту, евакуацію студентів та викладачів, а також загрозу для збереження академічної свободи та незалежності університетів. Незважаючи на це,

ринок вищої освіти виявляє стійкість і визначеність у вирішенні цих проблем, виявляючи солідарність та пошук альтернативних шляхів для забезпечення доступу до якісної освіти у всіх умовах.

Отже, вирішення цих проблем вимагатиме комплексного підходу та спільних зусиль з боку уряду, академічних установ, громадськості та міжнародних партнерів для забезпечення сталого розвитку та збереження освітніх стандартів у воєнний період і після нього.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ПРОЕКТНИХ ПРОПОЗИЦІЙ ЩОДО ОСОБЛИВОСТЕЙ ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

3.1. Стратегії просування освітніх послуг

Просування освітніх послуг для закладів вищої освіти (ЗВО) включає в себе ряд стратегічних і тактичних дій, які спрямовані на залучення уваги, збільшення популярності і залучення студентів. Нижче наведені конкретні дії, які можуть бути застосовані:

1. Маркетинг та Брендінг:

- Зазначте унікальні особливості та програми ЗВО, що роблять його відмінним від інших.
- Використовуйте цифровий маркетинг, соціальні мережі та пошукову оптимізацію для просування.
- Розвивайте яскравий і визнаваний бренд, який відображає цінності та переваги освітнього закладу.
- Співпрацюйте з успішними випускниками та експертами для підтримки бренду.

2. Залучення Студентів:

- Проводьте інформаційні сесії, вебінари та дні відкритих дверей для студентів.
- Залучайте потенційних студентів до участі у відкритих лекціях та заходах.
- Створіть програму студентських амбасадорів для активної участі в просуванні та комунікації із студентською громадськістю.

3. Співпраця та Партнерство:

- Розвивайте партнерства з компаніями, громадськими організаціями та місцевими громадами.

- Здійснюйте обмін студентами та спільні програми з іншими університетами.

4. Технологічні Інновації:

- Розширюйте присутність в електронному середовищі, пропонуючи онлайн-курси та відкритий доступ до матеріалів.

- Застосовуйте технології для полегшення навчання та взаємодії.

5. Фінансові Підтримки та Стипендії:

- Запроваджуйте стипендійні програми для привертання талановитих студентів.

- Надавайте фінансову підтримку на основі успіхів та потреб.

6. Глобальний Ринок:

- Активно просувайте освітні програми для іноземних студентів.

- Забезпечуйте участь у міжнародних конференціях та заходах.

7. Оцінка та Постійне Вдосконалення:

- Здійснюйте анкетування та збір відгуків для оцінки рівня задоволення студентів.

- Проводьте аналіз результатів та вносьте зміни для поліпшення якості освітніх послуг.

Ці стратегії можна адаптувати в залежності від конкретного контексту і особливостей ЗВО.

Розглянемо кожен зазначений вище стратегію більш детально та наведемо конкретні приклади для кожного пункту – див табл.3.1.

Стратегії просування освітніх послуг грають важливу роль у привертанні уваги та залученні студентів чи учнів. Враховуючи зміни в цифровому середовищі та конкурентному освітньому ринку, ефективне просування стає ключовим елементом успіху.

Таблиця 3.1 – Деталізація стратегій просування освітніх послуг

Маркетинг та Брендінг:	
Реклама інновацій:	Приклад: Створення відеороликів та інфографіки, які демонструють новаторські методи навчання та дослідницькі можливості університету.
Брендінг:	Приклад: Розробка слоганів та логотипів, що відображають цінності, такі як інновації, різноманітність та висока якість освіти.
Залучення Студентів:	
Інформаційні заходи:	Приклад: Організація відкритих лекцій з використанням відомих вчених та випускників для підвищення інтересу.
Студентські Амбасадори:	Приклад: Створення програми, в рамках якої студенти-амбасадори презентують свій університет на подіях та в соціальних мережах.
Співпраця та Партнерство:	
Залучення партнерів:	Приклад: Підписання угоди про співпрацю з місцевими компаніями для організації стажувань та спільних проєктів. Приклад: Залучення експертів для ведення лекцій та майстер-класів для студентів.
Технологічні Інновації:	
Електронна Освіта:	Приклад: Розробка власної платформи для онлайн-навчання з використанням інтерактивних методів та віртуальної реальності. Приклад: Впровадження технологій штучного інтелекту для індивідуалізації навчального процесу.
Фінансові Підтримки та Стипендії:	
Студентські Стипендії:	Приклад: Встановлення стипендій для студентів з високими академічними досягненнями та участі в додаткових проєктах. Приклад: Залучення спонсорів для фінансування стипендій науковим дослідникам.
Глобальний Ринок:	
Міжнародна Присутність:	Приклад: Проведення інформаційних кампаній на зарубіжних платформах та участь у виставках освітніх послуг. Приклад: Організація міжнародних конференцій з привабленням світових вчених.
Оцінка та Постійне Вдосконалення:	
Збір Фідбеку:	Приклад: Анонімні опитування студентів після закінчення семестру для оцінки якості навчання та інфраструктури. Приклад: Проведення зустрічей із студентськими представниками для збору важливих пропозицій та відгуків.

Ось кілька стратегій, які ми пропонуємо до використання – див. рис.3.1.

Ці стратегії можна комбінувати та адаптувати відповідно до конкретних потреб та цілей вашого освітнього закладу. Важливо постійно

аналізувати результати та реагувати на зміни в оточенні для підтримання ефективності просування.

