

**МОДЕЛЮВАННЯ ПОПИТУ НА ОСВІТНІ ПРОДУКТИ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ**

© 2018 ЖЕГУС О. В.

УДК (477)378.002.6:331.522.001.57  
JEL Classification: I29; L10**Жегус О. В.****Моделювання попиту на освітні продукти закладів вищої освіти в Україні**

Заклади вищої освіти переходять на ринкові методи та моделі управління, які передбачають переорієнтацію їх діяльності на потреби ринку. Встановлено, що негативні наслідки демографічної кризи, погіршення соціально-економічної ситуації, зміни поведінки споживачів на ринку продуктів вищої освіти зумовили падіння попиту на освітні продукти. Недостатня увага з боку менеджменту закладів вищої освіти до зміни ситуації на ринку призвела до погіршення показників і результатів їх функціонування. Для адаптації до нових умов на ринку закладам вищої освіти потрібно активізувати маркетингову діяльність, спрямувати зусилля на формування та стимулювання попиту. Зазначено, що прийняття маркетингових рішень повинно базуватися на даних щодо майбутніх тенденцій розвитку ситуації на ринку. Метою статті є обґрунтування потокової моделі визначення річної потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти та її середньострокове прогнозування в Україні. Враховуючи специфіку ринку продуктів вищої освіти, для прогнозування його місткості обрано метод проектування потоків потенційних абітурієнтів. За результатами аналізу стану та тенденцій ринку визначено потоки, які сприяють формуванню попиту на продукти закладів вищої освіти, та потоки, які призводять до його скорочення. Використовуючи статистичні дані та результати контент-аналізу вторинної інформації, розроблено оптимістичний, нормальний і песимістичний сценарії зміни річної потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти. За результатами експертних оцінок визначено більш високу ймовірність песимістичного сценарію, відповідно до якого у 2018–2020 рр. слід очікувати зменшення потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти, що пов'язано із посиленням тенденцій студентської імміграції, втратою престижності та довіри до вищої освіти та розвитком альтернативних форм здобування знань. В умовах високої ймовірності скорочення потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти закладам вищої освіти необхідно забезпечити умови та можливості організації маркетингової діяльності, управління нею.

**Ключові слова:** заклад вищої освіти, ринок продуктів вищої освіти, потенційна місткість ринку, прогнозування.**Рис.:** 4. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 15.**Жегус Олена Валентинівна** – кандидат економічних наук, докторант кафедри маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування та торгівлі (вул. Клочківська, 333, Харків, 61051, Україна)**E-mail:** elena.jegus@gmail.comУДК (477)378.002.6:331.522.001.57  
JEL Classification: I29; L10**Жегус Е. В. Моделирование спроса на образовательные продукты высших учебных заведений в Украине**

Высшие учебные заведения переходят на рыночные методы и модели управления, предусматривающие переориентацию их деятельности на потребности рынка. Установлено, что негативные последствия демографического кризиса, ухудшение социально-экономической ситуации, изменение поведения потребителей на рынке продуктов высшего образования обусловили падение спроса на образовательные продукты. Недостаточное внимание со стороны менеджмента высших учебных заведений к изменению ситуации на рынке привело к ухудшению показателей и результатов их функционирования. Для адаптации к новым условиям на рынке вузам необходимо активизировать маркетинговую деятельность, направить усилия на формирование и стимулирование спроса. Отмечено, что принятие маркетинговых решений должно базироваться на данных относительно будущих тенденций развития ситуации на рынке. Целью статьи является обоснование потоковой модели определения годовой потенциальной емкости рынка продуктов высшего образования и ее среднесрочное прогнозирование в Украине. Учитывая специфику рынка продуктов высшего образования, для прогнозирования его емкости выбран метод проектирования потоков потенциальных абитуриентов. По результатам анализа состояния и тенденций рынка определены потоки, способствующие формированию спроса на продукты высших учебных заведений, и потоки, приводящие к его сокращению. Используя статистические данные и результаты контент-анализа вторич-

UDC (477)378.002.6:331.522.001.57  
JEL Classification: I29; L10**Zhehus O. V. Modeling the Demand for Educational Products of Higher Education Institutions in Ukraine**

Higher education institutions switch to market methods and management models that provide for the reorientation of their activities to the needs of the market. It is found that the negative consequences of the demographic crisis, deterioration of the socio-economic situation, and changing behavior of consumers in the market for higher education products led to a drop in demand for educational products. Insufficient attention from the management of higher education institutions to changing the situation on the market led to deterioration in indicators and results of their functioning. To adapt to new conditions on the market, universities need to intensify marketing activities, direct efforts to form and stimulate demand. It is noted that the adoption of marketing decisions should be based on data on future trends in the development of the situation on the market. The aim of the article is to justify the flow model for determining the annual potential capacity of the market for higher education products and its medium-term forecasting in Ukraine. Taking into account the specificity of the market for higher education products, a method for designing flows of potential applicants is chosen to predict its capacity. Based on the analysis of the state and trends of the market, there identified flows that contribute to the formation of the demand for products of higher education institutions, and flows that lead to its decrease. Using statistical data and the results of content analysis of secondary information, an optimistic, normal, and pessimistic scenario is developed for changing the annual potential capacity of the market for higher education products. Based on the results of expert estimations, it is determined that the probability of a

ной інформації, розроблені оптимістичний, нормальний і песимістичний сценарії зміни щорічної потенційної ємності ринку продуктів вищої освіти. В відповідності з результатами експертних оцінок визначено більш високу ймовірність песимістичного сценарія, згідно з яким у 2018–2020 рр. слід очікувати зменшення потенційної ємності ринку продуктів вищої освіти, що пов'язано з посиленням тенденцій студентської імміграції, втрат престижності і довіри до вищої освіти та розвитком альтернативних форм отримання знань. В умовах високої ймовірності скорочення потенційної ємності ринку продуктів вищої освіти вузам необхідно забезпечити умови та можливості організації маркетингової діяльності, управління нею.

