

Електронне наукове фахове видання "Ефективна економіка" включено до переліку наукових фахових видань України з питань економіки (Наказ Міністерства освіти і науки України від 29.12.2014 № 1528) www.economy.nayka.com.ua | № 5, 2019 | 30.05.2019 р.

DOI: [10.32702/2307-2105-2019.5.66](https://doi.org/10.32702/2307-2105-2019.5.66)

УДК 339.1:37.04

*С. Я. Касян,
к. е. н., доцент, доцент кафедри економічної теорії та маркетингу,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ORCID: 0000-0002-7103-4457*

*Г. Т. Куроян,
студент кафедри економічної теорії та маркетингу,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара
ORCID: 0000-0001-6890-1460*

МАРКЕТИНГОВЕ ІННОВАЦІЙНЕ І ТЕХНОЛОГІЧНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ОНЛАЙН ОСВІТИ В УКРАЇНІ ТА СВІТІ

*S. Ya. Kasian
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of
Economy Theory and Marketing, Oles Honchar Dnipro National University
G. T. Kuroyan
student of the Department of Economy Theory and Marketing, Oles Honchar Dnipro National
University*

THE MARKETING INNOVATIVE AND TECHNOLOGICAL SUPPORT OF DEVELOPMENT EDUCATION ONLINE IN UKRAINE AND THE WORLD

У роботі висвітлено теоретичний зміст та науково-методичне забезпечення інноваційного розвитку онлайн освіти та проаналізовано рівень затребуваності онлайн освіти в Україні та світі. Підтверджено, що у 2020 році Інтернет-освіта опиратиметься на все більше нових інформаційно-освітніх технологій: ігрові програми, відеоматеріали, елементи доповненої або віртуальної реальності. У центрі уваги маркетингових інноваційних освітніх технологій будуть, звичайно, залишатися люди. Визначено основні причини, які заважають навчатися із використанням дистанційних методів Світ став настільки швидким, що маркетингова інноваційна освіта має надавати тільки чіткі відповіді на короткі запитання. Розробка інструментів діагностики психологічного стану, когнітивних поведінкових особливостей – один із важливих напрямків в адаптивному онлайн-навчанні. Тому для цього сучасній освіченій людині потрібна буде належна мотивація та терплячість для щоденної роботи.

In this work, you can find the theoretical content, scientific and methodological support of marketing innovative development of online education and analyzes of demand level of online education in Ukraine and the world. No doubt that in the year 2020, online education will rely on more and more new information and educational technologies: gaming programs, video materials, elements of augmented or virtual reality. Of course, people will remain the focus of marketing innovative educational technologies. The main market and didactic reasons that prevent learning

from using remote methods are determined. The world has become that fast that marketing innovation education should provide only clear answers on short questions.

The development of instruments for diagnosing a psychological state, cognitive behavioral features is one of the important areas in adaptive online learning. Therefore, this modern educated person will need proper motivation and patience for daily work. Scientists predict the possibility of using a new kind of big data – emotion data. Already now, some companies produce software that analyzes emotional feedback from students and selects the appropriate interface. We can see that the markets of big cities and in the countryside are not the same, thus, it is very difficult for teachers from small cities to find clients to provide such online resources. A graphical analysis of the level of demand for online education in Ukraine and the world has been conducted. Graphically illustrated the complex of reasons that hinder studying using Internet technologies in 2017.

With a big probability, large companies will start using open online courses as a marketing tool for attracting customers. As the number of target audiences increases, the number of online schools grows too. All these things lead to creating of the competitive environment, as these schools do not have a specific location, which leads to improved quality of education and a reduction in costs of educational services. The reaction to the growth of educational-market requirements may be the systematic introduction of such innovative technologies as big data, educational interaction in chats, individual delivery of virtual educational content and the involvement of students to webinars. Companies will be forced to invest in these technological things to remain competitive.