Створення Сильного Бренду:	☐ Розробка унікального бренду, що виділяє ваш освітній заклад серед інших. ☐ Виділення ключових переваг та цінностей вашого навчального закладу.
Маркетинг та Реклама:	☐ Використання різноманітних маркетингових каналів для просування ваших освітніх послуг. ☐ Створення привабливих рекламних матеріалів та інформаційних буклетів.
Цифровий Маркетинг:	☐ Оптимізація веб-сайту для пошукових систем (SEO) для збільшення його видимості. ☐ Використання соціальних мереж для комунікації з потенційними студентами.
Контент-Маркетинг:	☐ Створення цікавого та корисного контенту, що привертає увагу аудиторії. ☐ Блоги, відеоуроки, вебінари та інші формати контенту.
Участь у Виставках та Конференціях:	☐ Активна участь у виставках та конференціях, де можна познайомити людей з вашими програмами та послугами. ☐ Організація власних подій для студентів та їх батьків.
Партнерства та Співпраця:	☐ Укладення партнерських угод з іншими освітніми установами, компаніями та організаціями. ☐ Взаємодія з роботодавцями для стажувань та робочих можливостей для студентів.
Онлайн-Навчання та Віддалені Курси:	☐ Пропонування віддалених курсів та онлайн-навчання для розширення аудиторії. ☐ Використання платформ для віддалених навчальних можливостей.
Отримання Відгуків та Рекомендацій:	☐ Запрошення студентів та випускників давати відгуки та рекомендації. ☐ Використання сучасних платформ відгуків для підвищення довіри.
Співробітництво із Зовнішніми Експертами:	☐ Залучення відомих фахівців чи викладачів для проведення курсів. ☐ Організація гостьових лекцій та семінарів.
Соціальна Відповідальність:	☐ Реалізація проектів соціальної відповідальності, які можуть підвищити імідж вашого закладу. ☐ Участь у спільних програмах та заходах.

Рис.3.1. Пропозиції автора щодо стратегій просування освітніх послуг

Також необхідно зважати, на існування вже успішних прикладів просування освітніх послуг в інших країнах та брати відповідно «на замітку» в діяльності українських ЗВО. Ось кілька прикладів успішних кейсів просування освітніх послуг у різних країнах – див. табл. 3.2.

Таблиця 3.2 – Приклади відомих університетів світу щодо просування освітніх послуг

Назва ЗВО, країна	Приклад просування
Гарвардський Університет, США:	Підхід: Спрямованість на високу якість освіти та глобальний розмах. Успіх: Підняття репутації завдяки високоякісним програмам, вченим-практикам та активній глобальній співпраці.
University College London (UCL), Великобританія:	Підхід: Акцент на дослідницьку діяльність та інноваційний підхід до навчання. Успіх: Розробка передових програм, приваблення видатних вчених та студентів з усього світу.
ETH Zurich, Швейцарія:	Підхід: Фокус на інженерії, технологіях та міждисциплінарних дослідженнях. Успіх: Позначення як одного з провідних технічних університетів світу та активна участь у світових дослідженнях.
Сингапурський Університет Менеджменту (SMU), Сингапур:	Підхід: Підвищення акценту на практичних навчаннях та підприємстві. Успіх: Залучення уваги студентів через інноваційні підходи до навчання та активну взаємодію зі сферою бізнесу.
National University of Singapore (NUS), Сингапур:	Підхід: Комплексний підхід до навчання та дослідження в різних галузях. Успіх: Рейтинг серед найкращих світових університетів, приваблює студентів з різних країн.
University of Melbourne, Австралія:	Підхід: Зосередження на глобальних викликах та створенням партнерств з міжнародними установами. Успіх: Завоювання репутації через активну дослідницьку діяльність та широкий спектр навчальних програм.

Ці приклади вказують на різноманітні підходи до просування освітніх послуг, включаючи якість навчання, акцент на дослідницькій роботі, міждисциплінарність та глобальну співпрацю.

Також у світі існує багато успішних кейсів надання освітніх послуг, що включають в себе різні формати та підходи. Ось декілька прикладів:

1. Coursera:

- Тип послуг: Онлайн-курси та спільнота навчання.
- Особливості успіху: Широкий вибір курсів від провідних університетів та компаній, доступність у режимі онлайн, сертифікати, партнерства з корпораціями.

2. Khan Academy:

- Тип послуг: Безкоштовні онлайн-уроки та вправи для учнів.
- Особливості успіху: Лаконічні та доступні відеоуроки, інтерактивні завдання, спрощена мова та навчальні траєкторії.

3. edX:

- Тип послуг: Онлайн-курси, сертифікація та онлайн-магістратури в університетах і компаніях.
- Особливості успіху: Спільне підприємство MIT та Harvard, велика кількість університетських партнерів, різноманітність курсів.

4. Udacity:

- Тип послуг: Онлайн-професійні курси та нанодипломи у сфері технологій.
- Особливості успіху: Партнерства з великими технологічними компаніями, фокус на практичних навичках та відповідність ринковій потребі.

5. Codecademy:

- Тип послуг: Онлайн-курси з програмування та розробки.
- Особливості успіху: Інтерактивне навчання через виконання завдань у реальному часі, безкоштовні та платні варіанти.

6. Rosetta Stone:

- Тип послуг: Онлайн та офлайн курси для вивчення іноземних мов.
- Особливості успіху: Інноваційні методи навчання, індивідуалізовані підходи, партнерства з корпоративним сектором.

7. General Assembly:

- Тип послуг: Інтенсивні курси та тренінги у сфері технологій та дизайну.
- Особливості успіху: Акцент на практичних вміннях, робочі таємниці від фахівців галузі, зв'язки з роботодавцями.

Ці приклади демонструють різноманітність освітніх послуг і підходів, що призводять до успіху. Ключовим елементом багатьох успішних кейсів є

адаптація до сучасних потреб, використання інноваційних методів, доступність та зосередженість на результаті для учнів.

3.2. Визначення поточних викликів у просуванні освітніх послуг

Просування освітніх послуг стикається з рядом викликів, особливо у змінюваному середовищі, що включає в себе технологічні новації, соціокультурні трансформації та змінені очікування споживачів. Ось деякі поточні виклики у просуванні освітніх послуг:

1. Конкуренція на Ринку:

- **Онлайн-Конкуренція:** Зростання кількості онлайн-освітніх платформ та курсів.

- **Міжнародна Конкуренція:** Конкуренція з іноземними установами, що пропонують освітні послуги віддалено.

2. Зміни в Очікуваннях Студентів:

- **Гнучкість та Гіперперсоналізація:** Запит на більше гнучкості та індивідуалізовані підходи до навчання.

- **Нові Формати та Методи Навчання:** Інтерес до інтерактивних та практичних методів навчання.