**Ключеві слова:** заклад вищої освіти, ринок продуктів вищої освіти, потенційна ємність ринку, прогнозування.

**Рис.:** 4. **Табл.:** 1. **Бібл.:** 15.

**Жегус Елена Валентиновна** – кандидат економічних наук, докторант кафедри маркетингу і комерційної діяльності, Харківський державний університет харчування і торгівлі (ул. Клочковська, 333, Харків, 61051, Україна)

**E-mail:** elena.jegus@gmail.com

*pessimistic scenario is higher. According to this scenario, in 2018-2020 a decrease in the potential capacity of the market for higher education products is expected, which is associated with the increase in the trends of student immigration, loss of prestige and confidence in higher education, and the development of alternative forms of obtaining knowledge. Under conditions of a high probability of decreasing the potential capacity of the market for higher education products, higher education institutions need to ensure the conditions and opportunities for organizing and managing marketing activities.*

**Keywords:** institution of higher education, market for products of higher education, potential market capacity, forecasting.

**Fig.:** 4. **Tbl.:** 1. **Bibl.:** 15.

**Zhehus Olena V.** – Candidate of Sciences (Economics), Candidate on Doctor Degree, Department of Marketing and Commercial Activities, Kharkiv State University of Food Technology and Trade (333 Klochkivska Str., Kharkiv, 61051, Ukraine)

**E-mail:** elena.jegus@gmail.com

**Вступ.** За роки незалежності в Україні сформувався потужний ресурсний та інфраструктурний потенціал у сфері вищої освіти, який дозволив вивести її на новий рівень розвитку. Розгалуженість мережі ЗВО та високий рівень забезпеченості науково-педагогічними кадрами сприяли підвищенню доступності вищої освіти, і як наслідок – збільшенню споживачів освітніх продуктів. При цьому зростаючий попит повною мірою задовольнявся завдяки екстенсивному розвитку сфери вищої освіти. Але негативні наслідки демографічної кризи разом із системними проблемами, пов'язаними з процесами маркетингової діяльності у сфері вищої освіти та посиленням соціально-економічної, політичної кризи в країні призвели до стагнації ринку. Керівники більшості ЗВО в Україні недооцінили наслідки зміни економічного та ринкового механізмів у сфері вищої освіти, були не готові до зниження обсягів державного фінансування, відповідно своєчасно не вжили адаптивних заходів, що призвело до погіршення показників їх діяльності, і в окремих випадках поставили під загрозу існування окремих закладів.

Для виживання та подальшого розвитку ЗВО необхідно забезпечити адаптацію системи управління відповідно до ринкових перетворень, що зумовлює доцільність прискорення переходу на маркетингові методи та моделі управління. Оскільки основу інформаційного забезпечення прийняття маркетингових рішень складають дані щодо процесів, які відбуваються на ринку, необхідним є аналіз стану та тенденцій його розвитку. У зв'язку із наведеним актуальним напрямом досліджень є прогнозування місткості ринку продуктів вищої освіти.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблеми прогнозування ринку освітніх продуктів у сфері вищої освіти розглядалися багатьма вітчизняними науковцями [1; 4–7; 11; 13; 14], які використовували різноманітні методи та

підходи, здебільшого економіко-математичні, економіко-статистичні, у тому числі кореляційно-регресійного аналізу, екстраполяції. У процесі розробки моделей прогнозування враховувалися процеси народжуваності та здобуття загальної середньої освіти [4; 6; 11], здобуття освіти у професійно-технічних закладах та ЗВО I–II рівня акредитації [6]. Порівняння прогнозованих даних із фактичними свідчить про суттєві відхилення, реальний попит виявився значно нижчим за прогнозований, а це в умовах, що склалися, має важливе значення для ЗВО, оскільки глибина кризових явищ може бути недооцінена, а також не вжито необхідних заходів для управління попитом.

Посилаючись на наявні статистичні дані, аналіз практики прогнозування ринку продуктів вищої освіти, установлено, що наслідки маркетингової діяльності та реформування сфери вищої освіти в Україні не можна виразити об'єктивними статистичними даними, тому використання евристичних методів прогнозування, заснованих на статистичних методах, економіко-математичних моделях, заснованих виключно на даних щодо випускників, стає недостатнім.