Ключові слова: *онлайн освіта; маркетинг; інновації; технологічне забезпечення; освітні технології.*

Keywords: *online education; marketing; innovations; technological support; educational technologies.*

Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Останнім часом, через активний розвиток інноваційних технологій, класична освіта починає втрачати частку ринку. Все більше людей віддають перевагу гнучким онлайн курсам замість фундаментальної освіти, недостатньо застосовуються маркетингові інноваційні технології. На думку фахівців, основні та маркетингові тренди у світовій онлайн-освіті є так чи інакше пов'язані із розширенням асортименту освітніх програм. На українському ринку освітніх послуг, стало спостерігається тенденція розширення інтерактивної компоненти онлайн навчання, що приводить до зростання конкурентоспроможності сучасних інноваційних вищів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальність цього питання полягає у тому, що протягом короткого проміжку часу онлайн-освіта за відповідної маркетингової інноваційної підтримки стане вагомим конкурентом для офлайн сектору освітніх процесів. Через це навчальні заклади, які не бажають втратити конкурентоспроможність, мають змінюватися, що вже роблять провідні університети світу. Питанням розвитку маркетингу освіти на інноваційних засадах присвячено праці таких вітчизняних і закордонних науковців, практиків, як: Кристина Геворкян, Костянтин Покотило, Олег Серняк, Максим Сундалов, Роберт Сухарські, Т. В. Фініков та ін.

Формулювання цілей статті. Метою статті є удосконалення теоретико-методичних положень щодо маркетингового інноваційного і технологічного забезпечення розвитку онлайн освіти в Україні та світі.

Відповідно до окресленої мети у роботі поставлені такі **завдання:**

– висвітлити теоретичний зміст та науково-методичне забезпечення маркетингового інноваційного розвитку онлайн освіти;

– проаналізувати рівень затребуваності онлайн освіти в Україні та світі;

– визначити основні ринкові і дидактичні причини, які заважають навчатися із використанням дистанційних методів.

Проте у наявних науково-практичних публікаціях недостатньо відображені інноваційні складові маркетингової технологічної підтримки розвитку і запровадження ефективних методів і процедур онлайн освіти.

Вклад основного матеріалу дослідження. За 2014 рік кількість університетів з онлайн-курсами збільшилася до 400, а кількість доступних програм – до 2400 [12]. А онлайн-навчання пройшли десятки мільйонів користувачів Інтернету у багатьох країнах. При чому цей процес ефективно організовується на засадах інноваційного маркетингу. Згідно висновків фахівців освітнього менеджменту акселератора онлайн-шкіл, людством отриманий значний масив даних, що надає можливість виявити закономірності та

оптимізувати, віртуалізувати процес навчання і онлайн контент [7]. Аналіз навчальної діяльності учнів, студентів у сучасному інформаційно-когнітивному просторі дозволяє виявити особливості його сприйняття і пам'яті, слабкі сторони, типові помилки і незрозуміння певних розділів програми для створення гнучкого індивідуального освітнього маршруту, підвищення рівня залучення та якості освіти. Дослідження McKinsey в університеті Арізони (2014 р.) засвідчує, що застосування адаптивних технологій привело до зниження кількості студентів, що кидають навчання (на 7%) [7; 10].

Фахівці відмічають топ-8 трендів онлайн-освіти у 2019 році. Це такі тренди, як:

- адаптоване навчання, що містить конфігурацію персоналізованого, індивідуального контенту;
- мікронавчання із прикладним забезпеченням у виді відео, ігор, вікторин, інфографіки;
- чат-боти у контексті застосування технологій штучного інтелекту;
- гейміфікація, як прояв взаємної цікавості під час навчання;
- VR-компоненти, що відображають розповсюдження віртуальної та розширеної реальності;
- поширення відеоконтенту у глобальному віртуальному інформаційному просторі;
- сценарії проектного навчання Peer-to-peer, що відображають комунікації суб'єктів у форумах, чатах, месенджерах;
- систематизація контенту, що сприяє поліпшенню сприйняття навчального матеріалу [9].

Ми вважаємо, що розробка інструментів діагностики психологічного стану, когнітивних поведінкових особливостей є один із найважливіших напрямків у адаптивному онлайн-навчанні [3; 4]. Науковці передбачають можливість застосування нового виду великих даних – Emotion Data. Вже зараз ведуться розробки програм, які аналізують емоційний відгук студентів і підбирають відповідний інтерфейс.

Стосовно причин, науковці, практики у сфері організації вищої освіти виділяють наступні, чому люди вибирають онлайн-освіту:

- великий вибір спеціалізованих тематик, а це є більше саме суті та конкретики;
- не дуже велика ціна, або навіть безкоштовно, у будь-якому випадку вартість значно нижче офлайн-конкурентів;
- дуже зручно у повсякденному використанні, добре поєднуються з основним місцем зайнятості;
- якщо курс проводиться англійською мовою, то він дає можливість знайомитись з людьми із інших країн [4; 6].