3. Цифрова Трансформація:

- **Онлайн-Навчання:** Потреба у розвитку та просуванні якісних онлайн-курсів та платформ.

- **Ефективне Використання Технологій:** Забезпечення ефективного використання технологій для покращення навчання та адміністративних процесів.

4. Фінансові Виклики:

- **Доступність та Вартість:** Проблеми доступності та вартості вищої освіти для більш широкої аудиторії.

- Фінансування та Залежність від Спонсорів: Недостатнє фінансування та залежність від зовнішніх спонсорів.

5. Співпраця із Зовнішніми Організаціями:

- Партнерства з Компаніями: Встановлення співпраці та партнерства з компаніями для забезпечення практичного навчання та забезпечення робочих місць.

- Зміна Очікувань Роботодавців: Врахування змінених очікувань роботодавців та пристосування програм під їхні потреби.

6. Регуляторні Зміни:

- Міжнародні та Місцеві Політики: Вплив регуляторних змін на програми, стандарти та доступність освітніх послуг.

- Ліцензування та Акредитація: Дотримання вимог ліцензування та акредитації.

7. Креативність та Інновації:

- Розробка Інноваційних Програм: Відзначення нових та креативних підходів до освіти.

- Стартап-Проекти та Інкубатори: Підтримка стартап-проектів та інкубаторів для стимулювання інновацій.

8. Глобальна Криза та Зміни Викликані Пандемією:

- Дистанційне Навчання: Адаптація до нових форматів навчання під час пандемії та постпандемічного періоду.

- Психосоціальний Вплив: Звернення уваги на психосоціальний вплив кризи на студентів та педагогічний персонал.

Освітні установи повинні бути готові адаптуватися до цих викликів, розвивати інновації та вдосконалювати стратегії просування для забезпечення якісного та доступного навчання.

Просування освітніх послуг може стикатися з різними проблемами, які можуть впливати на ефективність і успіх маркетингових стратегій. Ось деякі потенційні проблеми – див. табл. 3.3.

Таблиця 3.3 – Проблеми при просуванні освітніх послуг

Показник	Проблема	Рішення
Збільшена конкуренція:	З розвитком глобального ринку освіти збільшується конкуренція серед закладів вищої освіти за увагу та ресурси студентів	Розвинуті маркетингові стратегії, унікальні освітні програми та акцент на якість можуть вирізняти установу серед інших
Високі вартості освіти:	Вартість вищої освіти може бути значною, що стає бар'єром для багатьох студентів	Розробка програм фінансової допомоги, стипендій та гнучких опцій оплати може полегшити доступ
Проблеми з візуалізацією продукту:	Освітні послуги є не матеріальними та іноді складно візуалізувати для потенційних студентів	Використання відеоматеріалів, віртуальних турів та інших інтерактивних засобів може допомогти представити освітній досвід
Зміни в іміджі або репутації:	Негативні події чи відгуки можуть впливати на імідж вищого навчального закладу	Активне управління репутацією, залучення до фідбеку та швидке реагування на негативні ситуації
Глобальні виклики:	Розширення на глобальний ринок може ставити перед установою культурні, мовні та організаційні виклики	Адаптація програм до потреб різних ринків, міжнародні партнерства та культурна чутливість
Технологічні виклики:	Швидка зміна технологій може вимагати постійного апгрейду та адаптації освітніх платформ	Інвестиції у технологічні інновації, розвиток онлайн-ресурсів та використання сучасних технологій
Юридичні обмеження:	Обмеження або зміни в законодавстві можуть впливати на реалізацію певних програм або приводити до змін в фінансових аспектах	Співпраця з урядовими органами, вивчення та відповідність законодавчим нормам

Кожна установа має унікальні виклики, і важливо постійно аналізувати та адаптувати стратегії для подолання цих труднощів.

Боротьба з викликами у сфері просування освітніх послуг вимагає комплексного та стратегічного підходу. Ось кілька порад та стратегій, які на нашу думку можуть допомогти управляти цими викликами:

1. Розвиток Гнучких та Індивідуалізованих Програм:

- Розробка гнучких навчальних програм, які враховують індивідуальні потреби та ритм студентів.

- Впровадження технологій, які підтримують індивідуалізоване навчання.

2. Оптимізація Вартості та Фінансова Підтримка:

- Знаходження шляхів для зниження вартості навчання та надання фінансової підтримки для студентів.

- Розгляд можливостей для розвитку програм стипендій та грантів.

3. Розробка Інноваційних Педагогічних Підходів:

- Впровадження інтерактивних та практичних методів навчання.

- Залучення до інновацій у викладанні та використанні технологій для підтримки навчання.

4. Маркетинг та Брендуння:

- Розробка стратегії маркетингу та брендуння для виділення унікальних аспектів вашого навчального закладу.

- Активне використання соціальних мереж та онлайн-каналів для залучення аудиторії.

5. Партнерства та Співпраця:

- Розвиток партнерств з компаніями для забезпечення практичного навчання та можливостей працевлаштування.

- Участь у консорціумах та спільних проектах з іншими освітніми установами.

6. Дистанційне Навчання та Технології:

- Забезпечення якісного дистанційного навчання через використання ефективних онлайн-платформ та інструментів.

- Надання технічної та психологічної підтримки для студентів, що навчаються віддалено.

7. Адаптація до Змін Регуляторного Середовища:

- Спостереження за змінами у регуляторному середовищі та своєчасне їх впровадження.

- Активна участь у лобіюванні та обговоренні питань з владними структурами.

8. Управління Кризою та Психосоціальною Підтримкою:

- Створення плану управління кризою та психосоціальної підтримки для студентів та персоналу.

- Забезпечення доступу до курсів та ресурсів для зменшення стресу та підтримки добробуту.

9. Ефективна Співпраця із Зовнішніми Організаціями:

- Систематична взаємодія з роботодавцями та іншими організаціями для врахування їхніх потреб.

- Участь у галузевих заходах та ініціативах.

Ці стратегії можуть допомогти освітнім установам вирішувати поточні виклики та створювати сталий та конкурентоспроможний освітній продукт. Важливо постійно вдосконалювати свої підходи, відстежувати тренди та реагувати на зміни в середовищі.

