УДК 338.242: 332.1
DOI: 10.31891/2307-5740-2018-264-6(3)-44-54

ЛОМОНОСОВА О. Е.
Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова, Херсонська філія

ОСОБЛИВОСТІ АНАЛІЗУ РЕГІОНАЛЬНОГО РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ВИЩОЇ ШКОЛИ УКРАЇНИ ТА ЙОГО ОСНОВНІ НАПРЯМИ

Стаття присвячена визначенню основних напрямів, за якими має здійснюватися аналіз регіональних ринків освітніх послуг, що надаються закладами вищої освіти. До цих напрямів автором віднесені: аналіз операторів ринку освітніх послуг регіональної вищої освіти (конкурентів); аналіз фактичної місткості ринку; аналіз потенційної місткості ринку; аналіз основних сегментів ринку освітніх послуг вищої освіти; аналіз сегменту ринку, представленому випускниками коледжів, технікумів та училищ, які не мають вищої освіти; аналіз ринку за пропонованими закладами вищої освіти спеціальностями й освітніми програмами. Визначені основні спільні риси, що мають регіональні ринки освітніх послуг вищої освіти України, які формувалися в однакових інституційних та соціально-економічних умовах. Встановлені чинники, що зумовлюють відмінності розглядуваних регіональних ринків, які повинні враховуватися при аналізі та трактуванні його результатів. Показано, що при аналізі слід враховувати наявність двох великих секторів розглядуваного ринку. Один з них, репрезентований безпосередньо ринком платних послуг системи вищої освіти, відображає ринкові відносини між продавцями та споживачами освітніх послуг при регулюванні цих відносин державою. Другий є квазіринком, що представлений відносинами надання освітніх послуг за рахунок державного або місцевих бюджетів. Для населення ці послуги є безкоштовними. Обидва сектори тісно пов'язані і впливають один на одного.

Ключові слова: вища освіта, регіональна вища освіта, заклади вищої освіти, ринок освітніх послуг, аналіз галузевих ринків

LOMONOSOVA O.
Admiral Makarov National University of Shipbuilding, Kherson Branch

THE PECULIARITIES OF THE ANALYSIS OF THE REGIONAL MARKET FOR EDUCATIONAL SERVICES IN HIGHER EDUCATION IN UKRAINE AND ITS MAIN DIRECTIONS

The article describes the principal areas of the analysis of regional education services markets provided by higher education institutions. These areas are: analysis of regional higher education services market operators (competitors); analysis of actual market capacity; analysis of potential market capacity; analysis of the principal segments of the higher education services market; analysis of the market segment represented by college, technical, and vocational school graduates, who do not have higher education degree; market analysis according to the specialties and educational programs offered by higher education institutions. The article identifies the main common characteristics of the regional higher education services markets in Ukraine, which were formed in the same institutional and socio-economic conditions. The factors determining the differences within the considered regional markets are established. They should be taken into account in the analysis and interpreting its results. It is shown that the presence of two large sectors of the considered market should be taken into account in the analysis. One of them, represented by the market of paid services in higher education, reflects the market relations between sellers and consumers of educational services and these relations are managed by the state. The second one is a quasi-market represented by the provision of education services at the expense of state or local budgets. These services are free of charge. Both sectors are closely linked and influence each other.

Keywords: higher education, regional higher education, higher education institutions, education services market, analysis of industry markets

Постановка проблеми. До одного з найвагоміших чинників, що впливають на діяльність закладів вищої освіти, є особливості ринку освітніх послуг вищої освіти. Без урахування кон'юнктури цього ринку, визначення власного позиціонування на ньому, позиціонування та дій конкурентів, напрямків руху попиту та пропозиції освітніх послуг, уподобань споживачів, рівня і динаміки цін практично неможливо забезпечити не тільки розвиток, а й навіть виживання закладів вищої освіти. Це змушує останніх вдаватися до ретельного аналізу ринку освітніх послуг вищої освіти і у своїй діяльності все у більшому ступені спираючись на його результати, розроблювати стратегії розвитку, ліцензувати нові спеціальності, коригувати поточну діяльність, профорієнтаційну роботу тощо.

Для кращого розуміння сучасного стану, особливостей та тенденцій розвитку цього досить молодого ринку і забезпечення його практичного дослідження необхідно мати відповідний інструментарій. До інструментів вивчення ринку освітніх послуг, передусім, слід віднести аналіз даного ринку, його моніторинг, який надає інформацію для аналізу, прогнозування потреб у фахівцях з вищою освітою, яке є логічним продовженням аналізу, тощо.

Аналіз ринку в системі інструментів дослідження займає центральне місце. Це пояснюється тим, що, по-перше, аналіз, як правило, знаходиться всередині управлінського циклу, і по-друге, саме правильно здійснений аналіз та його висновки надають вирішальну інформацію для прийняття управлінських рішень.

Метою цієї статті є визначення особливостей регіональних ринків освітніх послуг вищої освіти та формування теоретичних положень і практичних рекомендацій із забезпечення їх аналізу.

З метою визначення підходів до аналізу регіональних ринків освітніх послуг вищої освіти слід визначити те загальне й особливе в системах регіональної вищої освіти, що має місце у пострадянській Україні. Виділені чинники, які зумовили визначені особливості. Крім того, будуть охарактеризовані два сектори розглядуваного ринку – державний, до якого прийнято відносити заклади вищої освіти державної та комунальної власності, і приватний. Буде показаний зв'язок між ними і вплив, який вони здійснюють один на одного.

Важливим уявляється правильний вибір основних напрямів аналізу регіональних ринків освітніх послуг вищої освіти. Кожний напрям аналізу може розглядатися як окреме дослідження, що має свої самостійні цілі, предмет і завдання. Але найкраще, цільне уявлення про стан ринку, його особливості та тенденції розвитку дає аналіз, який включає усі напрями. Ці напрями тісно пов'язані між собою, доповнюють і пояснюють один одного, забезпечуючи тим самим комплексний аналіз ринку.

Д. Аакер відзначав, що характер і зміст аналізу ринка залежать від конкретної ситуації на ньому [1, с. 122]. Дійсно, увага, яка має приділятися тому чи іншому напряму аналізу, глибина дослідження, точність отриманих результатів багато в чому визначаються специфікою ринку, його зрілістю, тенденціями розвитку, можливостями практичного сегментування ринку, визначення мотивації клієнтів тощо.

На наш погляд, при аналізі регіонального ринку освітніх послуг вищої освіти, в першу чергу, необхідно зосередитися на таких напрямах: аналіз операторів ринку освітніх послуг регіональної вищої освіти (конкурентів); аналіз фактичної місткості ринку; аналіз потенційної місткості ринку; аналіз основних сегментів ринку освітніх послуг вищої освіти (до них слід віднести надання послуг з навчання студентів за денною, заочною, дуальною та денно-заочної формами навчання та онлайн-освітою); аналіз сегменту ринку, представленому випускниками коледжів, технікумів та училищ, які не мають вищої освіти; аналіз ринку за пропонованими закладами вищої освіти спеціальностями й освітніми програмами.

Наші пропозиції щодо визначення напрямів аналізу не в останню чергу зумовлені наявністю тієї чи іншої статистичної інформації, необхідної для аналізу. В подальшому аналіз повинний бути розвиненим та поглибленим з урахуванням можливостей отримання додаткової інформації, яку може забезпечити спеціально організований моніторинг регіональної вищої освіти.

Методологічним підґрунтям дослідження слугує діалектичний метод, який розглядає економічні явища та процеси в їх нерозривному взаємозв'язку, взаємозумовленості та постійному розвитку з урахуванням переходу кількісних змін у якісні. Крім того, застосовані системний підхід, конкретно-історичний метод, економіко-статистичні методи, методи та прийоми графічних зображень, якісного і кількісного аналізу, порівняння та ін. Статистична обробка інформації здійснювалася засобами прикладних програмних продуктів MS Office Excel.

Інформаційно-емпіричну базу дослідження становлять законодавчі та нормативно-правові акти, що стосуються вищої освіти, статистична інформація Державної служби статистики України, наукові публікації за темою дослідження.

