

УДК 339.138

Бобало О.Ю.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ ВІТЧИЗНЯНИХ ВНЗ В РИНКОВИХ УМОВАХ З ТОЧКИ ЗОРУ МАРКЕТИНГУ

В статті розглянуто особливості функціонування українських вищих навчальних закладів, які можна використати на користь ВНЗ за допомогою маркетингових інструментів. Наведено основні чинники, що впливають на діяльність ВНЗ.

Ключові слова: вищі навчальні заклади, особливості функціонування, чинники, маркетинг.

The article considers the features of functioning of the Ukrainian higher education institutions which can be used in favor of universities by applying the marketing tools. The basic factors which influence the activity of universities are reviewed.

Keywords: higher education institutions, the functioning features, factors, marketing.

У 2010 році в Україні нараховувалось 900 закладів вищої освіти. У 2005 році мережа державних організацій системи освіти містила в собі 654 ВНЗ з 1680 філіями, 2628 закладів середньої професійної освіти, 3789 закладів початкової професійної освіти, 63 закладів додаткової професійної освіти. Загальна кількість студентів і учнів, що навчаються на всіх рівнях освіти в Україні, складає 6 млн. осіб, у тому числі 3 596 тис. студентів ВНЗ. Недержавний сектор освіти представлений тільки в системі вищої професійної освіти: питома вага недержавних ВНЗ у загальному їхньому числі досягла 37,5%. В них навчається 13% від чисельності всіх студентів ВНЗ. Переважна більшість приватних та недержавних ВНЗ спеціалізується в напрямках, які не вимагають значних капіталовкладень в розвиток та підтримку матеріально-технічної бази, необхідної для навчання студентів технічних спеціальностей, тому в таких ВНЗ присутні переважно гуманітарні напрямки. В недержавних та приватних ВНЗ приділяється мало уваги науково-дослідницькій діяльності, науковим дослідженням в галузі фундаментальних та прикладних наук, відсутні системи підготовки кваліфікованих науково-педагогічних кадрів з використанням аспірантури і докторантури; переважно відсутні спеціалізовані Вчені ради по захисту кандидатських та докторських дисертацій. Кількість ВНЗ протягом останнього десятиліття неухильно зростає, а загальна чисельність населення України постійно скорочується, отже зростає і конкуренція між ВНЗ.

Варто зазначити, що спостерігається щорічне падіння рівня підготовки вступників до ВНЗ, що означає розрив між наявними у вступників знаннями та знаннями, які надають вищі навчальні заклади. Тобто знань вступників до ВНЗ не вистарчає для того, щоб гармонійно продовжити їхнє накопичення у ВНЗ. Це, в свою чергу, створює проблеми для викладачів ВНЗ та навчального процесу, з точки зору донесення інформації до слухачів лекцій – те що школяр повинен був вивчити в школі тепер потрібно викладати йому в ВНЗ, що робить процес викладання довшим, ніж 5-10 років назад і не вкладається в навчальні плани жодного ВНЗ.

Підтвердженням цього можна вважати дані рейтингу Глобальної конкурентоспроможності 2011-2012, де Україна займала 62 місце – за якістю освітньої системи, 52 місце – за якістю початкової освіти, 51 місце – за якістю вищої освіти. Ці результати є значно гіршими за результати попередніх 2010-2011 років, коли по вищенаведених показниках Україна займала відповідно 56, 49 та 46 місця [1, 2]. Окрім вищенаведених, варто відзначити ще й такі особливості функціонування ВНЗ, а також чинники, що впливають на їхню діяльність:

1. Специфічність ринку освітніх послуг з точки зору змісту продукту.
2. Одночасне виконання як ролі виробника товару, так і ролі його споживача.
3. Тенденція до змін статусу та змісту вищої освіти.

4. Падіння усвідомлення вступниками та студентами того, що їм потрібні знання, а не дипломна книжка.
 5. Ріст кількості працедавців, які розуміють обмеженість ринку кваліфікованих кадрів.
 6. Постійне збільшення обсягів інформаційних потоків.
 7. Затримка в декілька років між початком надання послуги з навчання та можливістю використання отриманих знань в повному обсязі.
 8. Відсутність певних знань та умінь (в т.ч. комунікативних), які мали б бути отримані протягом навчання у переважної більшості випускників ВНЗ.
 9. Зменшення кількості студентів та випускників, які хочуть займатись, або продовжувати займатись науковою діяльністю.
 10. Розвиток всіх напрямків наукової діяльності, які присутні в певному ВНЗ.
 11. Неможливість спрогнозувати рівень державного бюджетування на наступні періоди.
 12. Необхідність проведення фандрайзінгу.
 13. Скорочення кількості випускників шкіл через демографічну кризу початку 90-х років минулого століття.
 14. Пошук ЦА на результати наукових досліджень.
 15. Низький рівень знання іноземних мов викладачами та науковцями ВНЗ.
 16. Відсутність наукових підходів до формування іміджу ВНЗ.
- Розглянемо ці чинники та особливості середовища ВНЗ детальніше.