Стосовно навчання на дистанції у світовому віртуальному просторі, то воно розвивається у таких освітньо-наукових напрямках:

1). Інтернет-платформи для освіти, які надають безкоштовні онлайн-курси: Prometheus, EdX, Coursera, FutureLearn. Велика частина модулів записується дуже відомими вищими навчальними закладами. З іншої сторони, люди, які не дуже добре знають англійську можуть зіткнутися з проблемою розуміння контенту курсів. Але і в цих випадках, якщо є належна мотивація, то курс закінчити можна.

2). Навчання, яке проводиться людьми з компаній-експертів у своїй сфері. Наприклад, маркетингові компанії можуть навчати SMM, а IT-фірми – мови програмування [2; 6].

Для того, щоб точніше зрозуміти маркетингову перспективу розвитку онлайн-освіти у світі треба проаналізувати наступні дані, табл. 1.

Таблиця 1.

Унікальні відвідування в мережі Інтернет за країнами Європи протягом 2015-2018 рр., %

GEO / TIME	2015 p.	2016 p.	2017 p.	2018 p.
European Union - 28 countries	76	79	81	83
Belgium	83	84	86	87
Bulgaria	55	58	62	64
Czechia	77	79	81	84
Denmark	93	94	95	95
Germany (until 1990 former territory of the FRG)	84	87	87	90
Estonia	86	85	86	87
Ireland	78	79	79	80
Greece	63	66	67	70
Spain	75	76	80	83
France	81	82	83	85
Croatia	66	71	65	73
Italy	63	67	69	72
Cyprus	70	74	79	84
Latvia	75	77	78	81
Lithuania	69	72	75	78
Luxembourg	97	97	96	92

Hungary	72	78	76	75
Malta	75	77	80	80
Netherlands	91	92	94	94
Austria	81	82	85	85
Poland	65	70	73	75
Portugal	65	68	71	71
Romania	52	56	61	68
Slovenia	71	73	77	79
Slovakia	74	78	79	78
Finland	90	91	92	93
Sweden	89	91	95	91
United Kingdom	90	93	93	94
Iceland	:	:	98	99
Norway	96	96	96	97
Switzerland	:	:	91	:
Montenegro	:	:	69	70
North Macedonia	69	70	73	78
Serbia	62	:	68	72
Turkey	48	55	61	69
Bosnia and Herzegovina	:	:	:	68
Kosovo (under United Nations Security Council Resolution 1244/99)	:	:	82	87

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

Як свідчать дані табл. 1., практично у всіх країнах можна побачити зростання відвідувачів з кожним роком, попри те, що населення Європи активно старіє та активну еміграцію із депресивних країн у більш розвинені з більшою кількістю маркетингових та освітніх можливостей. При цьому, якщо кількість людей (у %), які беруть онлайн-курси не збільшиться, абсолютне значення буде активно зростати. Відсоток людей (за країнами Європи), які брали онлайн курс за останні три місяці протягом 2015-2017 рр., наведено у табл. 2.

Таблиця 2.
Чисельність людей за країнами Європи, які брали онлайн курс у 2015-2017 рр.
з будь-якого навчального предмета протягом останніх трьох місяців

GEO / TIME	2015 p.	2016 p.	2017 p.
European Union – 28 countries	6	6	7
Belgium	6	9	8
Bulgaria	3	2	2
Czechia	3	3	3
Denmark	7	:	9
Germany (until 1990 former territory of the FRG)	4	5	6
Estonia	9	8	11
Ireland	4	5	4
Greece	5	5	5
Spain	11	11	12
France	5	5	6
Croatia	3	5	2
Italy	4	5	5
Cyprus	3	3	4
Latvia	4	4	4
Lithuania	5	7	7
Luxembourg	10	9	9
Hungary	3	4	4

Malta	5	3	6
Netherlands	8	9	10
Austria	4	4	5
Poland	3	4	4
Portugal	4	4	5
Romania	4	3	3
Slovenia	3	3	5
Slovakia	3	3	4
Finland	13	14	16
Sweden	7	8	18
United Kingdom	11	12	13
Iceland	:	:	20
Norway	10	12	14
Switzerland	:	:	9
Montenegro	:	:	6
North Macedonia	6	5	4
Serbia	3	:	5
Turkey	2	2	2
Kosovo (under United Nations Security Council Resolution 1244/99)	:	:	3

Джерело: сформовано авторами на основі [1]

Дані таблиці 2 засвідчують, що, у середньому динаміка, як мінімум стала, а як максимум позитивна. Вражають дані за наступними країнами: Естонія, Іспанія, Голландія, Фінляндія, Швеція, Британія, Ісландія та Норвегія. У цих країнах значення переважає за 10%, а десь і досягає 20% [1].