Дослідження виконане на прикладі Херсонської області, яка розташована на півдні України. Це пояснюється тим, що система вищої освіти Херсонщини є типовим представником регіональної вищої освіти України. Її показники протягом двох останніх десятиліть знаходилися на рівні середніх по Україні, а в деякі роки опускалися набагато нижче середніх. Вищій освіті Херсонської області притаманні усі вади і проблеми, які мають регіональні системи вищої освіти України. Це робить її показовою і перспективною з точки зору проведення подальших досліджень і підготовки пропозицій, що можуть бути впровадженими і в інших областях. При цьому аналіз охоплює довготривалий період. Це дає змогу більш повно визначити зміни, що відбулися, та визначити основні чинники, які призвели до трансформацій. Зрозуміло, що при проведенні аналізу самими закладами вищої освіти термін, протягом якого вивчатиметься динаміка показників, буде охоплювати, як правило, лише декілька останніх років.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми дослідження ринку освітніх послуг вищої освіти не є новими. Безліч наукових праць присвячені дослідженню найрізноманітніших питань і аспектів ринку освітніх послуг, що надаються університетами та коледжами. Зокрема, проблеми утворення та функціонування глобальних та національних ринків розглядаються в роботах С. Маргінсон [2], Г. Вільямс [3], І. Комленович и С. Робертсон [4] тощо. Питання конкуренції на ринках освітніх послуг, що надаються вищою освітою, присвячені наукові праці С. Маргінсон [5], Леко-Шимич и Штимац [6] тощо. Різні аспекти маркетингових досліджень в сфері вищої освіти розглядаються А. Филип [7], Казановес и Кюстер [8] і т. д.

Проблеми ринку освітніх послуг системи вищої освіти в українській сучасній економічній літературі також представлені досить широко. В них достатньо детально відображені тенденції розвитку ринку освітніх послуг вищої освіти пострадянської України. Досить велику увагу приділили статистичному аналізу розвитку ринку освітніх послуг України, головним чином – динаміці його основних кількісних показників М. Ю. Авксєнтьєв [9], А. В. Горбань і В. О. Шевчук [10], О. А. Карпюк [11], А. О. Малюкіна [12], С. В. Мілевський [13], О. В. Черниш [14] та ін.

Ринки освітніх послуг систем вищої освіти окремих регіонів України досліджувалися набагато рідше (див, наприклад, І. О. Жарська [15], О. Тоцька [16], О. О. Хандій [17], А. Р. Шендер [18], Л. М. Юрчук [19] тощо. Окремі проблеми та питання регіонального ринку Херсонської області розглядалися

у працях А. В. Ломоносова та О. Е. Ломоносової [20; 21; 22; 23]. Але ці та інші дослідження не можна вважати комплексними. Вони є або фрагментарними, або мають локальний характер. У зв'язку з цим і виникає необхідність створення методичних рекомендацій з проведення аналізу регіональних ринків і перш за все – визначення напрямів цього аналізу.

Результати. Загальне і особливе в системах регіональної вищої освіти у пострадянській Україні. Регіональні ринки освітніх послуг вищої освіти мають багато спільного, оскільки формувалися в однакових умовах як невід'ємні складові загального рику України. Для вітчизняної системи вищої освіти протягом тривалого періоду характерні жорстке державне регулювання і практична відсутність автономії закладів вищої освіти. Це стосується і періоду формування ринку освітніх послуг в Україні. Лише у 2014 році новим законом України «Про вищу освіту» була проголошена досить широка академічна автономія. Але при цьому організаційна, а особливо – фінансова автономія є обмеженою.

Крім того, регіональні заклади вищої освіти тривалий час функціонували в приблизно однакових інституційних та соціально-економічних умовах. Усі вони виконували вимоги законів України, акти Кабінету Міністрів України, накази Міністерства освіти і науки. До 2014 року підготовка фахівців ними здійснювалася за суворо регламентованими переліками спеціальностей. Практично усі заклади вищої освіти однаково скористалися змінами демографічної ситуації у 1995-2007 роках, коли в Україні спостерігалося значне збільшення кількості студентів. Потім, внаслідок демографічної кризи і наступного різкого падіння контингенту студентів, яке відбувається, починаючи з 2008 року, у закладів вищої освіти виникли суттєві труднощі. Усі майже в однаковому ступені відчували і продовжують відчувати суттєві проблеми, зумовлені хронічним недофінансуванням державних закладів вищої освіти протягом декількох десятиріч. Все це надало регіональним ринкам освітніх послуг вищої освіти загальних рис.

Ще однією загальною рисою, що притаманна регіональним ринкам України і яку слід відзначити особливо, оскільки вона має надзвичайно велике значення, є те, що на відміну від інших послуг, для отримання освітніх послуг вищої освіти споживачі обов'язково мають виконати певні попередні умови. Для того, щоб отримувати освітні послуги, недостатньо мати бажання та кошти на їх оплату.

Для вступу на навчання за державні кошти і за кошти фізичних та юридичних осіб необхідно підтвердити певний рівень підготовки, яка підтверджується результатами тестування згідно з вимогами зовнішнього незалежного оцінювання. Це тестування проводиться на державному рівні одночасно для всіх абітурієнтів. За його результатами видаються відповідні сертифікати. Лише в такому випадку абітурієнти здобувають можливість навчатися у закладах вищої освіти. Ще раз підкреслимо, що це стосується і абітурієнтів, які претендують на місця державного замовлення, і тих, хто передбачає або змушений навчатися на платній основі.

Разом з тим, сучасні регіональні ринки освітніх послуг мають суттєві відмінності, які зумовлені дією декількох чинників, зокрема:

– історичними особливостями формування та розвитку системи регіональної вищої освіти та стартовими умовами її входження в ринок;

– особливістю структури регіональної економіки, яка зумовлює відповідний спектр спеціальностей в закладах вищої освіти;

– ступенем розвитку та станом економіки, що формують попит на робочу силу, у тому числі і на фахівців вищої кваліфікації;

– розвиненістю ринку праці та його взаємодією з ринком освітніх послуг вищої освіти, що дає змогу своєчасно реагувати на нові потреби регіональної економіки;

– чисельністю та щільністю населення;

– рівнем добробуту населення, від якого залежить платоспроможний попит на платні освітні послуги закладів вищої освіти;

– віддаленістю регіону від великих міст, а також від великих науково-культурних центрів України, таких як Київ, Харків, Дніпропетровськ, Львів, Одеса;

– відсутністю підготовки фахівців з вищою освітою за певним числом спеціальностей (ринки освітніх послуг вищої освіти великих науково-культурних центрів забезпечують отримання освітніх послуг практично за усіма спеціальностями);

– культурними традиціями тощо.

Сектори ринку платних послуг вищої освіти

При дослідженні ринку освітніх послуг слід враховувати важливий момент. Він полягає в тому, що вища освіта має два сектори – державний, до якого прийнято відносити заклади вищої освіти державної та комунальної власності, і приватний. Заклади вищої освіти обох секторів виходять зі своїми пропозиціями на ринок освітніх послуг вищої освіти. Але у цей час їх позиції нерівноцінні. Переважна більшість абітурієнтів, як правило, намагаються поступати у державні ЗВО, щоб навчатися за державний кошт, отримуючи до того ж стипендію. При цьому необхідно враховувати, що для освітніх послуг характерна наявність альтернативного попиту, що допускає взаємозамінність послуг, а також імпульсного попиту під впливом випадкових обставин. І лише у випадку незарахування на місця державного замовлення, частина абітурієнтів, що мають бажання та в змозі оплатити своє навчання, приймають рішення про навчання за

рахунок фізичних осіб. При цьому, вони, як правило, зараховуються до того ж заклади вищої освіти, до якого вони поступали. Це пояснюється їх первинною орієнтацією на певний заклад вищої освіти та спеціальність, розповсюдженою і небезпідставною громадською думкою про недостатню якість підготовки у приватних навчальних закладах, а також тим, що роботодавці у більшості випадків все ж таки надають перевагу випускникам саме державних університетів та академій.

