

МЕТОДИЧНИЙ ПІДХІД ДО ОЦІНКИ ЗАТРЕБУВАНОСТІ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

©2021 КРИВИЦЬКА О. Р., КОВАЛЕНКО Л. Б., КОВАЛЬЧУК В. М.

УДК 334.021
JEL Classification: I23; I25

Кривицька О. Р., Коваленко Л. Б., Ковальчук В. М.

Методичний підхід до оцінки затребуваності вищої освіти в Україні

Статтю присвячено розробці теоретико-методичного підходу до оцінки затребуваності вищої освіти в Україні. Проаналізовано освітньо-кваліфікаційні рівні, які характеризуються специфічним колом користувачів інформації. Відповідно для кожного користувача є закономірним формування певного інформаційного середовища, яке може бути корисним і цікавим для одного рівня, проте взагалі не затребуваним для іншого. Тому, розробляючи комунікаційну стратегію суб'єктами освітнього середовища, потрібно чітко усвідомлювати, для якого рівня вони будуть її формувати. А тому актуальним постає питання встановлення класифікації суб'єктів освітнього середовища, які забезпечуватимуть підготовку здобувачів на різному рівні. Зазначено, що поняття затребуваності вищої освіти у суспільстві необхідно виокремлювати від затребуваності вищої освіти у здобувачів. Обрання здобувачами «модних» спеціальностей без урахування потреб ринку праці призводить до збільшення диспропорцій навантаження на одну вакансію за окремими професійними групами. Для того щоб надати кількісну оцінку затребуваності вищої освіти, запропоновано використовувати коефіцієнт затребуваності вищої освіти в суспільстві (КЗВО). Необхідність урахування множини чинників на затребуваність вищої освіти у суспільстві обумовила вибір інтегрального методу, який зазвичай застосовують для виміру впливу показників у мультиплікативних, індексних, адитивно-індексних моделях. Запропоновані коефіцієнти, на нашу думку, стануть важливими для закладів вищої освіти (ЗВО) в частині формування комунікаційної стратегії на коротко- та довгострокову перспективу. Важливість таких коефіцієнтів можна пояснити тим, що закономірності та тенденції, виявлені під час дослідження їх динаміки, можуть слугувати інформаційним полем для служби менеджменту ЗВО під час прийняття рішень щодо окреслення ключових аспектів під час розробки нової або вдосконалення діючої комунікаційної стратегії. Принциповими відмінностями запропонованих коефіцієнтів є урахування не лише динаміки зміни ринку праці та можливості працевлаштування, а й економічна обґрунтованість витрат на навчання із розрахунком перспектив окупності отриманої вищої освіти.

Ключові слова: вища освіта, затребуваність, методичний підхід, оцінка, стратегія, заклад вищої освіти.

DOI: <https://doi.org/10.32983/2222-0712-2021-4-42-49>

Рис.: 3. **Табл.:** 3. **Формул.:** 5. **Бібл.:** 11.

Кривицька Ольга Романівна – доктор економічних наук, професор, професор кафедри фінансів, обліку і аудиту, Національний університет «Острозька академія» (вул. Семінарська, 2, Острог, 35800, Україна)

E-mail: olha.kryvytska@oa.edu.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0844-3362>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1944439/olha-kryvytska/>

Коваленко Людмила Борисівна – кандидат фізико-математичних наук, доцент, завідувач кафедри вищої математики, Харківський національний університет міського господарства ім. О. М. Бекетова (вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002, Україна)

E-mail: lbkovalenkovm@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5959-9762>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1954646/lyudmila-kovalenko/>

Ковальчук Віталій Миколайович – аспірант кафедри економічної теорії, менеджменту і маркетингу, Національний університет «Острозька академія» (вул. Семінарська, 2, Острог, 35800, Україна)

E-mail: vitalii.kovalchuk@oa.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6041-6217>

UDC 334.021
JEL Classification: I23; I25

Kryvytska O. R., Kovalenko L. B., Kovalchuk V. M. Methodical Approach to Assessing the Demand for Higher Education in Ukraine

The article is aimed at developing a theoretical and methodical approach to assessing the demand for higher education in Ukraine. Educational qualification levels, characterized by a specific range of information users, are analyzed. Accordingly, it is natural for every user to form a certain information environment, which can be useful and interesting for one level, but not in demand for another. Therefore, when learning environment coordinators develop a communication strategy, it is necessary to clearly understand, which level it is designed for. Thus, the issue of establishing a classification of learning environment coordinators, who will provide training for education seekers at different levels, is relevant. It is noted that the concept of demand for higher education should be differentiated between the demand in society and the demand among education seekers. The choice of "fashionable" specialties without taking into account the needs of the labor market leads to increase in the disparity of the workload per vacancy for certain professional groups. In order to quantify the demand for higher education, it is proposed

to use the coefficient of demand for higher education in society (CDHES). Necessity to take into account many factors influencing the demand for higher education in society has led us to choosing an integrated method, which is normally used to measure the impact of factors in multiplicative, index, additive index models. The coefficients suggested, in our opinion, will be important for higher education institutions (HEIs) wishing to develop a communication strategy for both the short and long term. The importance of such coefficients can be explained by the fact that the patterns and trends identified during the study of their dynamics can serve as an information field for the HEI management service when outlining key aspects in developing a new communication strategy or improving the existing one. The fundamental difference between the proposed coefficients and the already existing ones lies in the fact that the former take into account not only the dynamics of the labor market and employment opportunities, but also the economic feasibility of education costs, and calculation of the payback prospects of receiving higher education.