Тренд впровадження онлайн-технологій розвивається і у сфері культури, освіти і туризму. Наприклад, музей історії Чикаго за допомогою Чиказького університету розробив телефонну програму в якій можна слідувати за подіями, змінюючи час в якому знаходиться спостерігач [7]. Онлайн-курси з віртуальним середовищем створює велика кількість західних університетів серед яких можна знайти членів Лігі плюща. Ця технологія сприяє тісному й ефективному спілкуванню студентів, які мешкають та навчаються на різних континентах [7].

Наступним трендом є вивчення матеріалу дрібними порціями, поділ великої спеціальності або курсу на міні-програми. Багаторічні вузівські програми є занадто громіздкі. Вони часто містять неактуальні дані і перенасичені теорією. Сьогодні на ринку праці більше цінуються сертифікати, що підтверджують наявність вузьких навичок. Унікальний професійний портрет співробітника складається не просто з диплома і досвіду, а й з сертифікатів міні-курсів. Платформа Coursera проводить так звані micro-credentials – мікрокурси для освоєння конкретних навичок у певних сферах [7].

Одним із найбільш перспективних напрямів в онлайн освіті є навчання іноземним мовам. Через активну глобалізацію світу, появу великої кількості матеріалів, викладених у вільному доступі та таких ресурсів як Youtube, які надають цей доступ, ринок онлайн освіти зростає приблизно на 30-50% щорічно. Також одночасно виникають перспективні компанії, що приваблюють економічних агентів. Такі агенти визначають значний маркетинговий потенціал у цьому ринку онлайн-освітніх послуг. При цьому вони мають суттєвий намір розвивати проекти в онлайн-освіті. Одними із найбільш успішних проектів є Busuu, LinguaLeo, PuzzleEnglish [2; 7; 10]. Можна логічно припустити, що виходячи із розвитку онлайн-освіти наступним кроком, стане поява великих моно-ресурсів, які будуть надавати глибокий та системний матеріал з обраного предмету, де люди будуть отримувати відповідні навички.

Вже зараз з'являються перші лідери на цьому шляху: компанія SkyEng, яка надає навчання онлайн з викладачами, яких студенти обирають через сайт (аналог Uber в освіті). Також проект з України Lingva.Skills – навчання, яке відповідає рівню стандартів ЄС. Цей проект за рік після створення вже має 2,5 мільйона клієнтів, ставши найбільшим за розміром освітнім проектом в Україні, та готується для виходу на міжнародну арену. Для великої кількості людей це може бути найкращим варіантом, через доступність у плані часу і коштів [5].

З 2013 року в Україні в сегменті онлайн-навчання працює стартап Preply – Інтернет-платформа для пошуку репетиторів. Спочатку програма допомагала знайти локального або Інтернет-викладача тільки з англійської. Незабаром команда додала й інші іноземні мови, а з вересня 2015 року на платформі можна було знайти репетитора з будь-якого предмету шкільної програми або педагога для власного розвитку (вокал, скрипка, фортепіано і т.д.). З моменту запуску компанії кількість користувачів і зареєстрованих викладачів постійно зростає: більше десяти тисячі педагогів з України, СНД, Європи і США і шість тисяч учнів [8-11].

Ми вважаємо, що такі ресурси служать мотивацією для регіональних викладачів до розвитку, що у перспективі приводить до зниження вартості освіти у великих містах. Не є секретом, що викладачі у вільний

час стараються підробляти репетиторством. Сформувався значний ринок для представників великих міст, але викладачам із села дуже важко знайти платоспроможних клієнтів, для яких саме надають такі онлайн ресурси.

Максим Сундалов відмічає, що за даними компанії Preply, найбільшої платформи для пошуку репетиторів, на освітні послуги спостерігається зростаючий попит в онлайн-форматі. Він слушно виокремлює такі фактори, що відображають тенденцію до зростання такого попиту:

1). Пересічний користувач Інтернету зараз прагне до самоосвіти, у якій вельми доречними стають технології навчання онлайн. Це дозволяє учням володіти сучасними знаннями і надає можливість комунікаційної взаємодії із колегами, друзями партнерами.