Відповідно до графіку на рис. 1 в 2011–2016 рр. коефіцієнт вступу перевищує 1, тобто чисельність прийнятих студентів більша за чисельність випускників загальноосвітніх навчальних закладів. Це означає, що має місце розширення потоків потенційних абітурієнтів. Із введенням ЗНО як форми складання вступних іспитів певна частка випускників шкіл переорієнтувалася на вступ до ЗВО I–II рівнів акредитації, а отримавши диплом молодшого спеціаліста, продовжили навчання у ЗВО III–IV рівнів акредитації, для цього вони запропонували новий освітній продукт – навчання за прискореною формою. Крім того, у відповідь на зміни вимог ринку праці у фахівців, що вже мають вищу освіту, виникла необхідність здобуття нових компетенцій або компетенцій суміжних професій, тому все

більш популярним і затребуваним стало одержання другої вищої освіти, що призвело до зростання попиту на освітні магістерські програми. У зв'язку із розширенням потоків

потенційних абітурієнтів виникає необхідність пошуку нових підходів для передбачення майбутніх тенденцій попиту на продукти вищої освіти.

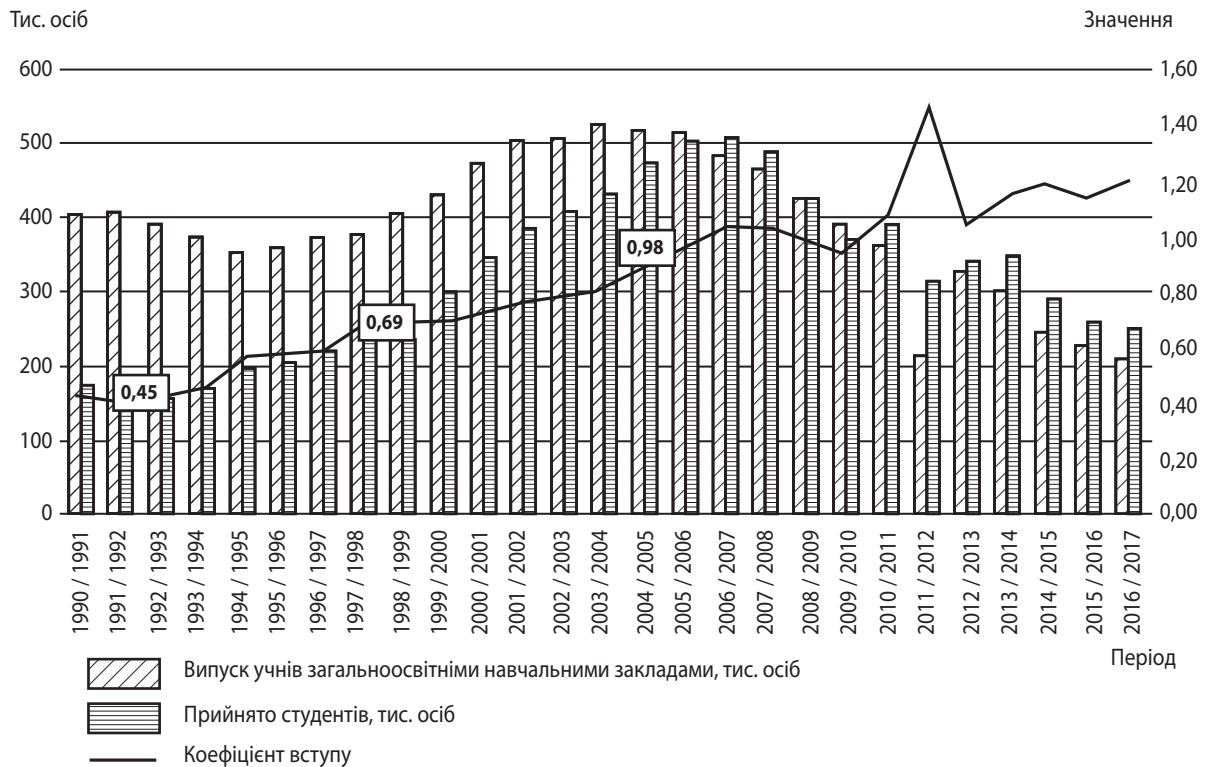


Рис. 1. Динаміка випускників загальноосвітніх навчальних закладів і прийнятих студентів до ЗВО III-IV рівнів акредитації

Джерело: сформовано автором на основі [3]

**Метою статті** є обґрунтування потокової моделі визначення річної потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти та її середньострокове прогнозування в Україні.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Серед усієї сукупності методів прогнозування потенційної місткості ринку для цього дослідження обрано метод експертного сценарного прогнозування, в основі якого лежать два наукових завдання:

- розробка оптимістичного, нормального та песимістичного сценаріїв розвитку ринку продуктів вищої освіти у вигляді припущень щодо зміни потоків потенційних абітурієнтів;
- експертне оцінювання ймовірності сценаріїв.
- Відповідно до визначених на рис. 2. етапів експертного сценарного прогнозування процедура починається з визначення мети. Враховуючи виявлені особливості вітчизняного ринку продуктів вищої освіти та їх вплив на функціонування ЗВО, метою прогнозування потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти визначено ідентифікацію її змін, що дозволить оцінити можливості та перспективи формування контингенту студентів у ЗВО, а також визначити завдання та інструменти маркетингової діяльності щодо формування та стимулювання попиту на освітні продукти закладу.

Тенденції на ринку продуктів вищої освіти дозволяють констатувати, що останнім часом змінилися умови формування попиту на них. За результатами проведеного дослідження серед основних потоків потенційних абітурієнтів ЗВО виділено ті, які сприяють формуванню попиту, та потоки, які можуть призвести до його скорочення (рис. 3). Потоки потенційних абітурієнтів, які проявляють попит на продукти вищої освіти і формують потенційну місткість ринку, зумовлені чисельністю випускників закладів освіти різного рівня (МСКО 1-3, 4, 5), які бажають одержати вищу освіту; чисельністю іноземних абітурієнтів; чисельністю осіб, які бажають одержати другу вищу освіту; чисельністю слухачів, які проявляють попит на додаткові професійні освітні програми.