Keywords: higher education, demand, methodical approach, assessment, strategy, higher education institution.

Fig.: 3. **Tabl.:** 3. **Formulae:** 5. **Bibl.:** 11.

Kryvytska Olha R. – Doctor of Sciences (Economics), Professor, Professor of the Department of Finance, Accounting and Audit, The National University of Ostroh Academy (2 Seminaraska Str., Ostroh, 35800, Ukraine)

E-mail: olha.kryvytska@oa.edu.ua

ORCID: <http://orcid.org/0000-0002-0844-3362>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1944439/olha-kryvytska/>

Kovalenko Lyudmila B. – Candidate of Sciences (Physics and Mathematics), Associate Professor, Head of the Department of Higher Mathematics, O. M. Beketov National University of Urban Economy in Kharkiv (17 Marshala Bazhanova Str., Kharkiv, 61002, Ukraine)

E-mail: lbkovalenkovm@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5959-9762>

Researcher ID: <https://publons.com/researcher/1954646/lyudmila-kovalenko/>

Kovalchuk Vitalii M. – Postgraduate Student of the Department of Economic Theory, Management and Marketing, The National University of Ostroh Academy (2 Seminaraska Str., Ostroh, 35800, Ukraine)

E-mail: vitalii.kovalchuk@oa.edu.ua

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6041-6217>

Вступ. Протягом останніх століть спостерігалось значне зростання науково-технічного прогресу, індустріалізація економіки, підняття на новий рівень культурного розвитку населення, розвиток промисловості та торгівлі. Все це досягнуто значною мірою за рахунок того, що з кожним десятиліттям зростає рівень освіченості населення, підвищувалася кваліфікація працівників і фахівців. Неабияке значення для цього мав і той факт, що суспільство все більше розуміло необхідність створення та розвитку освітніх закладів різних рівнів і спеціалізації. Усвідомлення того, що «освічена нація» – це запорука соціально-економічного розвитку країни, пронизало усі верстви та прошарки населення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання затребуваності вищої освіти в Україні розглядалися багатьма вченими, представниками різних наукових шкіл. Серед них необхідно виділити таких авторів: І. Грищенко [1], Н. Захарченко [2], Г. Почепцов [3], В. Трайнев [4], А. Чічановський [5].

Але ряд питань щодо оцінювання затребуваності вищої освіти в Україні залишаються не вирішеними та потребують детального опрацювання.

Метою дослідження є розробка теоретико-методичного підходу до оцінки затребуваності вищої освіти в Україні.

Виклад основних матеріалів дослідження. Ще у 1802 р. в Україні зафункціонував Міністерство народної освіти, яке у 1803 р. прийняло «Попередні правила народної освіти», а у 1804 р. затвердило статут навчальних закладів. Так, в Україні розпочали свою діяльність чотири типи

шкіл: парафіяльні, повітові, губернські (гімназії), університети [6].

Відповідно до резолюції 36-ї Генеральної конференції країн – членів ЮНЕСКО у 2011 р. затверджено оновлену версію Міжнародної стандартної класифікації освіти (МСКО) [7]. МСКО як частина міжнародної системи економічних і соціальних класифікацій ООН є еталонною класифікацією, що слугує організації та упорядкуванню освітніх програм і відповідних кваліфікацій за рівнями та галузями освіти і є результатом погодження та затвердження від імені 195 країн – членів ЮНЕСКО [8]. Вона розроблена ЮНЕСКО як всеохоплюючий статистичний опис національних систем освіти та методології для оцінки національних систем освіти порівняно з зіставними міжнародними рівнями. Основною одиницею класифікації МСКО є освітня програма. Крім того, МСКО класифікує програми за галузями знань, орієнтацією та призначенням програми [9].

У зв'язку з цим освітнє середовище України на початок 2020–2021 навчального року представлено дев'ятьма рівнями (табл. 1).