Просування освітніх послуг в умовах війни може бути важким завданням через специфічні виклики та обмеження, пов'язані із воєнним конфліктом. Однак існують певні стратегії та підходи, які можуть бути застосовані:

1. Онлайн-освіта та дистанційне навчання: розвиток платформ для дистанційного навчання та онлайн-освіти дозволить студентам продовжувати навчання, незважаючи на географічні обмеження та ризики війни.

2. Безпека та захист: забезпечення безпеки студентів та персоналу в умовах конфлікту. Це може включати удосконалення систем безпеки, співпрацю з військовими чи миротворчими організаціями для забезпечення безпеки на території вищого навчального закладу.

3. Гуманітарна допомога: залучення гуманітарних організацій для надання підтримки у вигляді освітніх ресурсів, матеріальної допомоги та інфраструктурних рішень.

4. Адаптація навчальних програм: адаптація освітніх програм до специфічних умов конфлікту, можливо, шляхом включення матеріалів про безпеку, культурну та соціальну адаптацію.

5. Мережеві партнерства: залучення до мережевих партнерств із закордонними установами та гуманітарними організаціями для обміну ресурсами та знаннями.

6. Психологічна підтримка: забезпечення психологічної підтримки для студентів та персоналу, які можуть стикатися з травмами чи стресом, пов'язаним із військовим конфліктом.

7. Кампанії зі збору коштів та свідомості: проведення кампаній для збору коштів та свідомості про освітні можливості в умовах конфлікту.

8. Інновації у викладанні: використання інноваційних методів та технологій, таких як віртуальна реальність чи інтерактивні онлайн-платформи.

9. Взаємодія із спільнотою: взаємодія з місцевою спільнотою та врахування їхніх потреб та особливостей у процесі розробки та реалізації освітніх ініціатив.

10. Співпраця із гуманітарними організаціями: співпраця із гуманітарними організаціями для отримання підтримки у наданні освітніх послуг та розвитку інфраструктури.

Важливо враховувати гуманітарні аспекти та сприяти сталому розвитку, навіть в умовах війни, через освіту.

3.3. Обґрунтування можливостей для подальшого розвитку надання освітніх послуг

Обґрунтування можливостей для подальшого розвитку надання освітніх послуг може базуватися на ряді факторів, які включають в себе позитивні тенденції у сучасному освітньому середовищі, попит на

новаторські підходи та стратегії, а також можливість відповіді на потреби ринку, які постійно змінюються. Ось кілька аспектів, які можна врахувати:

1. Ріст попиту на онлайн-освіту:

- Зростання інтересу до цифрових технологій у навчанні та навчанні віддалено.

- Підвищений попит на онлайн-освіту під час пандемії створив нові можливості.

2. Потреба в розвитку нових навичок:

- Зростання потреби в навчанні новим технологіям та навичкам, пов'язаним із цифровою трансформацією.

- Значення розвитку гнучких навичок для адаптації до змін у робочому середовищі.

3. Міжнародна співпраця та глобальний ринок:

- Розширення аудиторії за рахунок привертання студентів із різних країн та регіонів.

- Співпраця з іноземними установами для обміну ресурсами та навчальними можливостями.

4. Інновації в навчальних програмах:

- Розробка програм, які відповідають сучасним вимогам ринку праці та підвищення конкурентоспроможності випускників.

- Впровадження інтерактивних та практичних методів, зокрема через використання віртуальної та розширеної реальності.

5. Створення інтерактивного середовища:

- Забезпечення доступу до новітніх технологій для збагачення навчання та створення інтерактивних уроків.

- Розробка та просування віртуальних курсів та інтерактивних платформ.

6. Формування глобального бренду та репутації:

- Зосередження на якісному навчанні та дослідженнях для підвищення репутації.

- Запрошення відомих фахівців та викладачів для покращення рівня навчання.

7. Гнучкість та забезпечення доступності:

- Розробка модульних програм та гнучких розкладів для підтримки студентів з різними потребами.

- Забезпечення навчання для студентів, які не можуть бути присутніми на кампусі.

8. Розвиток інтерактивних освітніх середовищ:

- Розробка власних онлайн-платформ та спільнот для взаємодії студентів та викладачів.

- Адаптація до сучасних трендів у викладанні та навчанні, таких як гейміфікація та колективні проекти.

Обґрунтування подальшого розвитку освітніх послуг може базуватися на цих ключових факторах, враховуючи зміни в освітньому середовищі, високу конкуренцію та змінюючіся потреби студентів та роботодавців. Аналіз та визначення цих можливостей дозволять установі стати конкурентоспроможною та привертати різноманітну аудиторію. Тому нами пропонується створення економетричної моделі просування освітніх послуг, яка передбачатиме врахування різноманітних факторів, які можуть впливати на попит і пропозицію в цьому секторі. Основні характеристики та параметри економетричної моделі просування освітніх послуг можуть включати:

1. Цільова змінна (залежна змінна): зазвичай, це буде кількість або обсяг освітніх послуг, що реалізуються або їхні прибутки.

2. Незалежні змінні (фактори впливу):

- Економічні фактори: до них можуть входити показники економічного зростання, безробіття, рівень доходів населення.

- Демографічні фактори: населення вікових груп, тенденції змін в населенні.

- Фактори цінової еластичності: вартість освітніх послуг та доступність фінансування.

3. Часові фактори: модель може враховувати динаміку змін в часі, сезонні варіації або тривалі тенденції.

4. Параметри моделі: оцінювані параметри, такі як коефіцієнти еластичності, які визначають, наскільки зміни в незалежних змінних впливають на цільову змінну.

5. Помилки моделі: врахування випадкових помилок або факторів, які не враховуються в моделі.

6. Функція просування: визначення, як саме фактори впливають на цільову змінну, може включати лінійні чи не лінійні функції відношення.

Наприклад, лінійна регресійна модель може виглядати наступним чином:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots + \beta_n X_n + \varepsilon, \quad (3.1)$$

де Y – цільова змінна.