Таким чином, і приватні, і державні заклади вищої освіти, які формують пропозицію на ринку освітніх послуг вищої освіти, в значній мірі залежать від державного замовлення, яке забезпечується в першу чергу. Тобто попит на платні освітні послуги остаточно формується після закінчення зарахування абітурієнтів на місця державного замовлення. Він залежить від обсягів державного замовлення за кожною спеціальністю у даному році, наявністю у приватних ЗВО спеціальностей та освітніх програм, на яких зупинили свій вибір абітурієнти, платоспроможності тієї їх частини, які не були зараховані у державні заклади вищої освіти для навчання за державний кошт.

На наш погляд, це є ще одним аргументом на користь того, щоб підходити до ринку освітніх послуг вищої освіти як до квазіринку. Але, на наш погляд, весь ринок освітніх послуг не слід вважати квазіринком. Доцільніше його розглядати як змішаний ринок, який складається з двох секторів – з ринку платних освітніх послуг і квазіринку.

Ринок платних послуг охоплює ринкові відносини між продавцями та споживачами освітніх послуг при регулюванні цих відносин державою. Він розповсюджується на весь недержаний сектор вищої освіти та державний сектор в тій його частині, яка пов'язана з наданням платних освітніх послуг за кошти фізичних та юридичних осіб. Квазіринок представлений відносинами надання освітніх послуг за рахунок державного або місцевих бюджетів. Це відносини між продавцями (державними закладами вищої освіти), споживачами освітніх послуг (студентами) та держави, яка забезпечує утримання державних закладів вищої освіти (видатки тепло-, електро- та водопостачання, оплата інших послуг, видатки на відрядження, капітальні видатки тощо) та фінансує навчання студентів (споживачів).

За своєю економічною сутністю ці ринки є різними. Але обидва ринки тісно пов'язані між собою. Вони знаходяться у взаємній залежності один від одного і безперервно взаємодіють. Зміни одного зумовлюють неминучий вплив на інший. Тому їх доцільно розглядати в сукупності у нерозривному зв'язку та взаємодії як два сектори загального ринку освітніх послуг.

Оператори ринку освітніх послуг регіональної вищої освіти

Про ринок освітніх послуг зазвичай судять, перш за все, виходячи з кількості закладів вищої освіти, які надають освітні послуги, а також на підставі чисельності студентів та абітурієнтів і обсягу реалізованих послуг на даному ринку. Дослідження регіонального ринку освітніх послуг вищої освіти доцільно розпочинати з визначення усіх операторів ринку. Він має здійснюватися в двох напрямках. По-перше, слід розглядати усі, без виключення, заклади вищої освіти регіону, які надають освітні послуги виходячи на змішаний ринок освітніх послуг, виокремлюючи ті, що працюють на ринку платних освітніх послуг і квазіринку. Це пов'язано з тим, що, як вже зазначалося, в освіті досить розповсюдженим є альтернативний, а також імпульсний попит.

Як приклад, наведена інформація (див. табл. 1) про операторів ринку освітніх послуг Херсонської області. Розглядати слід і заклади вищої освіти регіону, що надають освітні послуги в сфері вищої освіти (університети, академії та інститути), і навчальні заклади, що відносяться до I та II рівнів акредитації (коледжі, технікуми й училища), які готують молодших спеціалістів. Останні не відносяться до операторів ринку освітніх послуг системи вищої освіти, але, як буде показано нижче, мають важливе значення для формування споживчого попиту на цьому ринку.

Другим напрямком дослідження є аналіз ринку освітніх послуг вищої освіти за спеціальностями та освітніми програмами, за якими регіональні заклади вищої освіти регіону здійснює підготовку фахівців. Особлива увага повинна приділятися тим спеціальностям, ліцензію за якими мають два і більше закладів вищої освіти.

Аналіз фактичної місткості ринку.

Найбільш загальна характеристика ринку освітніх послуг вищої освіти може бути дана за допомогою його фактичного розміру, який також називають фактичною місткістю ринка [24, с. 101; 25, с. 38] або реальною [26, с. 81; 54] місткістю ринка. Вона може вимірюватися і в натуральному, і у грошовому вимірі.

На відміну від сфери матеріального виробництва застосування натурального вимірювача при визначенні фактичного розміру ринку освітніх послуг (його реальної місткості) уявляється більш доцільним. Це дає змогу нівелювати вплив цінового чинника на результат і спрощує аналіз динаміки розглядуваних показників. Необхідно також брати до уваги те, що натуральні показники найточніше відображають ситуацію на змішаному ринку послуг вищої освіти, куди виходять майбутні студенти, які навчатимуться і за кошти державного бюджету, і за кошти фізичних та юридичних осіб.

Суттєвою особливістю платних послуг в освіті є велика тривалість циклу їх надання та отримання. Наприклад, при здобутті ступеня бакалавра вона становить чотири роки, а ступеня магістра – рік і чотири місяця або півтора року. У зв'язку з цим, задоволення попиту населення на послуги вищої освіти доцільно вимірювати трьома показниками:

– чисельністю осіб, зарахованих на навчання;
– кількістю студентів, які здобувають вищу освіту;
– числом випускників закладів вищої освіти.

Така висхідна градація, відображаючи поступові зміни якісних властивостей людського інтелектуального капіталу осіб, що навчаються, характеризує ступінь попиту населення на послуги вищої освіти. Так, вступ до закладу вищої освіти означає, що споживач отримав бажаний доступ до послуги, навчання – що споживач продовжує отримувати послугу, а успішне закінчення і одержання диплому – що він вже отримав послугу.

Таблиця 1

Оператори ринку освітніх послуг вищої освіти та навчальні заклади, які формують споживчий попит, на початок 2019 року

Тип навчального закладу	М. Херсон		Міста Херсонської області без м. Херсона		Херсонська область в цілому		
	Державна та комунальна власність	Приватна власність	Державна та комунальна власність	Приватна власність	Державна та комунальна власність	Приватна власність	Разом
Заклади вищої освіти, у тому числі	5	3	-	2	5	5	10
1. Університети	3	1	-	-	3	1	4
2. Академії	2	-	-	-	2	-	2
3. Інститути	-	2	-	2	-	4	4
Навчальні заклади, які готують молодших спеціалістів, у тому числі	6	4	5	-	11	4	15
1. Коледжі	2	4	3	-	5	4	9
2. Технікуми	1	-	1	-	2	-	2
3. Училища	3	-	1	-	4	-	4
Відокремлені структурні підрозділи, у тому числі	3	1	4	1	7	2	9
1. Готують фахівців з вищою освітою	2	1	1	1	3	2	5
2. Готують молодших спеціалістів	1	-	3	-	4	-	4
Усього	14	8	9	3	23	11	34

Джерело: складено автором за матеріалами управління освіти і науки Херсонської обласної адміністрації

Задоволений попит населення на послуги вищої освіти, передусім, характеризує чисельність випускників університетів, академій й інститутів, що здобули вищу освіту. Але для закладів вищої освіти – це вже пройдений етап. Набагато більше значення для них має кількість осіб, зарахованих на навчання, та контингент студентів. Саме ці показники для ЗВО є визначальними для усієї їх діяльності. Від них залежить обсяг навчального навантаження, кількість штатних посад науково-педагогічних працівників, фінансова стійкість не тільки у поточному році, але і в майбутньому. Багато в чому ці показники впливають на імідж закладу вищої освіти, формують його привабливість і тим самим сприяють створенню своєрідного престижного попиту на отримання освітніх послуг саме в даному університеті, академії чи інституті. Тому заклади вищої освіти цікавить не число випускників, хоча і воно має велике значення, у тому числі – для підвищення престижності, а зайнята частка ринку та перспективи його подальшого освоєння.

Фактичний стан ринку освітніх послуг вищої освіти Херсонської області протягом 1995-2018 років характеризують рис. 1 і рис. 2. Наведена інформація може використовуватися як вихідна для моделювання і прогнозування регіонального ринку освітніх послуг вищої освіти. Певною мірою вона також показує готовність регіональних закладів вищої освіти до можливого введення нового порядку фінансування вищої освіти України.