Кожен із зазначених освітньо-кваліфікаційних рівнів характеризується специфічним колом користувачів інформації. Відповідно, для кожного користувача є закономірним формування певного інформаційного середовища, яке може бути корисним і цікавим для одного рівня, проте взагалі не затребуваним для іншого. Тому, розробляючи комунікаційну стратегію суб'єктами освітнього середовища, потрібно чітко усвідомлювати, для якого рівня вони будуть її формувати. А тому актуальним постає питання встанов-

Таблиця 1

Таблиця зіставлення освітніх рівнів за Міжнародною стандартною класифікацією освіти МСКО 2011 з національними освітніми програми [10]

Назва освітнього рівня за МСКО	Код освітнього рівня за МСКО	Тривалість навчання	Назва національних освітніх ступенів, освітньо-кваліфікаційних рівнів
Дошкільна освіта	0	4 роки	Вихованці закладів дошкільної освіти
Початкова освіта	1	4 роки	Учні 1–4 класів денних закладів загальної середньої освіти, які здобувають початкову освіту
Перший етап середньої освіти	2	5 років	Учні 5–9 класів денних і вечірніх закладів загальної середньої освіти, які здобувають базову середню освіту
Другий етап середньої освіти	3	2 (3) роки	Учні 10–11 (12) класів денних і 10–16 класів вечірніх закладів загальної середньої освіти, учні (слухачі) закладів професійної (професійно-технічної) освіти, які здобувають повну загальну середню освіту
Післясередня не вища освіта	4	2 роки	Учні (слухачі) закладів пофесійної (професійно-технічної) освіти, які здобувають пофесійну (професійно-технічну) освіту
Короткий цикл вищої освіти	5	2 роки	Студенти закладів вищої освіти, які здобувають ступінь вищої освіти «Молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційний рівень «Молодший спеціаліст»
Бакалаврат або його еквівалент	6	4 роки	Студенти закладів вищої освіти, які здобувають ступінь вищої освіти «Бакалавр»
Магістратура або її еквівалент	7	2 роки	Студенти закладів вищої освіти, які здобувають ступінь вищої освіти «Магістр» або освітньо-кваліфікаційний рівень «Спеціаліст»
Докторантура або її еквівалент	8	4 роки	Здобувачі наукового ступеня вищої освіти «Доктор філософії» та «Доктор наук»

лення класифікації суб'єктів освітнього середовища, які забезпечуватимуть підготовку здобувачів на різному рівні.

Варто зазначити, що підготовку здобувачів кожного рівня за Міжнародною стандартною класифікацією освіти 2011 (МСКО) забезпечують відповідні заклади освіти, які в Україні представлені чотирма видами (табл. 2).

Як видно з табл. 2, заклади вищої освіти є не просто важливим суб'єктом ринку освітніх послуг, а й забезпечують підготовку фахівців на чотирьох рівнях відповідно до МСКО. Це є свідченням того, що їх контрагентами є особи різного віку, різного соціального статусу, з різними цілями та вподобанням. А тому це ставить перед ЗВО нові виклики у формуванні стратегії управління комунікаціями, адже саме комунікація є тим важливим інструментом, який забезпечує формування у потенційних клієнтів (здобувачів освіти) певного інформаційного середовища про той чи інший ЗВО.

Формуючи власне інформаційне середовище, потенційний здобувач освіти на сьогодні має змогу отримати різносторонню інформацію з різних джерел. Це пояснюється тим, що і здобувачі, і ЗВО перебувають у соціумі, яке живе в епоху тотального панування соціальних мереж, а також наявності різнопланових веб-ресурсів для розміщення та поширення інформації. Також потрібно усвідомлювати те, що в Україні кількість ЗВО досить велика (рис. 1), що створює неабияку конкуренцію на ринку.

Так, за даними рис. 1 можна зазначити, що серед закладів вищої освіти існує досить жорстка конкуренція,

яку можна умовно вивести у дві площини. Перша площина – це інші заклади вищої освіти, яких в Україні станом на 2019–2020 навчальний рік нараховувалося 619 установ. Це, звичайно, на 45 ЗВО менше, ніж у 2014–2015 навчальному році, проте все одно їх кількість є достатньою, щоб створювати жорстке конкурентне середовище за кожного абітурієнта, в першу чергу випускника закладів повної загальної середньої освіти.

Крім цього, важливим елементом формування комунікаційної стратегії є і той факт, що існує інша площина конкурентної боротьби – це наявність закладів професійної (професійно-технічної) освіти, здобувачами освіти яких є також випускники закладів повної загальної середньої освіти.

Для того щоб з'ясувати, які пріоритети ставити у формуванні комунікаційної стратегії, варто здійснити дослідження того, наскільки в суспільстві поширена думка про необхідність і важливість наявності того чи іншого рівня вищої освіти, і як вона змінюється протягом останніх років.

Насамперед слід приділити увагу аналізу динаміки здобувачів освіти різних рівнів, в тому числі і здобувачів вищої освіти (рис. 2).