Водночас, визначаючи потенційну місткість ринку продуктів вищої освіти, необхідно враховувати потоки, які призведуть до зменшення попиту: чисельність студентів-мігрантів; потенційних абітурієнтів, які обирають як альтернативу неформальну освіту; потенційних абітурієнтів, які планують вступати до ЗВО I-II рівнів акредитації та ПТОЗ (професійно-технічні освітні заклади); випускників шкіл, які не планують далі навчатися; потенційні абітурієнти, які оберуть самоосвіту тобто самоорганізоване здобуття потрібних знань.

Остання тенденція все більше поширюється, що пов'язано із принципом «освіта протягом життя», роз-

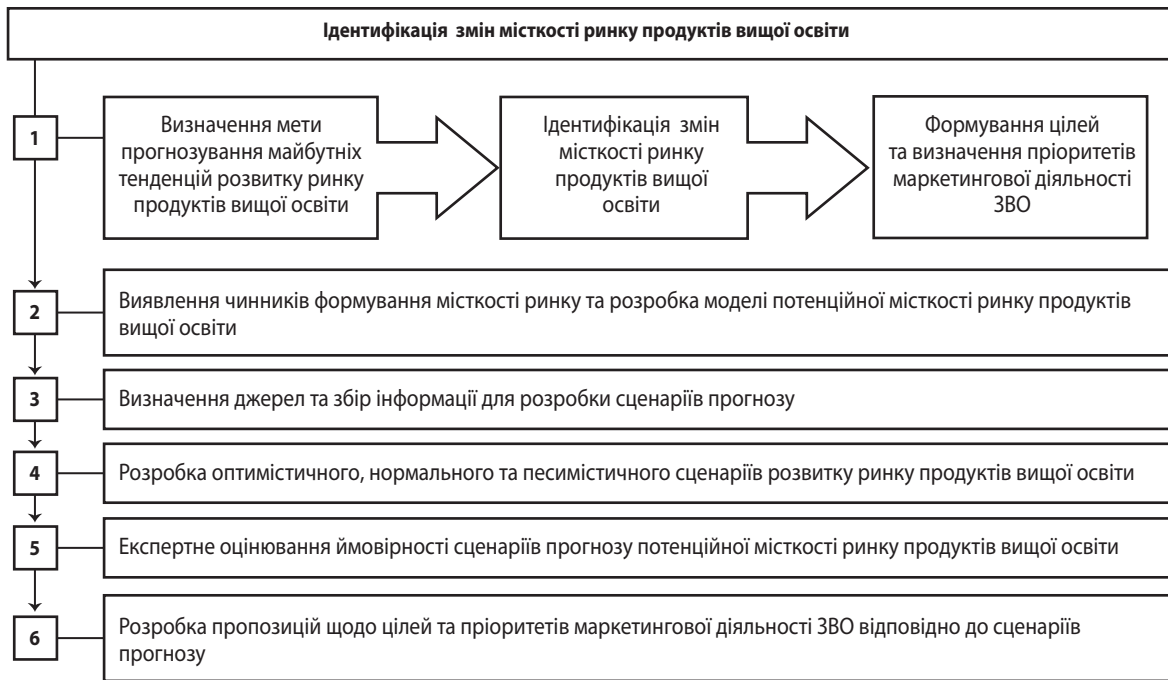


Рис. 2. Процес прогнозування місткості ринку продуктів вищої освіти

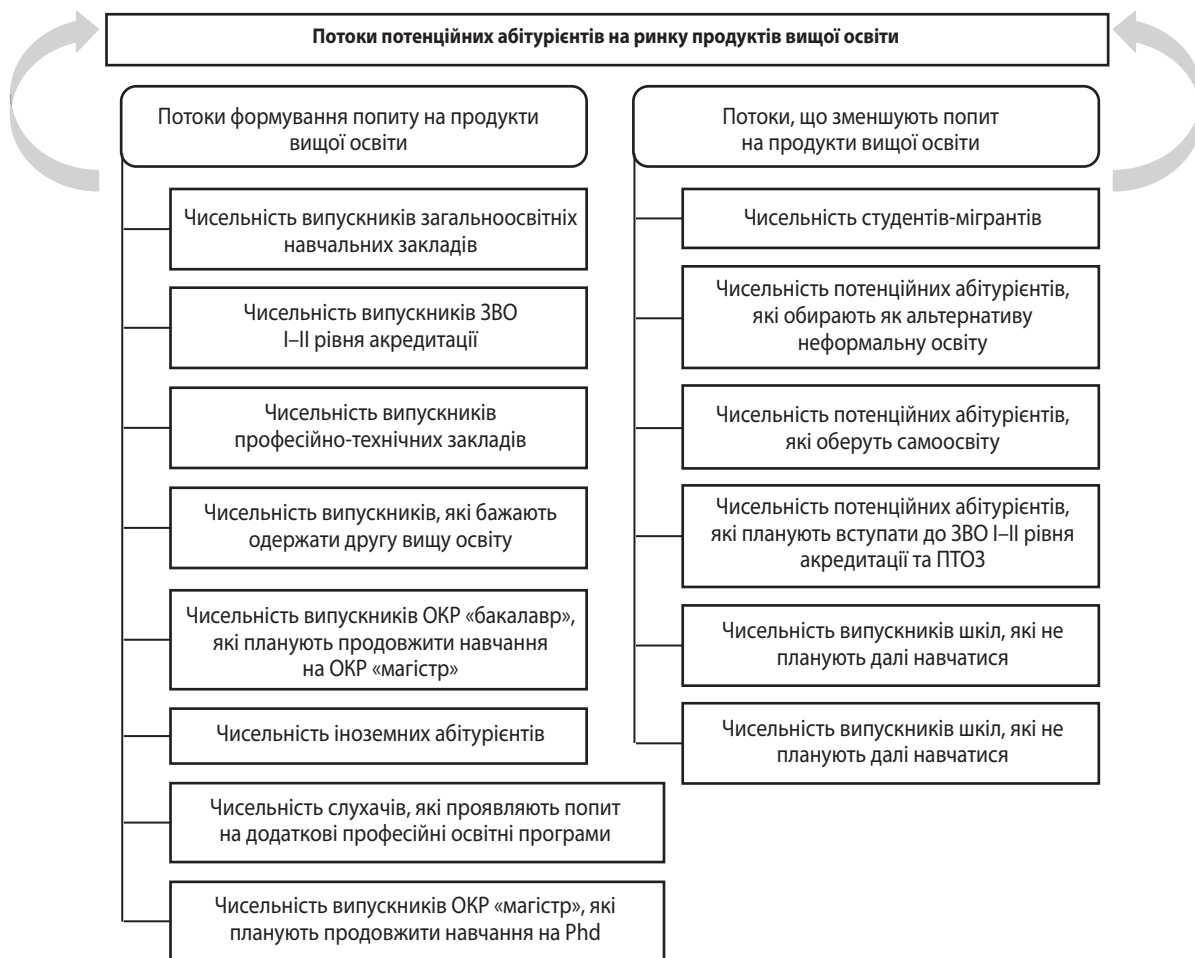


Рис. 3. Потоки потенційних абітурієнтів на ринку продуктів вищої освіти

витком індивідуального підприємництва, становленням інформаційного суспільства, що зумовило зростання доступності до інформації. Крім того, людина може свідомо набувати необхідних знань і практичних навичок у родинному колі, на робочому місці, у певній спільноті – така форма освіти називається інформальна. Вона визначається як індивідуальна пізнавальна діяльність, що супроводжує повсякденне життя, реалізується за рахунок власної активності індивідів в оточуючому культурно-освітньому середовищі; спілкування, читання, відвідування установ культури, подорожі, засоби масової інформації тощо [12].

Враховуючи сучасний стан та майбутні тенденції, модель потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти (освітніх), одержана методом проектування потоків, набуває такого вигляду:

$$V_m = V_{ш} + V_{МС} + V_M + V_{во} + V_{ін} + V_{ДПО} - V_3 - V_{НО} - V_{НО} - V_{ЗВО\ I-II} - V_{ШПР}$$

де  $V_m$  – річна потенційна місткість ринку продуктів вищої освіти;

$V_{ш}$  – потенційна чисельність абітурієнтів-школярів;

$V_{МС}$  – потенційна чисельність абітурієнтів-молодших спеціалістів;

$V_M$  – потенційна чисельність абітурієнтів-бакалаврів, які планують вступати на освітньо-кваліфікаційний рівень «магістр»;

$V_{во}$  – потенційна чисельність абітурієнтів, що бажають одержати другу вищу освіту;

$V_{ін}$  – потенційна чисельність іноземних абітурієнтів;

$V_{ДПО}$  – потенційна чисельність слухачів, що проявляють попит на додаткові професійні освітні програми;

$V_3$  – потенційна чисельність абітурієнтів, що обрали іноземні ЗВО;

$V_{НО}$  – потенційна чисельність абітурієнтів, які обрали неформальну освіту (вебінари, короткотермінові освітні програми, семінари, тренінги, онлайн-курси тощо);

$V_{НО}$  – потенційна чисельність абітурієнтів, які обрали інформальну освіту;

$V_{ЗВО\ I-II}$  – потенційна чисельність абітурієнтів, які планують вступати до ЗВО I–II рівнів акредитації та ПТОЗ (професійно-технічні освітні заклади);

$V_{ШПР}$  – потенційна чисельність випускників шкіл, які не планують далі навчатися.

Відповідно до запропонованої моделі, спираючись на статистичні дані, контент-аналіз звітів соціологічних досліджень ГФК ЮКРЕЙН «Молодь України – 2015» [8], СМК «Випускники українських ВНЗ очима роботодавців» [2], Центру незалежних соціологічних досліджень «Омега» «Молодь України – 2017» [9], Соціологічне дослідження «Цінності української молоді» [15], розроблено оптимістичний, нормальний та песимістичний сценарії розвитку ринку продуктів вищої освіти (табл. 1).