Аналіз потенційної місткості ринку

У порівнянні з аналізом фактичної місткості ринку освітніх послуг вищої освіти більш велике значення для ЗВО мають дослідження його потенційної місткості. Щодо її сутності існують різні думки. На наш погляд, потенційна місткість ринка стосовно ринку освітніх послуг являє собою максимально можливий обсяг послуг, які можуть бути наданими у розглядуваному періоді, за умов, що усі потенційні споживачі орієнтовані на максимальний рівень споживання. Зрозуміло, що на практиці визначення як кількості потенційних споживачів, так і величини максимального рівня споживання є досить проблемним. В літературі зустрічається велика кількість різноманітних пропозицій з даного питання. При цьому під потенційними розуміються покупці, які імовірно бажають і мають змогу отримати послугу, оплативши її.

Потенційній місткості відповідає потенційний ринок послуг вищої освіти, який включає в себе такі сегменти споживачів:

– випускники регіональних шкіл цього року, що отримали сертифікати ЗНО;
– випускники регіональних шкіл минулих років, які отримали або мали сертифікати ЗНО, які відповідають умовам прийому до ЗВО у поточному році;

– випускники регіональних коледжів, технікумів та училищ, які отримали сертифікати ЗНО;

– випускники регіональних коледжів, технікумів та училищ, які отримали дипломи молодших спеціалістів і поступають до ЗНО для навчання зі скороченим терміном;

– особи, що здобувають другу вищу освіту;

– випускники шкіл (цього та минулих років), що приїхали з інших регіонів України і мають сертифікати ЗНО, які дають їм право на зарахування до ЗВО;

– іноземці.

Разом з тим, слід враховувати, що регіональний потенційний ринок обмежується сумою ліцензованих обсягів підготовки фахівців усіх операторів даного ринку.

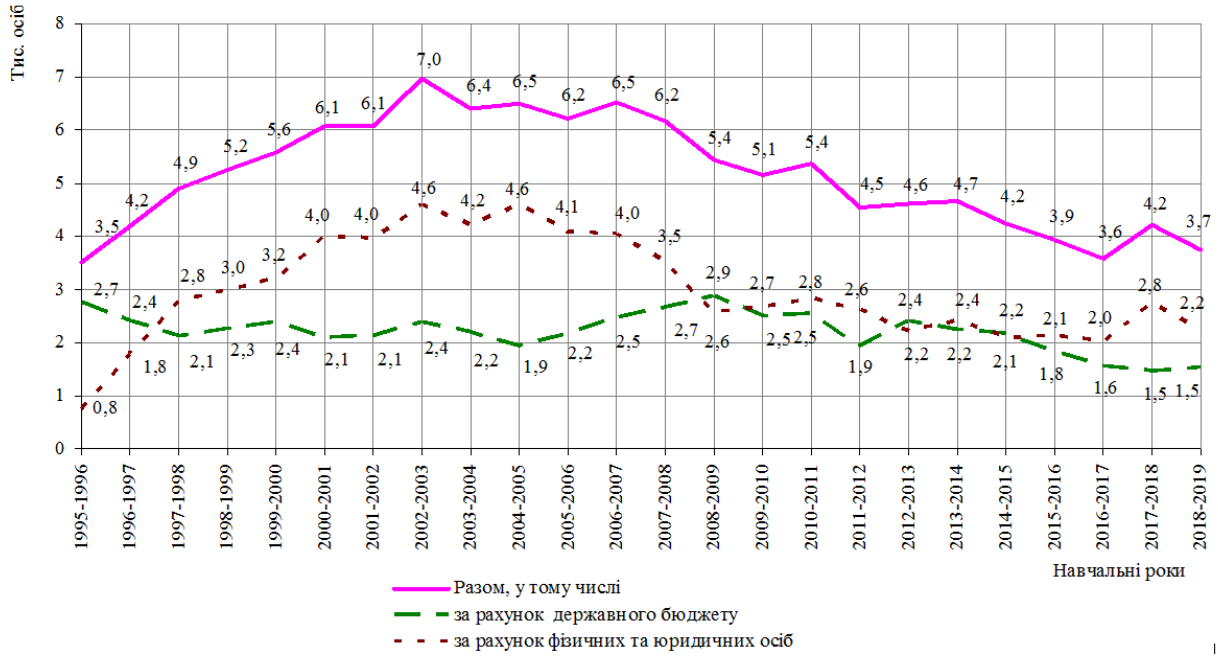

Рис. 1. Прийом студентів до університетів, академій та інститутів Херсонської області у 1995-2018 роках за джерелами фінансування (кількість споживачів, які отримали доступ до платних освітянських послуг)

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України

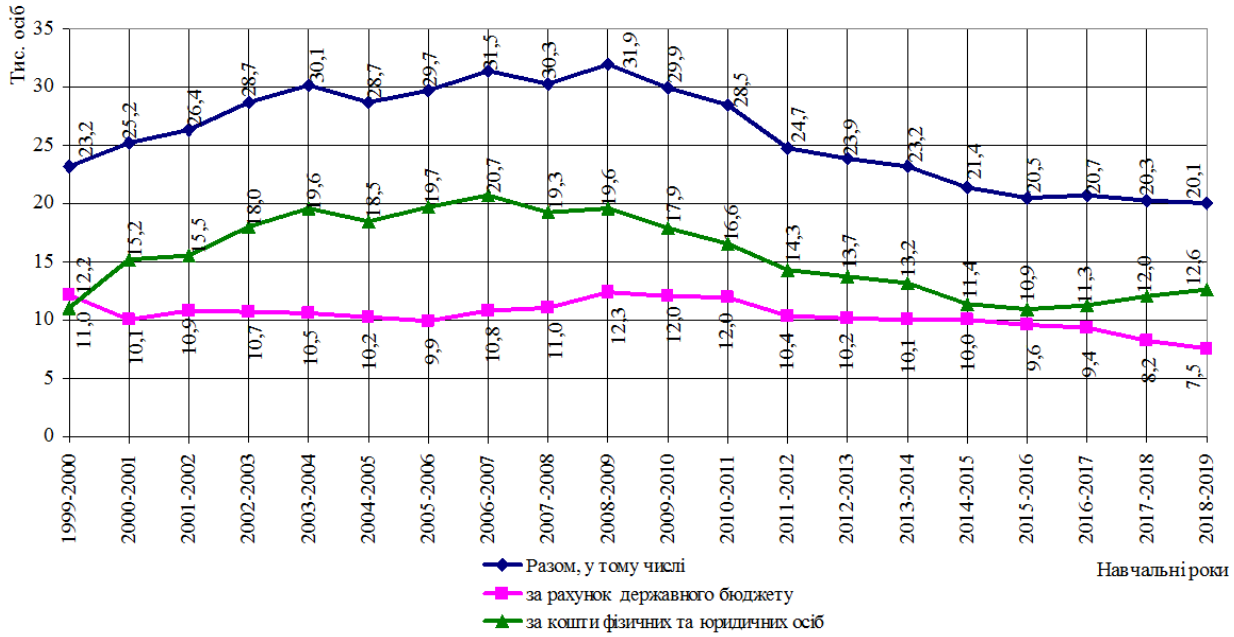

Рис. 2. Чисельність студентів університетів, академій та інститутів Херсонської області у 1995-2018 роках за джерелами фінансування (кількість споживачів, які отримували платні освітянські послуги закладів вищої освіти Херсонщини у кожному навчальному році)

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України

Аналіз основних сегментів ринку освітніх послуг вищої освіти

З метою поглиблення уявлення про фактичний регіональний ринок освітніх послуг вищої освіти аналіз числа споживачів, які отримали доступ до освітніх послуг вищої освіти Херсонщини та кількості тих, що вже отримують їх, доцільно продовжити у напрямку диференціації цих груп споживачів. Важливим питанням є виокремлення у фактичному ринку сегментів денної, заочної та дуальної освіти, онлайн-освіти тощо. Треба відзначити, що виділення таких сегментів ринку у цей час зустрічається достатньо рідко. Разом з тим, різні форми навчання приваблюють різні групи споживачів залежно від того, працюють вони або ні, як відносяться до різниці в оплаті за навчання, чи влаштовують їх полегшені програми і т. д. На рис. 3 і 4 показаний прийом студентів до університетів, академій та інститутів Херсонської області у 1995-2018 роках, а також контингент студентів у ЗВО у цьому ж періоді за формами навчання. Графіки побудовані за даними про вступ студентів на навчання за денною та заочною формами та за інформацією про контингент ЗВО, оскільки навчання за цими формами здійснюється протягом багатьох років. Причому до останнього часу це були практично єдино можливі форми навчання.