$X_1, X_2, \dots, X_n$ – незалежні змінні.

$\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_n$ – параметри моделі.

ε – помилка моделі.

Така модель дозволяє оцінити вплив різних факторів на рівень освітніх послуг. Важливо пам'ятати, що побудова моделі повинна враховувати специфічні особливості освітнього сектору та його взаємодію з економікою і суспільством.

Зважаючи на те, що конкретний приклад може бути специфічним для конкретного дослідження і вимагає врахування конкретних даних, ось уявний приклад лінійної регресійної моделі для аналізу факторів, які впливають на рівень попиту на освітні послуги:

$$\begin{aligned} \text{Попит на освітні послуги} = & \beta_0 + \beta_1 \times \text{ВВП} + \beta_2 \times \\ & \text{Рівень безробіття} + \beta_3 \times \text{Витрати на освіту} + \varepsilon, \end{aligned} \quad (3.2)$$

де *Попит на освітні послуги* – це кількість або обсяг освітніх послуг, який люди готові придбати чи отримати.

ВВП – показник валового внутрішнього продукту, що відображає економічне здоров'я країни.

Рівень безробіття – відсоток безробітних в економіці.

Витрати на освіту – фінансування, яке виділяється на освіту в країнах.

β_0 – константа або початковий рівень попиту на освітні послуги, коли всі незалежні змінні рівні нулю.

$\beta_1, \beta_2, \beta_3$ – коефіцієнти, які показують, наскільки зміна кожної з незалежних змінних впливає на попит на освітні послуги.

ε – помилка моделі, яка представляє випадкові фактори, що впливають на попит, а які не враховані в моделі.

Цей приклад лише уявний і не використовує реальні дані. У реальному дослідженні важливо буде враховувати інші можливі фактори, проводити аналіз статистичної значущості кожного коефіцієнта та робити корекції моделі відповідно до конкретного контексту дослідження.

Отже, таким чином, можна зробити висновок, ринок освітніх послуг в Україні має ряд особливостей, які впливають на ефективність просування освітніх послуг. До них можна віднести:

1. Необхідність формування попиту на освітні послуги. В Україні існує високий рівень затребуваності вищої освіти, однак у сфері середньої освіти ситуація дещо інша. У зв'язку з цим, для ефективного просування освітніх послуг необхідно формувати попит на освітні послуги серед цільової аудиторії.

2. Необхідність диференціації освітніх послуг. Ринок освітніх послуг в Україні є досить конкурентоспроможним. Для того, щоб бути успішним,

навчальні заклади повинні диференціювати свої освітні послуги, пропонуючи споживачам те, що не можуть запропонувати конкуренти.

3. Необхідність використання сучасних маркетингових інструментів. Для ефективного просування освітніх послуг необхідно використовувати сучасні маркетингові інструменти, такі як соціальні мережі, онлайн-реклама, SEO-просування тощо.

Тому резюмуючи, нами пропонуються наступні конкретні рекомендації щодо просування освітніх послуг в ЗВО:

1. Створити якісний веб-сайт. Веб-сайт є основним джерелом інформації про навчальний заклад для потенційних студентів. Веб-сайт повинен бути добре структурованим, інформативним і зручним у використанні.

2. Займайтеся активним SMM. Соціальні мережі – це чудовий спосіб спілкуватися з потенційними студентами та формувати їхній інтерес до навчального закладу.

3. Організація екскурсій та зустрічей. Це чудовий спосіб дати потенційним студентам можливість особисто познайомитися з навчальним закладом і його викладачами. Залучення відомих людей до просування навчального закладу є невід’ємною частиною. Рекомендації відомих людей є дуже ефективним способом підвищити довіру до навчального закладу.

Враховуючи особливості ринку освітніх послуг в Україні, навчальні заклади можуть розробити ефективні маркетингові стратегії, які допоможуть їм залучити більше студентів і підвищити свою конкурентоспроможність.

Висновки за розділом 3

Враховуючи аналіз стратегій просування освітніх послуг, визначення поточних викликів у цьому процесі та обґрунтування можливостей для

подальшого розвитку надання освітніх послуг, можна зробити наступний висновок:

1) аналіз різноманітних стратегій просування освітніх послуг свідчить про необхідність постійного оновлення підходів та вдосконалення методів для відповіді на зростаючі вимоги сучасного освітнього ринку. Розглянуті поточні виклики у просуванні освітніх послуг, такі як зміни у попиті та потребах студентів, конкуренція між вишами та технологічний прогрес, вимагають активного реагування та адаптації з боку університетів;

2) подальший розвиток надання освітніх послуг може бути забезпечений шляхом вдосконалення програм навчання, розвитку онлайн- та дистанційних форматів навчання, створення інноваційних підходів до оцінки успішності студентів, а також розширення міжнародних партнерств і програм обміну. Крім того, важливим є залучення додаткових ресурсів для підтримки наукових досліджень та розвитку інфраструктури навчальних закладів з метою підвищення їхньої конкурентоспроможності та забезпечення високої якості освіти.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

У дипломній роботі було ретельно розглянуто різні аспекти ринку освітніх послуг, починаючи від сутності та значення концепції надання освітніх послуг до аналізу ринку освітніх послуг України та вищої освіти в цілому. Також вивчалися проблеми, які виникають у вищій освіті під час воєнного періоду, а також поточні виклики та можливості для подальшого розвитку цього сектора.

Основні висновки з роботи полягають у наступному:

1. Сучасний ринок освітніх послуг в Україні характеризується великою конкуренцією, різноманіттям навчальних програм та постійними змінами у вимогах студентів та ринкових тенденціях.
2. Проблеми ринку вищої освіти у воєнний період включають недостатнє фінансування, обмежений доступ до освіти в зоні конфлікту та загрозу для збереження академічної свободи та незалежності університетів.
3. Стратегії просування освітніх послуг мають бути спрямовані на створення унікальної цінності для студентів, акцент на якість навчання та розробку інноваційних підходів до оцінки успішності студентів.
4. Поточні виклики та можливості у просуванні освітніх послуг вимагають постійного оновлення та адаптації з боку університетів, а також співпраці з різними зацікавленими сторонами для досягнення успіху.