Оскільки основну частку потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти складають випускники загальноосвітніх шкіл, зміни їх потенційної чисельності для усіх варіантів прогнозу визначено на основі демографічних даних щодо народжуваності з урахуванням лагу. Оскільки переважна більшість населення закінчує школу в 17 років і саме в цьому віці вступають до ЗВО, можна спрогнозувати потенційну місткість ринку освітніх продуктів. Відповідно до тенденцій, що склалися, прогнозуємо потенційну кількість абітурієнтів до 2030 н.р. на основі наявних даних щодо народжуваності в Україні у 2001–2013 рр. (рис. 4). Як свідчать прогнозні дані, зменшення чисельності потенційних абітурієнтів слід очікувати ще й у 2018 р., оскільки вступати до ЗВО будуть абітурієнти 2001 р.н., саме у цьому році спостерігається найменша чисельність народжених в Україні за досліджуваний період. Відповідно до статистичних даних, які свідчать про зростання народжуваності в 2002 р., починаючи з 2019 р. можна очікувати поступове збільшення й чисельності абітурієнтів у ЗВО, хоча відбуватиметься воно повільними темпами.

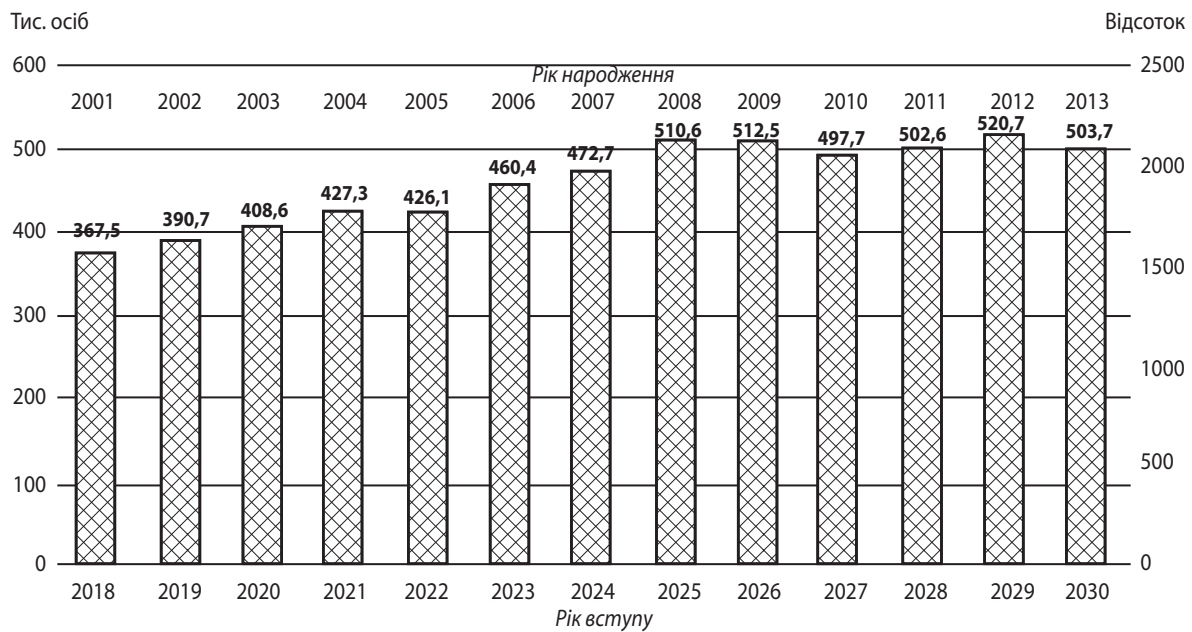
Таблиця 1

Сценарії зміни потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти

Потоки потенційних абітурієнтів	Позначення	Прогноз на 2018–2020 рр.		
		Оптимістичний	Нормальний	Песимістичний
1	2	3	4	5
Потенційна чисельність абітурієнтів-школярів	$V_{ш}$	Поступове зростання відповідно до демографічних тенденцій		
Потенційна чисельність абітурієнтів-молодших спеціалістів, які планують продовження навчання у ЗВО III–IV рівнів акредитації	$V_{МС}$	Збільшиться	Зміни у межах 1–3 %	Зменшиться
Потенційна чисельність абітурієнтів-бакалаврів	$V_M$	Збільшиться	Зміни у межах 1–3 %	Зменшиться
Потенційна чисельність абітурієнтів, які бажають одержати другу вищу освіту	$V_{во}$	Зросте	Дещо зросте	Залишиться низькою
Потенційна чисельність іноземних абітурієнтів	$V_{ін}$	Зросте	Зміни у межах 1–3 %	Зменшиться
Потенційна чисельність слухачів, які проявляють попит на додаткові професійні освітні програми	$V_{ДПО}$	Зросте	Дещо зросте	Залишиться низькою

Закінчення табл. 1

1	2	3	4	5
Потенційна чисельність абітурієнтів, які планують навчатися в іноземних ЗВО	$V_3$	Зменшиться	Дещо зросте	Суттєво зросте
Потенційна чисельність абітурієнтів, які оберуть неформальну освіту	$V_{но}$	Не зміниться	Дещо зросте	Суттєво зросте
Потенційна чисельність абітурієнтів, які оберуть інформальну освіту	$V_{іно}$	Не зміниться	Дещо зросте	Суттєво зросте
Потенційна чисельність абітурієнтів, які планують вступати до ЗВО I–II рівнів акредитації та ПТОЗ	$V_{ЗВО\ I-II}$	Зменшиться	Дещо зросте	Суттєво зросте
Потенційна чисельність випускників шкіл, які не планують далі навчатися	$V_{шпр}$	Зменшиться	Дещо зросте	Суттєво зросте
Річна потенційна місткість ринку продуктів вищої освіти	$V_m$	Зростатиме з прискоренням темпів зростання	Поступово зростатиме невисокими темпами	Буде зменшуватися
Ймовірність прогнозу		0,179167	0,383333	0,4375