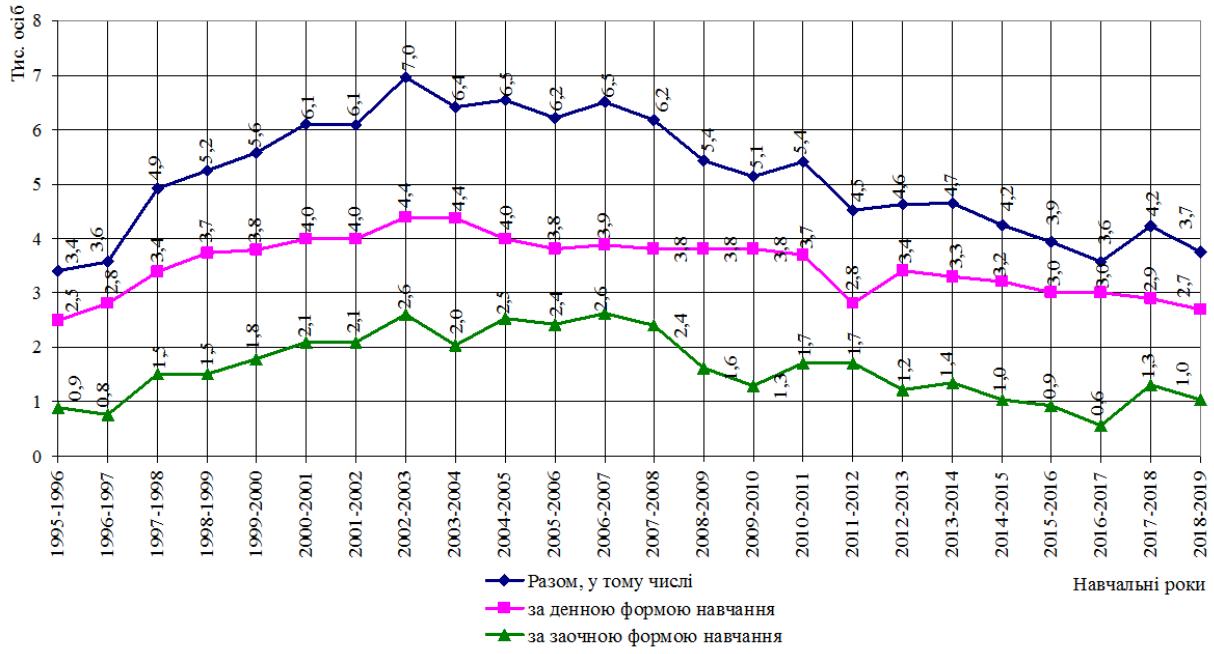

Рис. 3. Прийом студентів до університетів, академій та інститутів Херсонської області у 1995-2018 роках
Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України

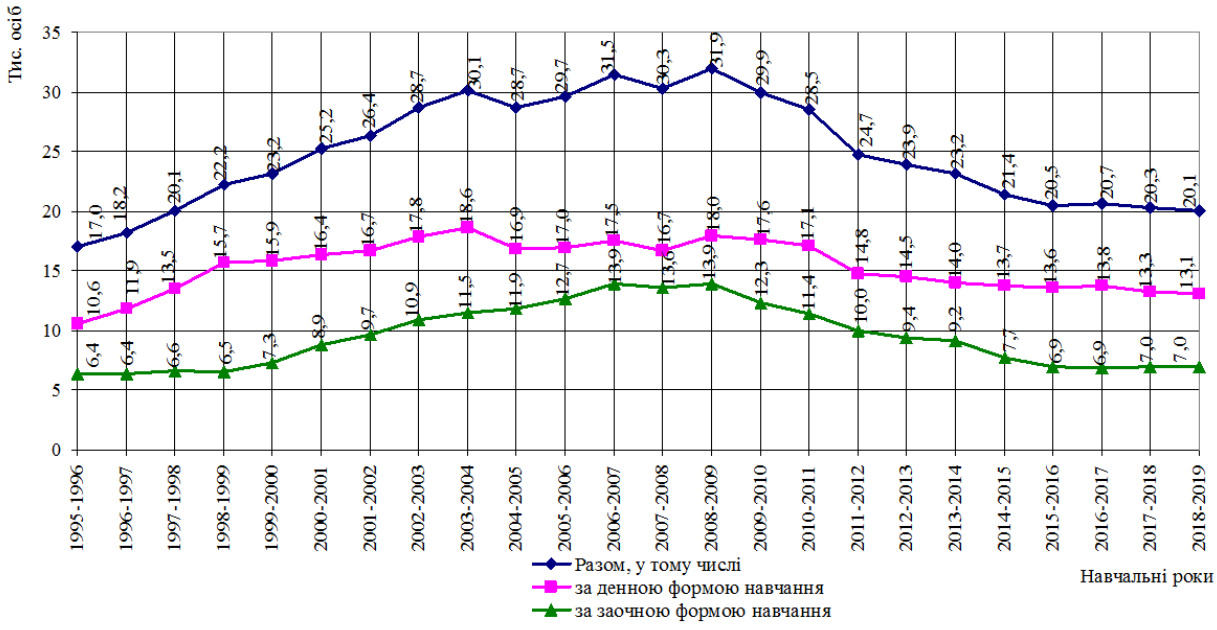

Рис. 4. Чисельність студентів університетів, академій та інститутів Херсонської області у 1995-2018 роках
Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України

Аналіз сегментів ринку згідно з формами навчання набуває все більше практичне значення у зв'язку з появою дуальної та денно-заочної освіти, онлайн-освіти, які отримують все більше розповсюдження. Виявлення тенденцій у змінах відповідних сегментів ринку освітніх послуг вищої освіти та прогнозування їх подальшого розвитку дає змогу ЗВО своєчасно реагувати на кон'юнктурні зміни ринку.

Аналіз сегменту ринку, представленому випускниками коледжів, технікумів та училищ, які не мають вищої освіти.

Переважна більшість публікацій з питань дослідження ринку освітніх послуг вищої освіти має прикладний характер. Дослідження пов'язані, головним чином, з аналізом і прогнозуванням розвитку ринку послуг вищої освіти України та її регіональних ринків.

Разом з тим, на нашу думку, необхідно окремо зупинитися на сегментах ринку, що представлені випускниками регіональних коледжів, технікумів та училищ, які, отримали сертифікати зовнішнього незалежного оцінювання, та які не мають їх, а поступають до закладів вищої освіти для навчання зі скороченим терміном. Дана категорія абітурієнтів в останній час займає досить велику частку серед зарахованих на перший курс. Так, за нашими підрахунками у Херсонській області у 2017 році питома вага випускників коледжів, технікумів та училищ становила 30,1 %, а у 2018 році – 27,3 % від загальної кількості студентів, зарахованих на І курс. Внаслідок цього зростає і їх частка в загальному контингенті студентів ЗНО.

Певна специфіка таких студентів зумовлює необхідність коригування «звичайного» навчального процесу, який відбувається при роботі з випускниками загальноосвітніх шкіл. Тому прогнозування кількості випускників коледжів, технікумів та училищ, які вступатимуть до ЗВО, має значення не тільки для розрахунку потенційної місткості ринку і визначення можливостей ЗВО. Воно також вимагає специфічних методів профорієнтаційної роботи та навчання. Це ставить завдання розробки відповідних форм і методів роботи в ЗВО, які орієнтуються на даний сегмент ринку. Разом з тим, питанням прогнозування цього сегменту в літературі не приділяється належна увага.

Для визначення ролі, яку мають коледжі, технікуми та училища для ринку освітніх послуг вищої освіти, перш за все, необхідно здійснювати аналіз динаміки студентів, які були зараховані на І курс.