Як видно з даних рис. 2, протягом останніх шести навчальних років спостерігається постійне зменшення чисельності здобувачів вищої освіти. Якщо у 2014–2015 навчальному році бажаючих здобувати вищу освіту було 1 689 226 осіб, то у 2019–2020 навчальному році їх чисель-

Відповідність закладу освіти освітньому рівню за МСКО

Назва освітнього рівня за МСКО	Назва національних освітніх ступенів, освітньо-кваліфікаційних рівнів	Заклади освіти
Дошкільна освіта	Вихованці закладів дошкільної освіти	Заклади дошкільної освіти
Початкова освіта	Учні 1–4 класів денних закладів загальної середньої освіти, які здобувають початкову освіту	Заклади повної загальної середньої освіти
Перший етап середньої освіти	Учні 5–9 класів денних і вечірніх закладів загальної середньої освіти, які здобувають базову середню освіту	
Другий етап середньої освіти	Учні 10–11 (12) класів денних і 10–16 класів вечірніх закладів загальної середньої освіти, учні (слухачі) закладів професійної (професійно-технічної) освіти, які здобувають повну загальну середню освіту	
Післясередня не вища освіта	Учні (слухачі) закладів професійної (професійно-технічної) освіти, які здобувають професійну (професійно-технічну) освіту	Заклади професійної (професійно-технічної) освіти
Короткий цикл вищої освіти	Студенти закладів вищої освіти, які здобувають ступінь вищої освіти «Молодший бакалавр» або освітньо-кваліфікаційний рівень «Молодший спеціаліст»	Заклади вищої освіти
Бакалаврат або його еквівалент	Студенти закладів вищої освіти, які здобувають ступінь вищої освіти «Бакалавр»	
Магістратура або її еквівалент	Студенти закладів вищої освіти, які здобувають ступінь вищої освіти «Магістр» або освітньо-кваліфікаційний рівень «Спеціаліст»	
Докторантура або її еквівалент	Здобувачі наукового ступеня вищої освіти «Доктор філософії» та «Доктор наук»	

Джерело: узагальнено авторами

ність становила 1 439 706 осіб. У відсотковому відношенні зменшення чисельності становить на 14,8 % (табл. 3).

Отримані розрахунки відображають негативну тенденцію у динаміці кількості здобувачів саме вищої освіти. Можемо спостерігати протягом останніх шести навчальних років постійне зменшення їх чисельності. На перший погляд така тенденція могла б бути закономірним явищем, зважаючи на той аспект, що можливим могло б бути скорочення чисельності здобувачів повної загальної середньої освіти як основних абітурієнтів закладів вищої освіти.

Проте, за даними таблиці 3, зазначаємо, що протягом аналогічного періоду кількість здобувачів закладів загальної середньої освіти зростала з року в рік. У зв'язку із цим можна висловити припущення, що все менша чисельність випускників саме таких закладів освіти мають бажання здобувати вищу освіту. Тобто в суспільстві щороку зменшується попит на вищу освіту, і вона втрачає свою актуальність.

На якісні показники здобувачів вищої освіти має вплив демографічна ситуація та платоспроможність населення країни, адже частка здобувачів вищої освіти в Україні, що навчається за спецфондом (в тому числі за кошти фізичних осіб), зростає щороку.

Розрахунок частки населення України, що здобувало вищу освіту в період 2014 / 2015 н. р. – 2019 / 2020 н. р., було проведено для ЗВО різних рівнів акредитації (коледжі, технікуми училища та університети, академії, інститути) за схемою:

$$p_i = \frac{N_{st,i}}{P_{op,i}}, \quad (1)$$

де p_i – частка населення України, що здобуває освіту у ЗВО;

$N_{st,i}$ – кількість студентів ЗВО,

$P_{op,i}$ – населення України в i -му періоді спостереження:

$$\bar{p} = \frac{1}{k} \sum_{i=1}^k p_i, \quad (2)$$

де \bar{p} – середнє значення частки населення України, що здобуває освіту у ЗВО за k періодів спостереження:

$$p_{rd} = \frac{\max |p_i - \bar{p}|}{\bar{p}} \cdot 100\%, \quad (3)$$

де p_{rd} – максимальне значення відносного відхилення частки населення України, що здобуває освіту у ЗВО за всі періоди спостереження.

Проведений числовий експеримент дозволяє стверджувати, що загальна частка населення України, яке здобувало вищу освіту, не набула суттєвих змін (рис. 3), проте частка осіб, що бажає здобувати освіту у коледжах, технікумах, училищах, зменшилася на 18 % порівняно із середніми показниками, а частка осіб, що бажає здобувати освіту в університетах, академіях, інститутах, – на 4,5 %.