На основі цих висновків рекомендується університетам активно впроваджувати інноваційні підходи до навчання та управління, звертати увагу на потреби та очікування студентів, а також вдосконалювати внутрішні процеси з метою забезпечення якісної та конкурентоспроможної освіти.

На основі проведеного дослідження можна сформулювати такі рекомендації щодо просування освітніх послуг в Україні:

1. Розвиток інноваційних програм: впровадження нових, сучасних програм навчання, які відповідають потребам ринку праці та забезпечують студентам актуальні знання і навички.

2. Створення унікальної цінності: університети повинні пропонувати студентам більше, ніж просто освіту - розвиток лідерських якостей, можливості для професійного зростання та підтримка в особистому розвитку.

3. Стратегічне маркетингове планування: розробка цільової маркетингової стратегії, яка враховує унікальність кожного університету та його потенціал для привертання студентів.

4. Створення міжнародних партнерств: розвиток міжнародних зв'язків і партнерств з іншими університетами та компаніями для сприяння обміну студентів та фахівців, а також спільних досліджень і проектів.

5. Підвищення якості освіти: забезпечення високої якості освіти через постійне вдосконалення програм, підвищення кваліфікації викладацького складу та використання сучасних технологій навчання.

6. Залучення фінансових ресурсів: пошук додаткових джерел фінансування для розвитку інфраструктури, наукових досліджень та інноваційних проектів.

7. Підтримка студентської спільноти: створення стимулів для активності студентів, розвиток студентських організацій та ініціатив для сприяння інтеграції та розвитку студентської спільноти.

Виконання цих рекомендацій допоможе навчальним закладам в Україні ефективніше просувати свої послуги і підвищити свою конкурентоспроможність.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Exploring new learning paradigms: A reflection on Barber, Donnelly, and Rizvi: «An avalanche is coming: Higher education and the revolution ahead». November 2015 International Review of Research in Open and Distance Learning 16(4):227-234 // file:///C:/Users/User/Downloads/1952-18730-1-PB.pdf
2. Our world in data. Population breakdown by highest level of education achieved for those aged 15 years and older in Ukraine // <https://ourworldindata.org/search?q=population+breakdown+by+highest+level+of+education+achieved+for+those+aged+15+years+and+older>
3. Sahlberg P. Finnish Lessons: What Can the World Learn from Educational Change in Finland? Teachers College Press. 2011. 208 p. // URL: https://www.pedocs.de/volltexte/2015/11098/pdf/CEPSJ_2011_3_Franko_Rezeension_Sahlberg_Finnish_lessons_what_can.pdf
4. The good country index 2021 // URL: <https://index.goodcountry.org>
5. Ахновська І.О. АНАЛІЗ ПОТЕНЦІАЛУ ОСВІТНЬОГО РИНКУ УКРАЇНИ // Фінанси, облік, банки. №1(22), 2017. С.34-45.
6. Буянова Г., Удалова О. ВПЛИВ ІННОВАЦІЙНИХ ФОРМ І МЕТОДІВ НАВЧАННЯ НА ЯКІСТЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ЗДОБУВАЧІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ // ПРОБЛЕМИ ОСВІТИ, ВИПУСК 2(97), 2022. С.190-207.
7. Воротилін О.В., Ремига Ю.С. ЕКОСИСТЕМА ЦИФРОВИХ ТЕХНОЛОГІЙ У СФЕРІ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ // Сучасні тренди розвитку галузей економіки та соціальної сфери: вітчизняний та міжнародний досвід: збірник тез доповідей Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти та молодих учених (22 листопада 2023 року). – Київ: ПЗВО «Міжнародний європейський університет». 2023. С.97-99.

8. Гава Ю.В. Освітні послуги в Україні: економічна природа і суперечності розвитку // Науково-технічна інформація: науково-практичний інформаційний журнал. 2013. №1. С.86–93.

9. Галина С. Лопушняк, Максим І. Скидан. СТРАТЕГІЧНИЙ АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ УКРАЇНИ В КОНТЕКСТІ ЗБАЛАНСУВАННЯ ПОПИТУ ТА ПРОПОЗИЦІЇ НА РИНКУ ПРАЦІ // АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ЕКОНОМІКИ №2-3 (248-249), 2022. С.27-40.

10. Горинь Я.О. Функціонування ринку освітніх послуг. Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. №1, 2015. С.81-89.

11. ГУР'ЯНОВА Л., ПАНАСЕНКО О., ВОЗНЮК С. СИСТЕМНИЙ АНАЛІЗ І МОДЕЛЮВАННЯ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ // Сучасний стан наукових досліджень та технологій в промисловості. 2021. № 1 (15). С.32-42.

12. Державна служба статистики України // URL: <https://www.ukrstat.gov.ua/>

13. Електронний ресурс. – Режим доступу: https://visnyk.fem.sumdu.edu.ua/issues/2_2022/15.pdf

14. Електронний ресурс. – Режим доступу: https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2023/world-ranking#!/length/25/locations/UKR/sort_by/rank/sort_order/asc/cols/stats

15. Єлісєєва О.К., Тарасенко Т.В. Оцінка якості розвитку освітніх послуг в Україні // Бізнес-інформ. 2012. №5. С.241-245.

16. Кісьолек А., Бондаренко Ю., Огінок С. Порівняльний аналіз популярності українських закладів вищої освіти в Інтернеті // ЕКОНОМІКА ТА СУСПІЛЬСТВО. Випуск # 24 / 2021 // DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-24-14>.

17. Кофман, Б., Куровська, І., Якайтис І. Соціологічні аспекти перспектив інноваційного розвитку вищої освіти в Україні / Навчальний посібник. 2018. № 2. С.118–124.