Слід зазначити, що до 2014 року ці навчальні заклади разом з університетами, академіями та інститутами вважалися вищими. З 2014 року згідно зі статтею 28 Закону України «Про вищу освіту» до закладів вищої освіти відносяться університети, академії, інститути та коледжі. Причому згідно з цією ж статтею для того, щоб навчальні заклади відповідали статусу коледжу, ліцензований обсяг підготовки здобувачів вищої освіти ступеня бакалавра та/або молодшого бакалавра в них має становити не менше 30 % загального ліцензованого обсягу. Такі зміни в типах навчальних закладах, що відносяться до вищих, дещо утруднюють аналіз довготривалої динаміки частини показників, але не є принциповими та важкопереборними.

На рис. 5 показана динаміка зарахування в коледжі, технікуми та училища, а також в університети, академії й інститути Херсонської області у 1991-2018 роках. При аналізі, слід мати на увазі, що тут представлені два різні ринки і сегменти споживачів. Перший включає в себе в основному школярів, які ще не здобули повну загальну середню освіту і зараховані до коледжів, технікумів та училищ. До другого відносяться ті, які мають підстави претендувати на вступ до університетів, академій та інститутів. Одночасний розгляд зарахованих до усіх розглядуваних типів навчальних закладів дає можливість отримати уявлення про уподобання молоді і надає інформацію для прогнозування розвитку обох ринків.

Більшу інформацію для аналізу та визначення напрямків практичної довготривалої роботи, спрямованої на формування майбутнього контингенту студентів університетів, академій та інститутів, надає динаміка контингенту коледжів технікумів та училищ (рис. 6).

Сегментація та аналіз ринку за спеціальностями й освітніми програмами, за якими здійснюється підготовка фахівців

Важливим напрямом дослідження регіонального ринку освітніх послуг вищої освіти є його сегментація та аналіз за спеціальностями й освітніми програмами, за якими здійснюється підготовка. Для підвищення ефективності діяльності ЗВО і підготовки спеціалістів, реально потрібних Херсонської області, необхідно здійснювати прогнозування довго-, середньо- і короткотермінових потреб регіону у фахівцях з вищою освітою. Прогнози повинні визначати, фахівці за якими спеціальностями та освітніми програмами будуть необхідні через певний час, рівні вищої освіти за кожною з них і орієнтовну кількість фахівців за кожною спеціальністю та освітньою програмою. Ці прогнози повинні здійснюватися у рамках безперервного регіонального маркетингового моніторингу.

Встановлення спеціальностей, фахівці з яких будуть потрібні підприємствам та організаціям регіону через декілька років, в умовах невизначеності є дуже складним завданням. Тому доцільним, на нашу думку, є підсилення фундаментальної підготовки при одночасному розвитку спеціалізації. Фундаментальна підготовка здійснюється у перші роки навчання, коли ще не дуже зрозуміло, а скоріше – зовсім не зрозуміло, де саме і тим більше, на якій посаді будуть працювати майбутні фахівці. Заклавши міцну основу освіти, фундаментальна підготовка разом зі здатністю до самоосвіти надасть змогу випускникам швидко нарощувати знання в майбутньому, легко адаптуватися до нових потреб ринку праці, при необхідності –

перекваліфікуватися. Взагалі фундаменталізація сприятиме реалізації сучасного принципу освіти «навчання - протягом усього життя».

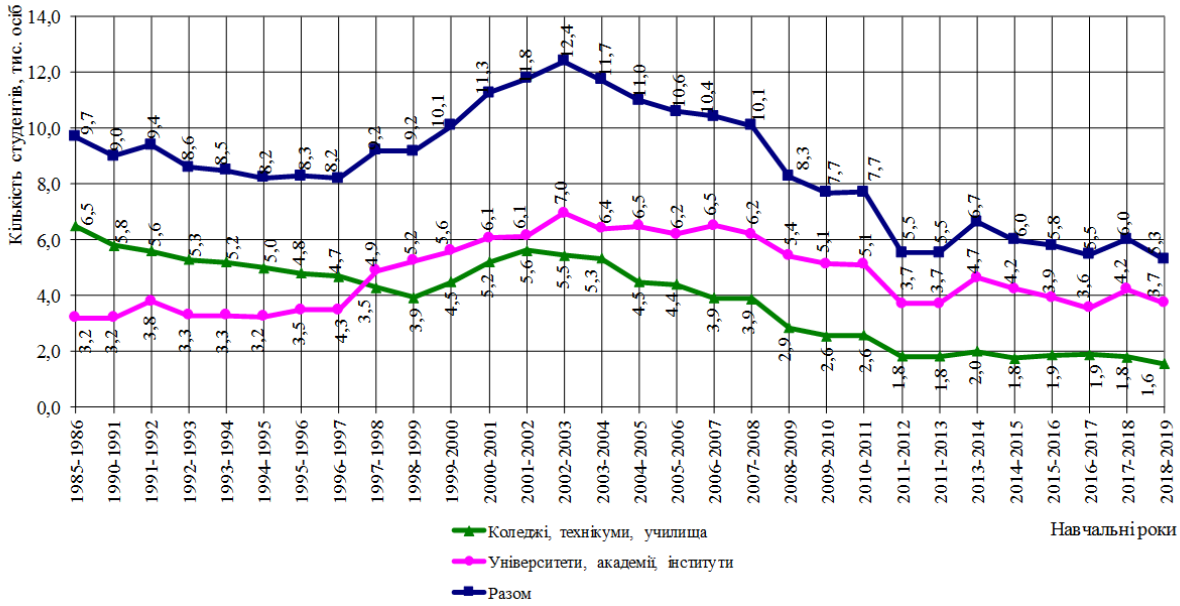

Рис. 5. Кількість осіб, уперше прийнятих на навчання до університетів, академій та інститутів, а також коледжів, технікумів та училищ Херсонської області у 1990-2018 роках

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України

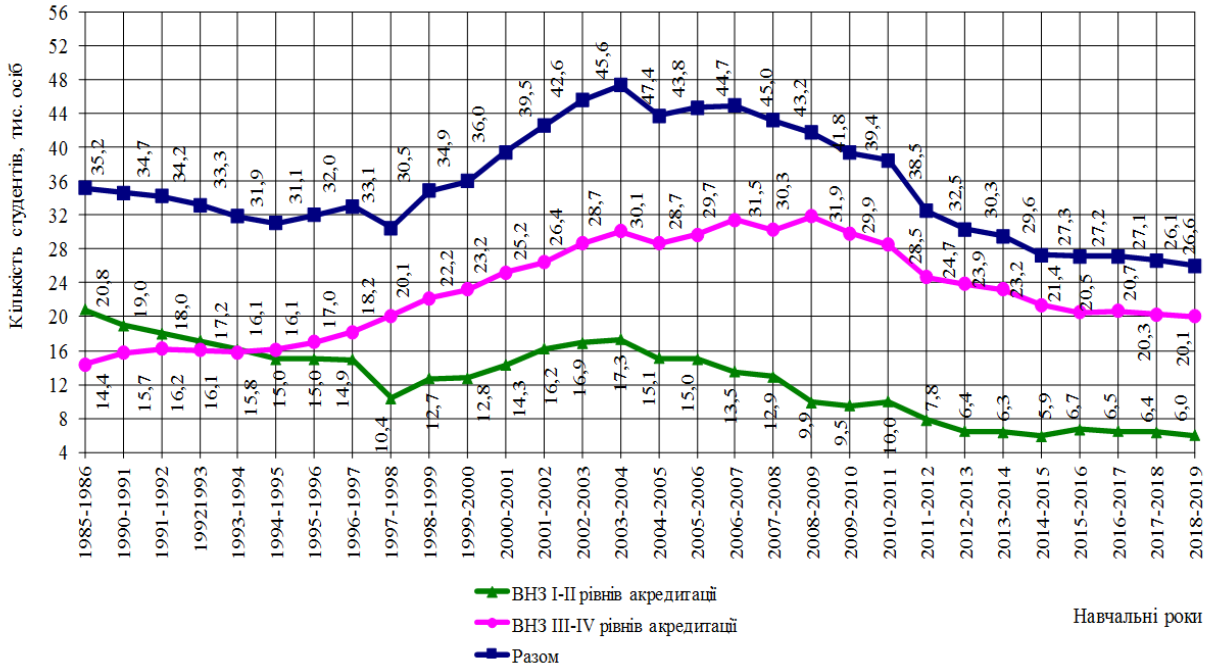

Рис. 6. Чисельність студентів університетів, академій та інститутів, а також коледжів, технікумів і училищ Херсонської області в період з 1990-1991 по 2018-2019 навчальний рік

Джерело: побудовано автором за даними Державної служби статистики України

Висновки. Становлення ринкових відносин в Україні призвели до появи регіональних ринків освітніх послуг, які надаються закладами вищої освіти. Ці ринки, які формувалися і функціонували протягом тридцяти років в приблизно однакових інституційних та соціально-економічних умовах, мають загальне походження, їм притаманно багато спільних рис. Разом з тим, особливості структури регіональної економіки, ступінь її розвитку, зрілість та стан регіональних ринків праці, чисельність і щільність населення, його платоспроможний попит та інші чинники зумовлюють суттєві відмінності регіональних ринків.