2). Розуміння переваг онлайн-освіти в індивідуальному удосконаленні якості шкільних знань задля успішного конкурування на іспитах.

3). Широка варіація віку тих, хто постійно навчається у мережі.

4). Відсутність просторових меж онлайн-навчання [8].

Тобто, онлайн-освіта є продуктом для будь-якої людини, яка бажає вчитися і може знайти для цього хоча б 30 хвилин на день.

Згідно статистики Preply графічно проілюструємо рівень затребуваності онлайн освіти в Україні та світі у 2017 р. (рис. 1).

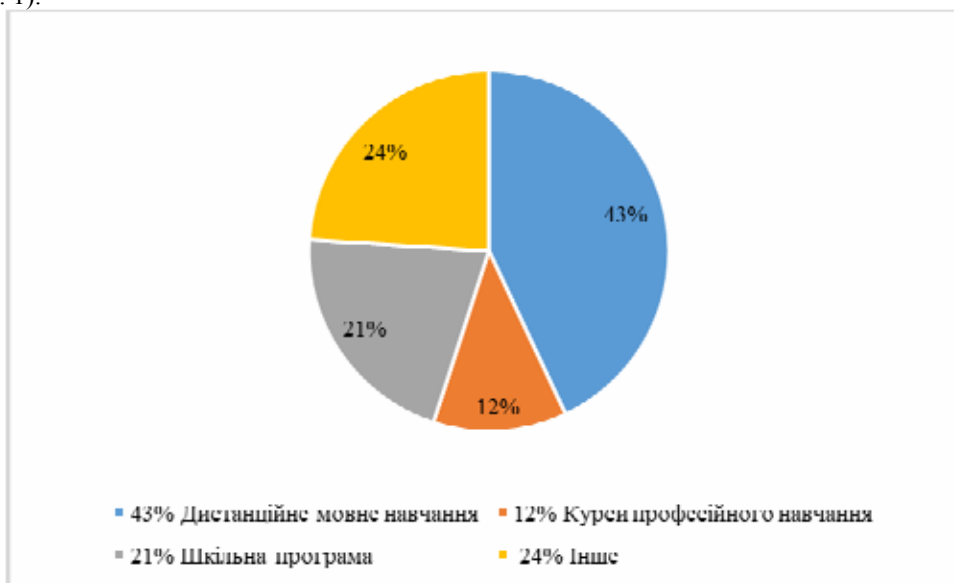


Рис. 1. Рівень затребуваності онлайн освіти в Україні та світі у 2017 р.

Джерело: сформовано авторами на основі [8]

Швидке зростання можна підтвердити даними компанії EnglishDom, у якій, у порівнянні з 2016 роком, у 2017 році фінансові показники зросли удвічі. Таке зростання дуже важко приписати тільки збільшенню частки ринку, зрозуміло, що ринок України чекає бум інноваційних освітніх послуг у цьому сегменті [8]. Зрозуміло, що ядром цільової аудиторії є молоді люди віком з 24 до 35 років, але з кожним роком охоплення стає все більш диверсифікованим. Зі зростанням кількості цільової аудиторії зростає кількість і онлайн-шкіл. Поступово створюється конкурентне середовище, оскільки ці школи не мають конкретної локації, що приводить до покращення якості навчання та зниження вартості освітніх послуг.

Фахівець наголошує, що компанія EnglishDom опитала власних клієнтів на предмет онлайн-навчання. Було комплексно встановлено чому вони вважають цей формат кращим. Найбільша кількість людей вважала, що гнучкий графік для них є у пріоритеті і що вони не готові змінювати свій типовий розпорядок дня. Було би справедливо відмітити, що формат онлайн занять зовсім не корелюється з кількістю пропусків. Таких знайшлося лише 3% [8; 10].

Також згідно дослідження Максима Сундалова [8], компанія провела опитування на предмет основних причин, які заважають ефективно вчитися у 2017 р., у відсотках від загальної кількості опитуваних. Опитування засвідчує такі результати: у 53% опитаних – це перебої з Інтернетом (насправді ці перебої є вагомою причиною), у 21% – якість звуку, а 9% респондентів відповіли що їм заважає відсутність реального викладача поруч (рис. 2).