▣ Потенційна місткість ринку (кількість абітурієнтів) продуктів вищої освіти (освітніх), тис. осіб

Рис. 4. Прогноз потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти

Джерело: сформовано автором на основі [3; 11]

Лише у 2025–2026 рр. можна очікувати наближення показників потенційних абітурієнтів до тих, найвищих, які спостерігалися у 2006 р., а саме – більш 500 тис. осіб. Увесь час до 2025 р. ЗВО необхідно акумулювати та максимізувати маркетингові зусилля для формування та стимулювання попиту на пропоновані освітні продукти для забезпечення підвищення обсягів набору студентів. Слід констатувати, що у зв'язку зі зниженням народжуваності в Україні у 2015 р. з 2031 року знов очікується зменшення потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти.

З метою визначення ймовірності розроблених варіантів зміни потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти було проведено експертне опитування, в якому взяли участь 40 експертів, з яких 15 осіб – адміністративно-управлінський персонал ЗВО, 20 осіб – представники професорсько-викладацького складу, у тому числі 25 осіб – фахівці у сфері маркетингу провідних ЗВО України. Експертам було запропоновано визначити ймовірність кожного із запропонованих сценаріїв зміни потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти, використовуючи шкалу від

1 до 3 (1 – дуже низька ймовірність сценарію, 2 – помірна ймовірність сценарію, 3 – дуже висока ймовірність сценарію).

Результати експертної оцінки були перевірені на узгодженість думок експертів. Ураховуючи, що розрахункове значення  $\chi^2$  більше табличного значенням  $\chi^2$  для  $(n-1)$  ступенів свободи та довірчої ймовірності  $P = 0,95; 0,99$ , розрахований коефіцієнт конкордації (0,668) істотний, а рівень узгодженості думок експертів є досить високим, одержані результати можна вважати достатньо обґрунтованими.

Встановлено найбільшу ймовірність (0,4375) песимістичного сценарію, відповідно до якого прогнозується зменшення потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти у 2018–2020 рр. При цьому очікується, що зросте потенційна чисельність абітурієнтів, які планують навчатися в іноземних ЗВО; тих, які оберуть альтернативні варіанти здобуття освіти (неформальну, інформальну освіту, ЗВО I–III рівнів акредитації тощо). Тому за умов зниження чисельності випускників шкіл у 2018 р., дуже повільних темпів її зростання у 2019–2020 рр., річна потенційна місткість ринку з більш високою ймовірністю буде знижуватися.

**Висновок.** Процеси маркетингової, наслідки реформування та тривалі демографічна, соціально-економічна кризи ускладнюють умови функціонування ЗВО в Україні, значна кількість яких вже опинилися на межі виживання. У зв'язку із передбачуваним падінням потенційної місткості ринку продуктів вищої освіти 2018–2020 рр. очікується погіршення ситуації на ринку та загострення проблем ЗВО щодо формування контингенту студентів. За цих умов ЗВО необхідно спрямувати маркетингові зусилля на приваблення абітурієнтів, більш активне просування освітніх продуктів, що потребує належної організації та планування маркетингової діяльності; відповідного фінансового, кадрового, матеріально-технічного її забезпечення.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Брітченко І. Г., Ольшанцева Т. О. Прогнозування тенденцій розвитку ринку освітніх послуг України. URL: [https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/9598/1/znptdau\\_2013\\_3\\_32.pdf](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/9598/1/znptdau_2013_3_32.pdf)
2. Випускники українських ВНЗ очима роботодавців (Звіт СКМ). URL: [https://www.yourcompass.org/docs/Employees%20on%20University\\_Graduates.pdf](https://www.yourcompass.org/docs/Employees%20on%20University_Graduates.pdf)
3. Вищі навчальні заклади (на початок навчального року (1995/96–2016/17)). URL: [http://www.zp.ukrstat.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6001&Itemid=100065](http://www.zp.ukrstat.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=6001&Itemid=100065)
4. Гринькевич О. Прогнозування попиту на ринку освітніх послуг в Україні (на прикладі обсягів вступу у ВНЗ України). *Економічний часопис Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2016. № 2. С. 83–89.
5. Гудзь П. В., Візіренко С. В. Прогнозування тенденцій розвитку ринку освітніх послуг у Запорізькій області. *Економіка та право*. 2009. № 1. С. 9–16.
6. Кочарян І. С. Макроекономічне планування в управлінні системою вищої освіти України : дис. ... д-ра екон. наук : 08.00.03. Полтава, 2016. 460 с.
7. Кратт О. А. Методологічні основи формування кон'юнктури ринку послуг вищої освіти : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.09.01. Донецьк, 2004. – 35 с.
8. Молодь України – 2015 / Дослідження ГФК ЮКРЕЙН. Київ, 2015. 88 с.
9. Молодь України – 2017 // Міністерство молоді та спорту України. URL: [http://www.dsmsu.gov.ua/media/2017/11/16/7/Socdoslidjennya\\_2017.pdf](http://www.dsmsu.gov.ua/media/2017/11/16/7/Socdoslidjennya_2017.pdf)
10. Населення. URL: [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ds/nas\\_rik/nas\\_u/nas\\_rik\\_u.html](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html)
11. Огаренко В. М. Державне регулювання діяльності вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг : монографія. Київ : Вид-во НАДУ, 2005. 328 с.
12. Освіта протягом життя: світовий досвід і українська практика. Аналітична записка. URL: <http://www.niss.gov.ua/articles/252/>
13. Патора Р. Ринок освіти в системі кадрового забезпечення стратегічного розвитку країни : автореф. дис. ... д-ра екон. наук : 08.09.01. Львів, 2002. 42 с.
14. Ромащенко К. М. Ринок освітніх послуг та його розвиток у трансформаційній економіці : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.01. Київ, 2012. 26 с.
15. Цінності української молоді. Всеукраїнське соціологічне дослідження. URL: [http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/24/Infografika\\_Doslidjennya.pdf](http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/24/Infografika_Doslidjennya.pdf)