Регіональний ринок освітніх послуг вищої освіти пропонується вважати змішаним, який складається з двох частин – ринку платних освітніх послуг і квазіринку. Ринок платних послуг, представлений

недержаним сектором вищої освіти та державним сектором в тій його частині, яка пов'язана з наданням платних освітніх послуг. Він охоплює ринкові відносини між продавцями та споживачами освітніх послуг при регулюванні цих відносин державою. Квазіринок представлений відносинами надання освітніх послуг населенню безкоштовно, оскільки навчання фінансують державний або місцеві бюджети.

Для своєчасного забезпечення регіональних закладів вищої освіти надійною інформацією про кон'юнктуру, попит, пропозицію на ринку освітніх послуг вищої освіти, стан та тенденції розвитку цього ринку необхідно здійснювати аналіз даного ринку. Оскільки у цей час пропозиції щодо змісту та напрямів відсутні, актуальним є їх визначення.

На нашу думку, основними напрямами аналізу регіонального ринку освітніх послуг вищої освіти є аналіз операторів ринку освітніх послуг регіональної вищої освіти (конкурентів), аналіз фактичної місткості ринку, аналіз потенційної місткості ринку, аналіз основних сегментів ринку освітніх послуг вищої освіти, до яких відносяться сегменти ринку з надання освітніх послуг за денною, заочною, дуальною, та денно-заочної формами, аналіз сегментів ринку, представленому випускниками коледжів, технікумів та училищ, що не мають вищої освіти, аналіз ринку за спеціальностями й освітніми програмами, за якими здійснюється підготовка фахівців.

Здійснення аналізу розглядуваних регіональних ринків за пропонованими напрямами є першим етапом проведення аналізу. Подальший розвиток аналізу може здійснюватися у напрямку вивчення кон'юнктури ринку та його подальшої сегментації, визначення уподобань споживачів та особливостей споживчої поведінки, виявлення руху попиту і пропозиції, аналізу рівня та динаміки цін і цінової політики закладів вищої освіти тощо.

Література

1. Аакер Д. Стратегическое рыночное управление. 7-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб. : Питер, 2007. – 496 с.
2. Marginson S. Dynamics of National and Global Competition in Higher Education. High Education. – 2006, – № 52, – Pp. 1-39.
3. Williams G. The Higher Education Market in the United Kingdom. Reencuentro. – 2010. – 58, agosto. – Pp. 24-42.
4. Komljenovic J., & Robertson S. L. The dynamics of «marketmaking» in higher education. Journal of Education Policy, – 2016. – № 31 (5). – Pp. 622-636.
5. Marginson S. Competition and Markets in Higher Education: a 'glonacal' analysis. Policy Futures in Education, – 2004). – Volume 2, – Number 2, Pp. 175-244.
6. Leko-Šimić M & Štimac H. Competitiveness in higher education: A need for marketing orientation and service quality. Economics and Sociology. – 2012. – № 5. – Pp. 23- 34.
7. Filip A. A global analysis of the educational market environment. Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2012. – 46. – Pp. 1552-1556.
8. Casanoves J. & Küster IEvolution of marketing in higher education: Educational brand capital. Esic Market. – 2017. – 48 (1). – Pp. 103 – 127.
9. Авксєнтьєв М. Ю. Аналіз ринку освітніх послуг в Україні / М. Ю. Авксєнтьєв // Формування ринкових відносин в Україні. – 2014. – № 12. – С. 103-110
10. Горбань А. В., Шевчук В. О. Аналіз ринку вищої освіти в Україні за 2000-2013 роки / В. О. Шевчук, А. В. Горбань // Science and Education a New Dimension: Humanities and Social Science. – Budapest, 2013. – Vol. 6. – P. 98 – 103.
11. Карпюк О. А. Аналіз та оцінка рівня розвитку ринку освітніх послуг в Україні / О. А. Карпюк // Вісник ЖДТУ : Економічні науки. – 2009. – № 3 (49), –С. 74-78.
12. Малюкіна А. О. Аналіз ринку освітніх послуг в Україні / А. О. Малюкіна // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2014. – Випуск 2. – С. 617-620 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://global-national.in.ua/archive/2-2014/125.pdf.
13. Мілевський С. В. Аналіз ринку освітніх послуг в Україні / С. В. Мілевський // Науковий вісник Херсонського державного університету, – 2014). – Вип. 8 (3), – С. 34-39.
14. Черниш О. В. Аналіз сучасних тенденцій розвитку ринку освітніх послуг в Україні / О. В. Черниш // Вісник Київського національного університету технологій та дизайну. Спецвипуск : Ефективність організаційно-економічного механізму інноваційного розвитку вищої освіти України. – 2016. – С. 114-121.
15. Жарська І. О., Неткова В. М. Сучасний стан і тенденції ринку освітніх послуг в Україні: статистичні оцінки / І. О. Жарська, В. М. Неткова // Статистика України. – 2014. – № 2. – С. 45-51.
16. Тоцька О. Аналіз кон'юнктури ринку освітніх послуг міста Луцька з підготовки бакалаврів для сфери бізнесу. Стан та перспективи інноваційно-інвестиційного розвитку міста Луцька : зб. наук. пр. за матеріалами наук.-практ. конф. Луцьк, 2012. С. 36–41.
17. Хандій О. О. Дослідження особливостей ринку освітніх послуг вищих навчальних закладів / О. О. Хандій // Економіка та держава. – 2015. – № 4. – С. 44-47.
18. Шендер А. Р. Оцінювання регіональних ринків освітніх послуг у сфері вищої освіти в умовах активного впливу зовнішнього середовища / А. Р. Шендер Регіональна економіка. – 2013. – № 3. С. 199-210.
19. Юрчук Л. М. Механізм формування регіонального ринку освітніх послуг. Публічне адміністрування: теорія та практика / Л. М. Юрчук. – 2011. – Вип. 1 (5) [Електронний ресурс]. – Режим доступу : www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-01(5)/11ylmrop.pdf.
20. Ломоносов А. В., Савченко (Ломоносова) О. Е. Тенденції розвитку регіональної технічної освіти та їх вплив на менеджмент у вищих навчальних закладах / А. В. Ломоносов, О. Е. Савченко (Ломоносова) // Вестник Херсонского государственного технического университета. – 2001. – № 2 (11). – С. 160-164.
21. Ломоносов А. В., Ломоносова О. Е. Аналіз розвитку вищої освіти Херсонської області (вищі навчальні заклади III-IV рівнів акредитації) : зб. мат. наук-практ. Конф. «Прогнозування соціально-економічного розвитку Херсонської області». – 2003. – 199–201.
22. Ломоносов А. В., Ломоносова О. Е. Проблеми розвитку людського інтелектуального капіталу Херсонщини / А. В. Ломоносов, О. Е. Ломоносова // Таврійський науковий вісник. – 2008. – Вип. 57. – С. 147 – 152.
23. Ломоносов А. В., Ломоносова О. Е. Аналіз динаміки кількості студентів і чисельності науково-педагогічних працівників у Херсонській області / А. В. Ломоносов, О. Е. Ломоносова // Таврійський науковий вісник. – 2010. – Вип. 69. – С. 328 – 341.
24. Зайчук Т. О. Теоретичні аспекти визначення ринкового потенціалу і таргетингу вітчизняними підприємствами / Т. О. Зайчук // Маркетинг і менеджмент інновацій. - 2012. - № 1. - С. 96-104.