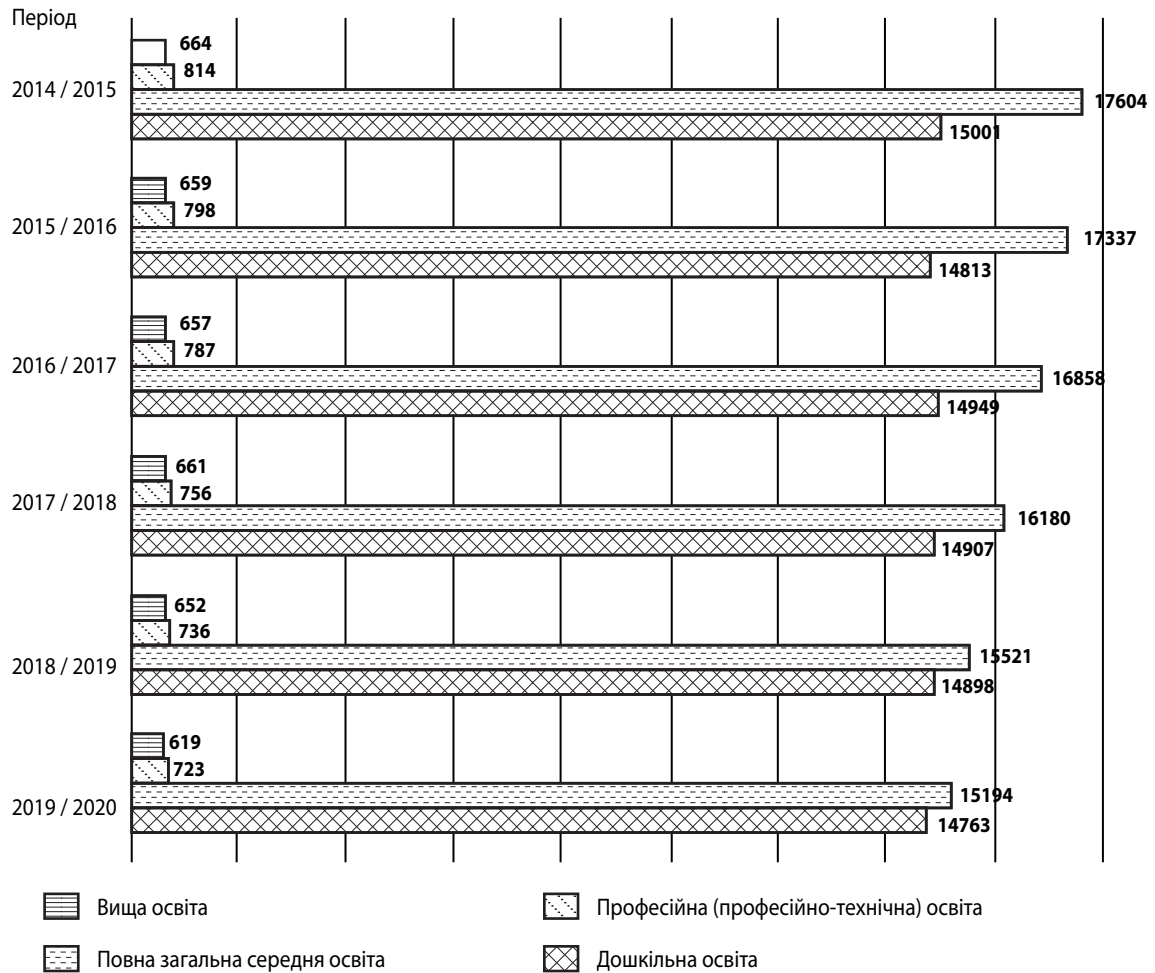


Рис. 1. Динаміка кількості закладів освіти в Україні впродовж 2014/2015 – 2019/2020 навчальних років

Джерело: побудовано авторами за [11]

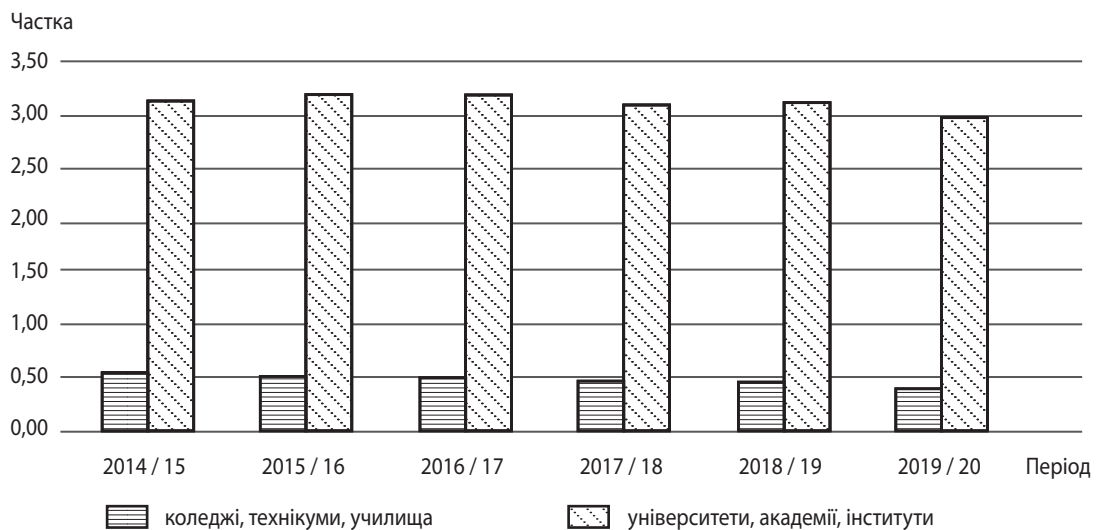


Рис. 3. Частка населення України, яке здобувало освіту у ЗВО України в період 2014/2015 н. р. – 2019/2020 н. р.