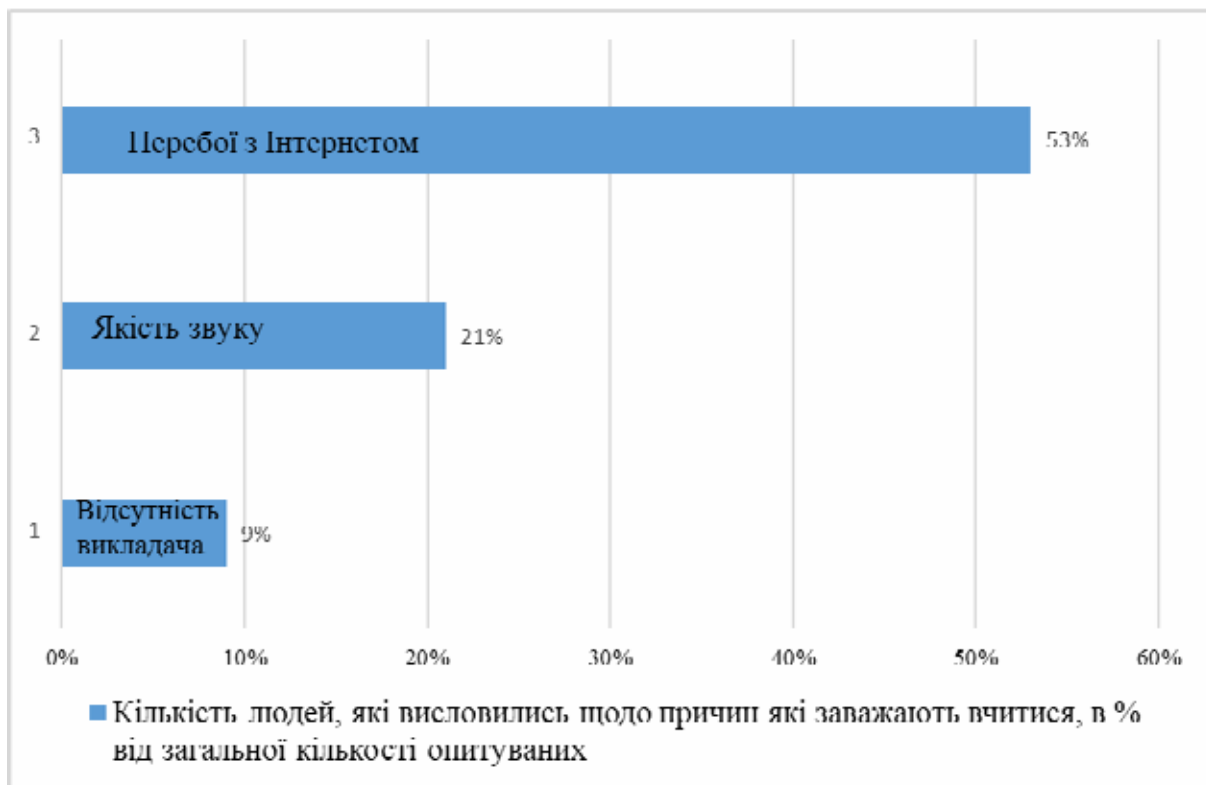


Рис. 2. Причини, які заважають вчитися з використанням Інтернет технологій у 2017 р.
Джерело: сформовано авторами на основі [8]

Стосовно термінів навчання англійської мови, у більшості випадків курс триває протягом одного року. Через те, що рік є досить великий часовий термін, зі зростанням змісту і структури попиту на інноваційні освітні послуги будуть зростати і вимоги до онлайн-шкіл. Відповіддю на зростання освітньо-ринкових вимог може бути системне запровадження таких інноваційних технологій, як: big data, освітня взаємодія у чатах, індивідуальне постачання віртуального освітнього контенту та залучення учнів до вебінарів. Компанії будуть вимушені інвестувати в ці технологічні речі, щоб залишатися конкурентоспроможними [9].

Модель відкритих онлайн-курсів у майбутньому дає більшу корисність для людей на гривню інвестицій, але надає менше потоку прибутку компаніям. На нашу думку, є велика ймовірність, що компанії з великим бюджетом почнуть застосовувати відкриті онлайн-курси, як маркетинговий інструмент для залучення клієнтів.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. У роботі висвітлено теоретичний зміст та науково-методичне забезпечення маркетингового інноваційного розвитку онлайн освіти та проаналізовано рівень затребуваності онлайн освіти в Україні та світі. Підтверджено, що у 2020 році Інтернет-освіта опиратиметься на все більше нових інформаційно-освітніх технологій: ігрові програми, відеоматеріали, елементи доповненої або віртуальної реальності. У центрі уваги маркетингових інноваційних освітніх технологій будуть, звичайно, залишатися люди. Визначено основні ринкові і дидактичні причини, які заважають навчатися із використанням дистанційних методів.