25. Примак Т.О. Маркетинг. Навч. посіб. — К.: МАУП, 2004. – 228 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : https://readbookz.net/book/146/4106.html.

26. Швиданенко Г. О., Дмитренко А. І. Бізнес-діагностика підприємства : навч. посіб. / Г. О. Швиданенко, А. І. Дмитренко. – К. : КНЕУ, 2013. – 448 С.

27. Траченко Л. А. Особливості функціонування рекреаційно-туристичного ринку в Україні / Л. А. Траченко // Розвиток українського туризму як засіб подолання кризових наслідків: мат. 6-ої Міжрегіон. Наук.-практ. Конф. МАУП. – Одеса, 2010. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2375.

References:

Aaker D. Strategicheskoe rynochnoe upravlenie. 7-e izd. / Per. s angl. pod red. S. G. Bozhuk. – SPb. : Piter, 2007. – 496 s.

2. Marginson S. Dynamics of National and Global Competition in Higher Education. High Education. – 2006, – № 52, – Pp. 1-39.

3. Williams G. The Higher Education Market in the United Kingdom. Reencuentro. – 2010. – 58, agosto. – Pp. 24-42.

4. Komljenovic J., & Robertson S. L. The dynamics of «marketmaking» in higher education. Journal of Education Policy, – 2016. – № 31 (5). – Pp. 622-636.

5. Marginson S. Competition and Markets in Higher Education: a ‘glonacal’ analysis. Policy Futures in Education, – 2004). – Volume 2, – Number 2, Pp. 175-244.

6. Leko-Šimić M & Štimac H. Competitiveness in higher education: A need for marketing orientation and service quality. Economics and Sociology. – 2012. – № 5. – Pp. 23- 34.

7. Filip A. A global analysis of the educational market environment. Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2012. – 46. – Pp. 1552-1556.

8. Casanoves J. & Küster IEvolution of marketing in higher education: Educational brand capital. Esic Market. – 2017. – 48 (1). – Pp. 103 – 127.

9. Avksientiev M. Yu. Analiz rynku osvitnikh posluh v Ukraini / M. Yu. Avksientiev // Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini. – 2014. – № 12. – S. 103-110

10. Horban A. V., Shevchuk V. O. Analiz rynku vyshchoi osvity v Ukraini za 2000-2013 roky / V. O. Shevchuk, A. V. Horban // Science and Education a New Dimension: Humanities and Social Science. – Budapest, 2013. – Vol. 6. – R. 98 – 103.

11. Karpiuk O. A. Analiz ta otsinka rivnia rozvytku rynku osvitnikh posluh v Ukraini / O. A. Karpiuk // Visnyk ZhDTU : Ekonomichni nauky. – 2009. – № 3 (49), –S. 74-78.

12. Maliukina A. O. Analiz rynku osvitnikh posluh v Ukraini / A. O. Maliukina // Hlobalni ta natsionalni problemy ekonomiky. – 2014. – Vypusk 2. – S. 617-620 [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://global-national.in.ua/archive/2-2014/125.pdf.

13. Milevskyi S. V. Analiz rynku osvitnikh posluh v Ukraini / S. V. Milevskyi // Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu, – 2014). – Vyp. 8 (3), – S. 34-39.

14. Chernysh O. V. Analiz suchasnykh tendentsii rozvytku rynku osvitnikh posluh v Ukraini / O. V. Chernysh // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu tekhnolohii ta dyzainu. Spetsvypusk : Efektyvnist orhanizatsiino-ekonomichnoho mekhanizmu innovatsiinoho rozvytku vyshchoi osvity Ukrainy. – 2016. – S. 114-121.

15. Zharska I. O., Netkova V. M. Suchasnyi stan i tendentsii rynku osvitnikh posluh v Ukraini: statystychni otsinky / I. O. Zharska, V. M. Netkova // Statystyka Ukrainy. – 2014. – № 2. – S. 45-51.

16. Totska O. Analiz koniunktury rynku osvitnikh posluh mista Lutska z pidhotovky bakalavriv dlia sfery biznesu. Stan ta perspektyvy innovatsiino-investytsiinoho rozvytku mista Lutska : zb. nauk. pr. za materialamy nauk.-prakt. konf. Lutsk, 2012. S. 36–41.

17. Khandii O. O. Doslidzhennia osoblyvostei rynku osvitnikh posluh vyshchykh navchalnykh zakladiv / O. O. Khandii // Ekonomika ta derzhava. – 2015. – № 4. – S. 44-47.

18. Shender A. R. Otsiniuvannia rehionalnykh rynkiv osvitnikh posluh u sferi vyshchoi osvity v umovakh aktyvnoho vplyvu zovnishnoho seredovyshcha / A. R. Shender Rehionalna ekonomika. – 2013. – № 3. S. 199-210.

19. Yurchuk L. M. Mekhanizm formuvannia rehionalnoho rynku osvitnikh posluh. Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka / L. M. Yurchuk. – 2011. – Vyp. 1 (5) [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : www.dridu.dp.ua/zbirnik/2011-01(5)/11ylmrop.pdf.

20. Lomonosov A. V., Savchenko (Lomonosova) O. E. Tendentsii rozvytku rehionalnoi tekhnichnoi osvity ta yikh vplyv na menedzhment u vyshchykh navchalnykh zakladakh / A. V. Lomonosov, O. E. Savchenko (Lomonosova) // Vestnyk Khersonskoho hosudarstvennoho tekhnycheskoho unyversyteta. – 2001. – № 2 (11). – S. 160-164.

21. Lomonosov A. V., Lomonosova O. E. Analiz rozvytku vyshchoi osvity Khersonskoi oblasti (vyshchi navchalni zaklady III-IV rivniv akredytatsii) : zb. mat. nauk-prakt. Konf. «Prohnozuvannia sotsialno-ekonomichnoho rozvytku Khersonskoi oblasti». – 2003. – 199–201.

22. Lomonosov A. V., Lomonosova O. E. Problemy rozvytku liudskoho intelektualnoho kapitalu Khersonshchyny / A. V. Lomonosov, O. E. Lomonosova // Tavriiskyi naukovyi visnyk. – 2008. – Vyp. 57. – S. 147 – 152.

23. Lomonosov A. V., Lomonosova O. E. Analiz dynamiky kilkosti studentiv i chyselnosti naukovo-pedahohichnykh pratsivnykiv u Khersonskii oblasti / A. V. Lomonosov, O. E. Lomonosova // Tavriiskyi naukovyi visnyk. – 2010. – Vyp. 69. – S. 328 – 341.

24. Zaichuk T. O. Teoretychni aspekty vyznachennia rynkovoho potentsialu i tarhetynhu vitchyznianymy pidpryiemstvamy / T. O. Zaichuk // Marketynh i menedzhment innovatsii. - 2012. - № 1. - S. 96-104.

25. Prymak T.O. Marketynh. Navch. posib. — K.: MAUP, 2004. – 228 s. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : https://readbookz.net/book/146/4106.html.

26. Shvydanenko H. O., Dmytrenko A. I. Biznes-diahnostyka pidpryiemstva : navch. posib. / H. O. Shvydanenko, A. I. Dmytrenko. – K. : KNEU, 2013. – 448 S.

27. Trachenko L. A. Osoblyvosti funktsionuvannia rekreatsiino-turystychnoho rynku v Ukraini / L. A. Trachenko // Rozvytok ukrainskoho turyzmu yak zasib podolannia kryzovykh naslidkiv: mat. 6-oi Mizhrehion. Nauk.-prakt. Konf. MAUP. – Odesa, 2010. [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2375.

Надійшла / Paper received: 19.10.2018
Надрукована / Paper Printed : 06.12.2018