Джерело: побудовано авторами

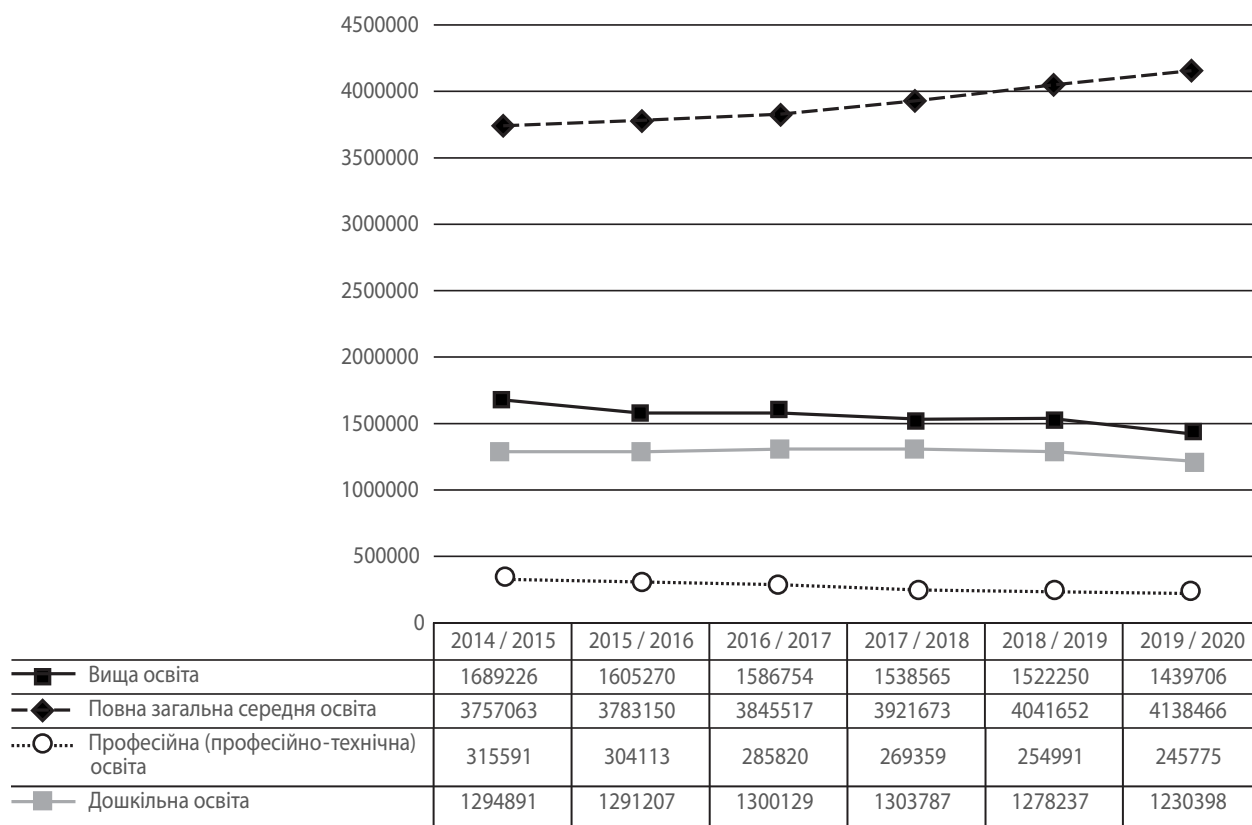


Рис. 2. Чисельність здобувачів освіти в Україні впродовж 2014/2015–2019/2020 навчальних років, осіб

Джерело: побудовано авторами за даними [11]

Таблиця 3

Динаміка здобувачів освіти в Україні впродовж 2014/2015–2019/2020 навчальних років

Освіта	Темп приросту, %					Темп приросту, % 2019 / 2020– 2014 / 2015
	2015 / 2016– 2014 / 2015	2016 / 2017– 2015 / 2016	2017/2018– 2016 / 2017	2018/2019– 2017 / 2018	2019/2020– 2018 / 2019	
Вища	-5,0	-1,2	-3,0	-1,1	-5,4	-14,8
Повна загальна середня	+0,7	+1,7	+2,0	+3,1	+2,4	+10,2
Професійна (професійно-технічна)	-3,6	-6,0	-5,6	-5,3	-3,6	-22,1
Дошкільна	-0,3	+0,7	+0,3	-2,0	-3,7	-5,0