## REFERENCES

- Britchenko, I. H., and Olshantseva, T. O. "Prohnozuvannia tendentsii rozvytku rynku osvitnikh posluh Ukrainy" [Forecasting trends in the development of the Ukrainian educational services market]. [https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/9598/1/znptdau\\_2013\\_3\\_32.pdf](https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/9598/1/znptdau_2013_3_32.pdf)
- Gudz, P. V., and Vizirenko, S. V. "Prohnozuvannia tendentsii rozvytku rynku osvitnikh posluh u Zaporizkii oblasti" [Forecasting trends in the development of the educational services market in Zaporizhzhia oblast]. *Ekonomika ta pravo*, no. 1 (2009): 9-16.
- Hrynkevych, O. "Prohnozuvannia popytu na rynku osvitnikh posluh v Ukraini (na prykladi obsiahiv vstupu u VNZ Ukrainy)" [Prediction of demand in the market of educational services in Ukraine (for example, volumes of admission to higher educational institutions of Ukraine)]. *Ekonomichnyi chasopys Skhidnoievropeiskoho natsionalnoho universytetu imeni Lesi Ukrainky*, no. 2 (2016): 83-89.
- Kocharian, I. S. "Makroekonomichne planuvannia v upravlinni systemoiu vyshchoi osvity Ukrainy" [Macroeconomic planning in the management of the higher education system of Ukraine]: *dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.00.03*, 2016.
- Kratt, O. A. "Metodolohichni osnovy formuvannia koniunktury rynku posluh vyshchoi osvity" [Methodological foundations of formation of market conditions for higher education services]: *avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk : 08.09.01*, 2004.
- "Molod Ukrainy - 2015" [Youth of Ukraine - 2015]. *Doslidzhennia HFK YuKREIN*. Kyiv, 2015.
- "Molod Ukrainy - 2017" [Youth of Ukraine - 2017]. *Ministerstvo molodi ta sportu Ukrainy*. [http://www.dsmsu.gov.ua/media/2017/11/16/7/Socdoslidjennya\\_2017.pdf](http://www.dsmsu.gov.ua/media/2017/11/16/7/Socdoslidjennya_2017.pdf)
- "Naselennia" [People]. [http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ds/nas\\_rik/nas\\_u/nas\\_rik\\_u.html](http://ukrstat.org/uk/operativ/operativ2007/ds/nas_rik/nas_u/nas_rik_u.html)
- Oharenko, V. M. *Derzhavne rehulivannia diialnosti vyshchykh navchalnykh zakladiv na rynku osvitnikh posluh* [State regulation of activity of higher educational institutions in the market of educational services]. Kyiv: Vyd-vo NADU, 2005.
- "Osvita protiahom zhyttia: svitovyi dosvid i ukrainska praktyka. Analychna zapyska" [Life-long education: world experience and Ukrainian practice. Analytical note]. <http://www.niss.gov.ua/articles/252/>

Patora, R. "Rynek osvity v systemi kadrovoho zabezpechenia stratehichnoho rozvytku krainy" [The education market in the system of personnel supply of strategic development of the country]: *avtoref. dys. ... d-ra ekon. nauk* : 08.09.01, 2002.

Romashchenko, K. M. "Rynek osvitnikh posluh ta yoho rozvytok u transformatsiinii ekonomitsi" [The market for educational services and their development in the transformational economy]. *avtoref. dys. ... kand. ekon. nauk* : 08.00.01, 2012.

"Tsinnosti ukrainskoi molodi. Vseukrainske sotsiologichne doslidzhennia" [Values of Ukrainian youth. All-Ukrainian sociologi-

cal study]. [http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/24/Infografika\\_Doslidjennya.pdf](http://dsmsu.gov.ua/media/2016/11/03/24/Infografika_Doslidjennya.pdf)

"Vyshchi navchalni zaklady (na pochatok navchalnoho roku (1995/96-2016/17))" [Higher educational establishments (at the beginning of the school year (1995 / 96-2016 / 17))]. [http://www.zp.ukrstat.gov.ua/index.php?option=com\\_content&view=article&id=6001&Itemid=100065](http://www.zp.ukrstat.gov.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=6001&Itemid=100065)

"Vypuskniky ukrainskykh VNZ ochyma robotodavtsiv (Zvit SKM)" [Graduates of Ukrainian HEIs in the eyes of employers (SCM Report)]. [https://www.yourcompass.org/docs/Employees%20on%20University\\_Graduates.pdf](https://www.yourcompass.org/docs/Employees%20on%20University_Graduates.pdf)