18. Кухарська Л.В. РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ // Соціально-правові студії. 2020. Випуск 3 (9). С. 184-191.
19. Либак І.А. РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ І КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНІСТЬ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ // Вісник Хмельницького національного університету 2012, № 2, Т. 1. С.192-196.
20. Малюкіна А.О. Обґрунтування особливостей ринку освітніх послуг // Технологический аудит и резервы производства. 2014. № 4/2(18). С. 36- 39.
21. Мілевський С.В., Мілевська Т.С. АНАЛІЗ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. Випуск 8. Частина 3. 2014. С.34-39.
22. Мудра О.В. Особливості економічного механізму регулювання взаємодії ринків освітніх послуг і праці // Теоретичні і практичні аспекти економіки та інтелектуальної власності. 2013. Випуск 1. С.101-104.
23. Ольшанцева Т.О., Брітченко І.Г. Прогнозування тенденцій розвитку ринку освітніх послуг України // Збірник наукових праць Таврійського державного агротехнологічного університету (економічні науки). 2013. №3(23). С.146-151.
24. Освіта в Україні і за її межами // URL: <http://ru.osvita.ua/>.
25. Офіційний сайт Інституту освітньої аналітики // URL: <https://iea.gov.ua/naukovo-analitichna-diyalnist/analitika/informatsijni-byuleteni/>
26. Пойта І.О. Особливості формування ринку освітніх послуг // Національне господарство України: теорія і практика управління: зб. наук. пр / Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України». – К.:ДУ ІЕПСРНАН України, 2011. С.249-253.

27. Про вдосконалення вищої освіти в Україні: Указ Президента України від 03.06.2020 р. №210/2020 // URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/210/2020#Text>

28. Про освіту: Закон України від 05.09.2017 р. №2145-VIII / URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2145-19#Text>

29. Ринок освітніх послуг // URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%A0%D0%B8%D0%BD%D0%BE%D0%BA%D0%BE%D1%81%D0%B2%D1%96%D1%82%D0%BD%D1%96%D1%85%D0%BF%D0%BE%D1%81%D0%BB%D1%83%D0%B3>

30. Семчук Ж.В. Инструментарий социально-экономического развития образовательных услуг предприятий в условиях повышенного риска в системе обеспечения высокого качества жизни // Проблемы економіки. 2016. №2. С.117-122.

31. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ на 2021–2031 роки // URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/rizne/2020/09/25/rozvitku-vishchoi-osviti-v-ukraini-02-10-2020.pdf>

32. Чайка І. АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ // Галицький економічний вісник https://doi.org/10.33108/galicianvisnyk_tntu.

33. Яворська М.К. Структура ринку освітніх послуг ВНЗ // ЕКОНОМІКА І СУСПІЛЬСТВО. Випуск # 13 / 2017. С.813-818.

Основні освітні статистичні дані за 2021-2022 рр.



ОСНОВНІ ОСВІТНІ СТАТИСТИЧНІ ДАНІ



ДОШКІЛЬНА ОСВІТА

Показники	Станом на 01.04.2022
Кількість закладів дошкільної освіти (ЗДО), од.	14 974
Новобудови за три роки, од.	72
Реконструйовано ЗДО за три роки, од.	110
Кількість відкритих приватних ЗДО за три роки, од.	395
Кількість вихованців, осіб	1 111 358
Кількість місць, створених у закладах дошкільної освіти за рік, од.	15 415
Скорочення черги у порівнянні з попереднім роком, осіб	(пропазом 2021 року) на 5 443
Черга до закладів дошкільної освіти, осіб	138 772
Кількість педагогічних працівників, осіб	16 842
у тому числі вихователів	90 833

ЗАГЛЯДНА СЕРЕДНЯ ОСВІТА

Показники	Станом на 05.09.2021
Кількість ЗЗСО, од.	13 591
Кількість опорних закладів, од.	1 239
Кількість філій опорних закладів, од.	1 795
Кількість приватних закладів ЗЗСО, од.	406
Кількість учнів, осіб	4 230 358
у тому числі першокласників	403 678
Кількість вчителів, осіб	582 200
Кількість учнів, охоплених навчанням в опорних закладах, осіб	434 755
Кількість учнів, охоплених до опорного закладу освіти та додому шкільними автобусами, осіб	126 400
Автопарк шкільних автобусів у опорних школах, транспортних одиниць	2 364
Кількість харчоблоків закуплено/оновлено, од.	3 794
Кількість шкіл, що перейшли на нове харчування, од.	13 403

ПОЗАШКІЛЬНА ОСВІТА

Показники	Станом на 01.04.2022
Кількість закладів позашкільної освіти (ЗПО), од.	1 276
Кількість педагогічних працівників (без керівників закладів і сумісників), осіб	17 536
Кількість вихованців, осіб	980 789
Кількість турів у ЗПО (творчих об'єднань, секцій, студій художньо-естетичного, науково-технічного, еколого-натуралістичного, туристсько-краєзнавчого, фізкультурно-спортивного та інших напрямків), од.	62 314
Охоплення позашкільною освітою дітей з ООП, осіб	8 877

ІНКЛЮЗИВНЕ ОСВІТНЄ СЕРЕДОВИЩЕ

Показники	Станом на 05.09.2021
Кількість ЗЗСО, у яких організоване інклюзивне навчання, од.	7 136 (51 %)
Кількість інклюзивних класів, од.	23 216
Кількість учнів в інклюзивних класах ЗЗСО, осіб	32 686
Кількість асистентів вчителів, осіб	(за рік зросла на 7 608) 22 758
Кількість інклюзивно-ресурсних центрів, од.	667

ЦИФРОВА ОСВІТА

Показники	Станом на 01.01.2022
Підключення до Інтернету ЗЗСО, од.	13 979
з них підключено до оптичного Інтернету	8 580
Підключення ЗЗСО до державного е-журналу, од.	691
Підключення управлінської освіти обласного та місцевого рівнів до збору е-звітності, %	100 %
Закуплено комп'ютерної техніки, од.	62 674
Користувачі ВШО, осіб	275 000

ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА

Показники	Станом на 01.03.2022
Кількість закладів П(Т)О, од.	694
Кількість оновлених та створених навчально-практичних центрів, од.	194
Кількість педагогічних працівників, які беруть участь в навчально-виховному процесі, осіб	31 457
Кількість здобувачів освіти, осіб	243 825
Запровадження дуальної форми навчання в закладах П(Т)О, од.	240
Загальною підприємств, од.	1 376
Кількість здобувачів дуальної форми навчання, осіб	понад 12 000
Охоплення здобувачів з ООП, осіб	9 821
Дітей сиріт та дітей, позбавлених батьківського піклування, осіб з інвалідністю, осіб	14 222