Джерело: розраховано авторами за даними рис. 2

Зменшення попиту на вищу освіту обумовлено також збільшенням індексу споживчих цін на освітні послуги в середньому на 13 % щорічно. Сукупні видатки по загальному фонду бюджету (держзамовлення) та видатки за спецфондом (контракт) не набувають суттєвих змін. Наприклад, у 2019 р. вони склали 31,8 млрд грн, а в 2020 р. – 31,7 млрд грн. Проте принципово змінилася структура видатків – 57,9 % за держзамовленням та 42,1 % за контрактом у 2019 р. та 60,9 % та 39,1 % – у 2020 р. Зростання середніх видатків на навчання 1 студента за держзамовленням на

10–20 % щорічно супроводжується зменшенням середніх видатків на навчання 1 студента за контрактом на 5–10 %, що призводить до критичної розбіжності між фактичними витратами на навчання 1 студента та видатками, які заявляють ЗВО для збереження контингенту студентів. Так, станом на 2020 р. середні видатки на навчання 1 студента за держзамовленням становили 63 тис. грн, а середні видатки на навчання 1 студента за контрактом – 38 тис. грн, що становить лише 60,3 % вартості навчання. При цьому видатки на навчання 1 студента за контрактом залежать від

множини факторів: затребуваності спеціальності, регіону розташування ЗВО, рейтингу ЗВО.

Поняття затребуваності вищої освіти у суспільстві необхідно виокремлювати від затребуваності вищої освіти у здобувачів. Обрання здобувачами «модних» спеціальностей без урахування потреб ринку праці призводить до збільшення диспропорцій навантаження на одну вакансію за окремими професійними групами. Затребуваність вищої освіти у суспільстві визначається затребуваністю фахівців з боку стейкхолдерів, серед яких виступають і державні установи.

Так, на підставі аналітичної записки «Глобальні тенденції і проблеми розвитку освіти: наслідки для України» Національного інституту стратегічних досліджень можна спостерігати затребуваність фахівців з вищою освітою з боку держави «за спеціальностями і в обсягах, реально затребуваних державним сектором економіки та системами забезпечення критично важливих суспільних благ (оборона, освіта, медицина тощо), а також за тими спеціальностями і в обсягах, стосовно яких існують достовірні (підтвержені роботодавцями й експертною спільнотою) прогнози щодо їх затребуваності приватним сектором економіки».

Для того щоб надати кількісну оцінку затребуваності вищої освіти, запропоновано використовувати коефіцієнт затребуваності вищої освіти в суспільстві (КЗВО). Необхідність урахування множини чинників на затребуваність вищої освіти у суспільстві обумовила вибір інтегрального методу, який зазвичай застосовують для виміру впливу показників у мультиплікативних, індексних, адитивно-індексних моделях:

$$K_{ЗВО} = \frac{N_{ЗВО}}{N_{вип.ЗСО}} + \frac{N_{вип.ЗВО}}{N_{працевл.}}, \quad (4)$$

де $N_{ЗВО}$ – чисельність здобувачів закладів вищої освіти;

$N_{вип.ЗСО}$ – чисельність випускників закладів загальної середньої освіти;

$N_{працевл.}$ – чисельність працевлаштованих за отриманою спеціальністю протягом року випускників закладів вищої освіти.

Збільшення значення КЗВО свідчить про зростання затребуваності вищої освіти у суспільстві. Проте на затребуваність вищої освіти серед потенційних здобувачів впливає множина економічних факторів, яка обумовлює окупність здобутої освіти. Авторами запропоновано введення коефіцієнта окупності вищої освіти (КОВО), вираженого у роках, протягом яких за рахунок збереження вільних грошових потоків повністю окупаються витрати на навчання:

$$K_{ОВО} = \frac{S_{навч}}{k_{вільн.} \cdot k_{деп.} \cdot k_{пр.з.пл.} \cdot S_{з.пл.} \cdot N_{р.р.}}, \quad (5)$$

де $N_{р.р.}$ – середнє значення кількості років окупності навчання,

$S_{навч}$ – вартість навчання у закладах вищої освіти;

$k_{вільн.}$ – вільний грошовий потік (у відсотках від заробітної плати),

$k_{деп.}$ – відсоткова ставка за депозитами,

$k_{пр.з.пл.}$ – темп щорічного приросту заробітної плати,

$S_{з.пл.}$ – сумарний дохід від заробітної плати за рік.

Зменшення КОВО за рахунок можливості отримання більшої заробітної плати та перспектив її зростання, а отже, виокремлення більшої частки вільного грошового потоку, безумовно, впливає на зростання затребуваності у здобутті вищої освіти.

Висновки. Запропоновані коефіцієнти, на нашу думку, стануть важливими для закладів вищої освіти в частині формування комунікаційної стратегії на коротко- та довгострокову перспективу. Важливість таких коефіцієнтів можна пояснити тим, що закономірності та тенденції, виявлені під час дослідження їх динаміки, можуть слугувати інформаційним полем для служби менеджменту ЗВО під час прийняття рішень щодо окреслення ключових аспектів під час розробки нової або вдосконалення діючої комунікаційної стратегії.