Проведено графічний аналіз рівня затребуваності онлайн освіти в Україні та світі. Графічно проілюстровано комплекс причин, які заважають вчитися з використанням Інтернет технологій у 2017 р. Встановлена велика ймовірність, що компанії з великим бюджетом почнуть застосовувати відкриті онлайн-курси, як маркетинговий інструмент для залучення клієнтів. Світ став настільки швидким, що маркетингова інноваційна освіта має надавати тільки чіткі відповіді на короткі запитання. Тому для цього сучасній освіченій людині потрібна буде належна мотивація та терплячість для щоденної роботи. Перспективами подальших розвідок у даному напрямі слід вважати розробку маркетингових процедур підтримки застосування міждисциплінарних інноваційних програм онлайн навчання в Україні та світі.

Список літератури.

1. European Commission. Eurostat. Data. Database. – [Digital source]. – Access, 14.04.2019: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database>.
2. Геворкян Кристина. Тренди в онлайн-навчанні: тухлі та справжні. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 14.03.2019 р.: <https://vc.ru/future/48437-trendy-v-onlayn-obuchenii-tuhlye-i-nastoyashchie>.
3. Касян С. Я. Якісні детермінанти та міждисциплінарні пріоритети підготовки фахівців з економічних спеціальностей у ВНЗ України / С. Я. Касян // Збірник тез доповідей Всеукр. наук.-метод. конф. «Управління

якістю підготовки фахівців». – (Одеса, 21-22 лютого 2017 р.) / Одеський державний екологічний університет. – Одеса : Одеський державний екологічний університет, ТЕС, 2017. – С. 35–36.

4. Касян С. Я. Якість інтердисциплінарних навчальних програм в українських та польських ВНЗ. Розділ 3. Якість освіти – стратегічний пріоритет реформування вищої школи України / С. Я. Касян. Інноваційний університет і лідерство: проект і мікропроекти : колект. моногр. / Відповідальні редактори Т. Фініков, Р. Сухарські. Факультет Artes Liberales Варшавського університету (Польща), Міжнародний фонд досліджень освітньої політики (Україна). – Варшава : Fundacja „Instytut Artes Liberales”, 2016. – 388 с. (С. 306–314).

5. Молчанова Наталія. Віталій Зубков, викладач, методолог проекту Lingva.Skills. Заговорити іноземною мовою може будь-хто. Для цього потрібна лише зухвалість. УКРІНФОРМ: Мультимедійна платформа іномовлення України. Розділ: Суспільство. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 28.03.2019 р.: <https://www.ukrinform.ru/rubric-society/2343343-vitalij-zubkov-prepodavatel-metodolog-proekta-lingvaskills.html>.

6. Онлайн-освіта: сім ключових трендів 2018 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 20.02.2019 р.: <https://geniusmarketing.me/lab/onlajn-obrazovanie-7-klyuchevyx-trendov-2018-goda>.

7. Онлайн-освіта: тренди та перспективи. Accel. Акселератор онлайн-шкіл. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 12.02.2019 р.: <https://the-accel.ru/onlajn-obrazovanie-trendyi-i-perspektivy>.

8. Сундалов Максим. Чого очікувати від українського ринку онлайн-освіти у 2018 році / Максим Сундалов – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 23.02.2019 р.: <https://delo.ua/lifestyle/chego-zhdat-ot-ukrainskogo-rynka-onlajn-obrazovaniya-v-2018-godu-338483>.

9. Топ-8 трендів онлайн-освіти у 2019 році. EdMarket. Проект «Методології-груп». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 02.04.2019 р.: <https://edmarket.ru/blog/top-trends-for-elearning>.

10. Тренди в онлайн-освіті: 2019. EdMarket. Проект «Методології-груп». – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 02.04.2019 р.: <https://edmarket.ru/blog/e-learning-trends>.

11. Тренди онлайн-освіти: досвід TED, LinguaLeo, Knewton та інших. Skillbox. Онлайн-університет професій майбутнього. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 14.03.2019 р.: <https://habr.com/ru/company/skillbox/blog/359002>.