ВИЩА ОСВІТА

Показники	Станом на 10.02.2022
Кількість ЗВО (університети, академії, інститути), од.	336
• державні	194
• з них у підпорядкованні МОН	134
• комунальні	26
• приватні	117
Інші ЗВО (університети, технікуми, коледжі), од.	96
з них у підпорядкованні МОН	53
Заклади фахової передвищої освіти, од.	252
з них у підпорядкованні МОН	85
Відокремлені структурні підрозділи ЗВО, од.	553
Загалом кількість здобувачів (ЗВО, ЗПО, ВСП), осіб	1 335 690
з них у закладах МОН	968 885
• фаховий молодший бакалавр	228 432
• Молодший спеціаліст	130 503
• Бакалавр	3 550
• Спеціаліст	707 287
• Магістр	2 419
• Доктор філософії	238 318
• Доктор мистецтва	25 071
Загальна кількість наукових, науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗВО, осіб	110
з них у закладах МОН	153 938
Загальна кількість наукових, науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗПО, осіб	109 518
з них у закладах МОН	20 835
	6 963

Основні освітні статистичні дані за 2022-2023 рр.

ОСНОВНІ ОСВІТНІ СТАТИСТИЧНІ ДАНІ (2022-2023 н.р.)



ДОШКІЛЬНА ОСВІТА (березень 2023)

- Кількість закладів дошкільної освіти (ЗДО), що функціонують, од.
- навчають у звичному режимі (очно), од.
 - навчають дистанційно, од.
 - навчають змішано, од.
- Зруйнованих ЗДО, од.
- Кількість вихованців, осіб
- Кількість дітей дошкільного віку, охоплених навчанням у ЗДО, %
- Кількість педагогічних працівників ЗДО, осіб

ЗАГАЛЬНА СЕРЕДНЯ ОСВІТА (березень 2023)

- Кількість ЗЗСО, що функціонують, од.
- навчають у звичному режимі (очно), од.
 - навчають дистанційно, од.
 - навчають змішано, од.
- Зруйнованих ЗЗСО, од.
- Кількість опорних закладів, од.
- Кількість філій опорних закладів, од.
- Кількість приватних закладів ЗЗСО, од.
- Кількість учнів, осіб
- у тому числі: першокласників
- учнів 11(12) класів
- Кількість учнів, охоплених навчанням в опорних закладах, осіб
- Кількість учнів, яких є змога підвезти до ЗЗСО, осіб
- Загальна кількість учнів ЗЗСО, які забезпечені гарячим харчуванням, осіб
- Кількість ЗЗСО, які мають функціонує (робочі) харчоблоки, од.
- Кількість вчителів, осіб

ПОЗАШКОЛЬНА ОСВІТА (березень 2023)

- Кількість закладів позашкільної освіти (ЗПО), що функціонують, од.
- навчають у звичному режимі (очно), од.
 - навчають дистанційно, од.
 - навчають змішано, од.
- Зруйнованих ЗПО, од.
- Кількість вихованців, осіб
- Кількість педагогічних працівників, осіб

ІНФОРМОВАНІСТЬ ІНФОРМОВАНІСТЬ (березень 2023)

- Кількість ЗЗСО, у яких організовано інклюзивне навчання, од.
- Кількість інклюзивних класів, од.
- Кількість учнів в інклюзивних класах ЗЗСО, осіб
- Кількість асистентів вчителів, осіб
- Кількість інклюзивно-ресурсних центрів, од.

ЦИФРОВА ОСВІТА (березень 2023)

- ЗЗСО, які мають підключення до оптичного Інтернету, од.
- Підключення ЗЗСО до е-мрежі, %
- Підключення приватної освітньої області та місцевого рівня до збору е-звітності, %
- Користувачі ВШО, осіб



ПРОФЕСІЙНА ОСВІТА (січень 2023)

- Кількість ЗП(Т)ТО, що функціонують, од.
- навчають у звичному режимі (очно), од.
 - навчають дистанційно, од.
 - навчають змішано, од.
- Зруйнованих ЗП(Т)ТО, од.
- Кількість здобувачів освіти, осіб
- Охоплення здобувачів з ООПІ, осіб
- Дітей сімей та дітей, позбавлених батьківського піклування, осіб з інвалідністю, осіб
- Кількість пед. працівників, які беруть участь в навчально-виховному процесі, осіб

ФАХОВА ПЕРЕДВИЩА ОСВІТА (грудень 2022)

- Кількість закладів фахової передвищій освіти (всего), од.
- у тому числі:
- Самостійні юридичні особи, од.
 - в структурі ЗВО, од.
 - з них у підпорядкованні МОН, од.
- Зруйнованих ЗПТО, од.
- Кількість здобувачів у ЗПТО, осіб
- За освітньо-професійним ступенем та ступенями вищої освіти, осіб:
- фаховий молодший бакалавр
 - Молодший спеціаліст (освітньо-навігаційний рівень)
 - Бакалавр
- Загальна кількість наукових, науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗПТО-юридичних осіб, осіб
- з них у закладах, підпорядкованих МОН, осіб

ВИЩА ОСВІТА (грудень 2022)

- Кількість ЗВО (університети, академії, інститути), од.
- Державні
 - з них у підпорядкованні МОН, од.
 - приватні
 - кооперативні
- Відокремлені структурні підрозділи (інститути, академії, коледжі) та коледжі в структурі ЗВО, од.
- Зруйнованих ЗВО, од.
- Загальна кількість здобувачів (ЗВО, ВСП), осіб
- з них у закладах МОН, од.
- Молодший спеціаліст (освітньо-навігаційний рівень)
 - Бакалавр
 - Спеціаліст
 - Магістр
 - Доктор філософії
 - Доктор мистецтва
- Загальна кількість наукових, науково-педагогічних і педагогічних працівників ЗВО-юридичних осіб, осіб
- з них у закладах МОН, осіб