Принциповими відмінностями запропонованих коефіцієнтів є урахування не лише динаміки зміни ринку праці та можливості працевлаштування, а й економічна обґрунтованість витрат на навчання із розрахунком перспектив окупності здобутої вищої освіти.

ЛІТЕРАТУРА

1. Грищенко І. М., Крахмальова Н. А. Інструменти та форми маркетингової комунікації на ринку освітніх послуг. *Вісник КНУТД*. Тем. вип. 2012. № 4. URL: https://www.knutd.edu.ua/publications/pdf/Visnyk/2012-4/Grischenko_Krakhmaleva_3.pdf
2. Захарченко Н. В. Комунікаційне забезпечення маркетингу інноваційної діяльності. URL: <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7747/1/30-31.pdf>
3. Почепцов Г. Г. Теория коммуникации. Москва : Рефл-бук ; Киев : Ваклер, 2006. 656 с.
4. Трайнев В. А., Трайнев И. Информационные коммуникационные педагогические технологии (обобщения и рекомендации) : учеб. пособие. Москва : Дашков и Ко, 2008. 280 с.
5. Чічановський А. А., Старіш О. Г. Інформаційні процеси в структурі світових комунікаційних систем : підручник. Київ : Грамота, 2010. 568 с.
6. Українська культура першої половини XIX століття. URL: <http://studies.in.ua/shpora-hukr/318-61-rozvitok-osviti-v-ukrayin-hh-st.html>
7. Международная стандартная классификация образования – МСКО 2011. URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/iscsed-2011-ru.pdf>
8. Національна стандартна класифікація освіти (Проект). URL: <https://naps.gov.ua/uploads/files/sod/NSKO.pdf>
9. Міжнародна стандартна класифікація освіти. URL: <http://sur.li/bbzn>
10. Вища та фахова передвища освіта в Україні у 2020 році. Статистична інформація // Державна служба статистики України. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vysh_osvita/arch_vysh_osvita.htm
11. Освіта в Україні: виклики та перспективи. *Інформаційно-аналітичний збірник*. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/serpneva-konferencia/2020/metod-zbirka-osvita-ta-covid-2020.pdf>

REFERENCES

- Chichanovskiy, A. A., and Starish, O. H. *Informatsiini protsesy v strukturі svitovykh komunikatsiinykh system* [Information Processes in the Structure of World Communication Systems]. Kyiv: Hramota, 2010.
- Hryshchenko, I. M., and Krakhmalyova, N. A. "Instrumenty ta formy marketynhovoї komunikatsii na rynku osvitnikh posluh" [Tools and Forms of Marketing Communication in the Market of Educational Services]. *Visnyk KNUTD. Thematic issue*. 2012. https://www.knutd.edu.ua/publications/pdf/Visnyk/2012-4/Grischenko_Krakhmaleva_3.pdf
- "Mezhdunarodnaya standartnaya klassifikatsiya obrazovaniya - MSKO 2011" [International Standard Classification of Education - ISCED 2011]. <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/isced-2011-ru.pdf>
- "Mizhnarodna standartna klasyfikatsiia osvity" [International Standard Classification of Education]. <http://surl.li/bbzn>
- "Natsionalna standartna klasyfikatsiia osvity (Proiekt)" [ENGLISH-UA Національна стандартна класифікація освіти (Проект)]. <https://naps.gov.ua/uploads/files/sod/NSKO.pdf>
- "Osvita v Ukraini: vyklyky ta perspektyvy. Informatsiino-analitychnyi zbirnyk" [Education in Ukraine: Challenges and Prospects. Information and Analytical Collection]. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/zagalna%20serednya/serpneva-konferencia/2020/metod-zbirka-osvita-ta-covid-2020.pdf>
- Pochepstov, G. G. *Teoriya komunikatsii* [Communication Theory]. Moscow: Refl-buk ; Kyiv : Vakler, 2006.
- Traynev, V. A., and Traynev, I. *Informatsionnyye kommunikatsionnyye pedagogicheskiye tekhnologii (obobshcheniya i rekomendatsii)* [Information Communication Pedagogical Technologies (Generalizations and Recommendations)]. Moscow: Dashkov i Ko, 2008.
- "Ukrainska kultura pershoi polovyny XX stolittia" [Ukrainian Culture of the First Half of the XIX Century]. <http://studies.in.ua/shpora-hukr/318-61-rozvitok-osviti-v-ukrayin-hh-st.html>
- "Vyshcha ta fakhova peredvyshcha osvita v Ukraini u 2020 rotsi. Statystychna informatsiia" [Higher and Professional Higher Education in Ukraine in 2020. Statistical Information]. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrainy. http://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2005/osv_rik/osv_u/vysh_osvita/arch_vysh_osvita.htm
- Zakharchenko, N. V. "Komunikatsiine zabezpechennia marketynhu innovatsiinoi diialnosti" [Communication Support of Marketing of Innovative Activity]. <http://dspace.onu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/7747/1/30-31.pdf>

Стаття надійшла до редакції 05.11.2021 р.