12. Щорічно ринок онлайн-освіти зростає на 5%. Український бізнес ресурс. Розділи: ринок праці, освіта. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу, 12.04.2019 р.: <https://ubr.ua/labor-market/education/ejagodno-rynok-onlajn-obrazovaniia-rastet-na-5-355448>.

References.

1. European Commission (2019), “Eurostat. Data. Database”, [online], available at: <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (Accessed 14 April 2019).

2. Gevorkian, K. (2018), “Trends in the on-line education: rotten and real”, Blog VC, [online], available at: <https://vc.ru/future/48437-trendy-v-onlajn-obuchenii-tuhlye-i-nastoyashchie> (Accessed 14 March 2019).

3. Kasian, S. Y. (2017), “Qualitative determinants and interdisciplinary priorities of specialists education on economic specialties in higher education institutions of Ukraine”, *Zbirnyk tez dopovidej Vseukr. nauk.-metod. konf. Upravlinnia yakistiu pidhotovky fakhivtsiv* [Conference Proceedings of the All Ukrainian Scientific & Methodic Conference. Quality Management of Specialists Education], Odesa State Ecological University, Odesa, Ukraine, pp. 35–36.

4. Kasian, S. Y. (2016), *Yakist' interdystyplinarnykh navchal'nykh prohram v ukrains'kykh ta pol's'kykh VNZ. Rozdil 3. Yakist' osvity – stratehichnyj priorytet reformuvannia vyschoi shkoly Ukrainy* [Quality of interdisciplinary training programs in the Ukrainian and Polish higher education institutions. Section 3. Quality of education – strategic priorities of reforming of the higher school of Ukraine], *Innovatsijnyj universytet i liderstvo: proekt i mikroproekty, Fakul'tet Artes Liberales Varshavs'koho universytetu (Pol'scha), Mizhnarodnyj fond doslidzhen' osvitn'oi polityky (Ukraina), Fundacija „Instytut Artes Liberales”*, Warszawa, Poland.

5. Molchanova, N. (2017), “Vitalii Zubkov, teacher, methodologist of the Lingva.Skills project. Someone can start talking a foreign language. Only the impudence is for this purpose necessary”, *UKRINFORM: Mul'tymedijna platforma inomovlennia Ukrainy. Rozdil: Suspil'stvo*, [online], available at: <https://www.ukrinform.ru/rubric-society/2343343-vitalij-zubkov-prepodavatel-metodolog-proekta-lingvaskills.html> (Accessed 28 March 2019).

6. *Platform Genius Marketing* (2018), “Online education: seven key trends of 2018”, [online], available at: <https://geniusmarketing.me/lab/onlajn-obrazovanie-7-klyuchevyx-trendov-2018-goda> (Accessed 20 Feb 2019).

7. *Accel. Akselerator onlajn-shkil* (2018), “Online education: trends and prospects”, [online], available at: <https://the-accel.ru/onlajn-obrazovanie-trendyi-i-perspektivy> (Accessed 12 Feb 2019).

8. Sundałow, M. (2018), “What to expect from the Ukrainian market education online in 2018”, *Online wydania Delo.ua*, [online], available at: <https://delo.ua/lifestyle/chego-zhdat-ot-ukrainskogo-rynka-onlajn-obrazovaniya-v-2018-godu-338483> (Accessed 23 Feb 2019).

9. *EdMarket. Proekt Metodolohii-hrup* (2019), “Top-8 trends education online in 2019”, [online], available at: <https://edmarket.ru/blog/top-trends-for-elearning> (Accessed 02 April 2019).

10. *EdMarket. Proekt Metodolohii-hrup* (2019), “Trend in online education: 2019”, [online], available at: <https://edmarket.ru/blog/e-learning-trends> (Accessed 02 April 2019).

11. *Skillbox. Onlajn-universytet profesij majbutn'oho* (2018), “Trend in online education: experience TED, LinguaLeo, Knewton and other”, [online], available at: <https://habr.com/ru/company/skillbox/blog/359002> (Accessed 14 March 2019).

12. Ukrains'kyj biznes resurs. Rozdily: rynek pratsi, osvita (2015), "Annually the market online education 5% grows", [online], available at: <https://ubr.ua/labor-market/education/ejegodno-rynok-onlain-obrazovaniia-rastet-na-5-355448> (Accessed 12 April 2019).

Стаття надійшла до редакції 20.05.2019 р.