1. Специфічність ринку освітніх послуг з точки зору змісту продукту, оскільки основним товаром, який пропонується вищим навчальним закладом є інформація. Інформація є одним з небагатьох ресурсів, які є невичерпними. Ринок інформаційних продуктів та послуг щороку зростає темпами, які в декілька раз перевищують темпи росту ринків в інших галузях. Його перспективність визначається і тим, що інформацією неможливо запастись заздалегідь, її не буває достатньо, вона щосекунди змінюється та оновлюється, тому усі галузі, без виключення, відчувають неперервну потребу в інформації. Постійне оновлення інформації людиною та її аналізування стають життєво необхідними, оскільки часто можуть вказати на значні зміни, а деколи і на занепад цілих галузей діяльності на ринку незалежно від того, наскільки ці галузі розвинуті в кожній країні. Так, прогноз світових рейтингової асоціації FutureEurope на 2011-2015 роки [3] вказує, що з імовірністю 97% галузь інформаційних технологій поглине ряд суміжних галузей (ігри, грошові перекази, валютні спекуляції, реєстрацію юридичним особам тощо) та виросте на 170-200%. Ця незначна за своїм змістом (але не суттю) інформація несе в собі величезний об'єм потенціалу, який може використати кожен, хто володіє, навіть, посередніми аналітичними здібностями – збільшення потреби в експертах з даних галузей, які володіють на необхідному рівні відповідними досвідом, навиками та знаннями ІТ, «смерть» вищенаведених поглинутих галузей, потреба в додатковому навчанні за певними напрямками, особливо для глибокого розуміння ІТ-працівниками специфіки тих галузей, які будуть поглинатись.

Розглядаючи питання збільшення обсягів інформації необхідно зазначити, що одночасно зі збільшенням цих обсягів, пришвидшується застарівання інформаційних продуктів – якщо 10-20 років тому середній життєвий цикл інформаційного товару складав приблизно 10 років, то зараз скоротився до 2-4 років [4].

2. ВНЗ є організаціями, які є інтенсивними споживачами власних послуг. Тобто, частина випускників ВНЗ, залишається працювати в ньому шляхом здійснення наукових досліджень (аспірантура), працевлаштування на посади, які не вимагають досвіду роботи та

наукового ступеня – інженерами, асистентами, лаборантами, допоміжним персоналом і т. п. Це може вказувати на існування не так спіральної системи освіти, як замкнутої кругової - при низькому рівні надання освітніх послуг певними ВНЗ, ці вищі навчальні заклади виховують недостатньо підготовані професійні кадри, які наступному поколінню студентів знову надають освітні послуги на низькому рівні.

3. З часу розпаду Радянського Союзу і дотепер, система освіти України продовжує працювати за отриманими в спадок радянськими освітніми системами – за останні 20 років було проведено лише незначні корективи. Тому, через застарілість освітньої системи, існує значна потреба в проведенні реформ. Тенденція до змін статусу та змісту вищої освіти, зумовлена глобальними змінами в суспільстві. Значне збільшення потоків інформації, інформатизація суспільства та ускладнення технологічних процесів призвели до зміщення від потреби в кваліфікованих робочих кадрах, до потреби в інтелектуальних працівниках. У Світовій декларації ООН стосовно вищої освіти XII століття, проголошеної у 1998 році говориться: «На порозі XXI століття ми стаємо свідками безпрецедентного попиту на вищу освіту та її широку диверсифікацію поряд з все більшим усвідомленням її вирішального значення для соціально-культурного та економічного розвитку і створення такого майбутнього, в якому більш молоді покоління повинні будуть оволодівати новими навичками, знаннями та ідеями». А це, в свою чергу призводить до необхідності зміни навчальних підходів. Так, застарілим варто вважати підхід, в якому студентам викладається тільки теорія і основною метою є «втиснути» якомога більше знань та стандартів, повинен змінитись на підхід, в якому базовим елементом стане стимулювання студентів мислити творчо а також зрозуміти важливість та потребу в саморозвитку. Провідні ВНЗ Західної Європи вже внесли зміни до навчальних підходів, так в Оксфордському університеті кількість годин, відведених студентам на самостійну роботу значно перевищує кількість годин запланованих на роботу з викладачем. А викладачі виконують функцію наставника (викладачів як таких не існує, існують mentors - наставники), а не вчителя.

4. Падіння усвідомлення вступниками та студентами того, що їм потрібні знання, а не дипломна книжка. За даними вітчизняних ВНЗ зменшується кількість бюджетних студентів, які навчаються. В той же час збільшується кількість студентів, які оплачують своє навчання, але, незважаючи на витрати, не докладають належних зусиль для отримання та засвоєння знань. Якість освітніх послуг ряду недержавних ВНЗ є сумнівною. І, вже сьогодні, при прийомі на роботу можна зустріти інформацію на кшталт: «випускників *таких-товмищих навчальних закладів* просимо не турбувати). В результаті цього середньостатистичний рівень знань в державі падає.

5. Ріст кількості працедавців, які розуміють обмеженість ринку кваліфікованих кадрів, що призводить до того, що працедавці починають приділяти все більшу увагу прямому відбору випускників вищих навчальних закладів одразу по закінченню ними навчального закладу, а іноді і на останніх роках їхнього навчання у закладі. Отже з'являється можливість запровадити стипендії від меценатів чи підприємств, які виплачують стипендії і, одночасно, готують собі кадровий потенціал. Адже протягом певного періоду часу організації, підприємства та інші суб'єкти підприємницької діяльності мають можливість спостерігати за навчанням конкретних студентів, оцінювати їхні можливості і брати до себе на роботу не «кота в мішку», а випускника, якого вони вже знають.

6. Постійне збільшення обсягів інформаційних потоків, швидкості їх надходження вимагає більш швидкого, ніж декілька десятиліть назад, усвідомлення інформації, її аналізування та видачі результату або ефективного рішення. Статистичними даними доведено, що матеріали, які публікуються в газеті New York Times протягом тижня, містять

інформації більше, ніж сприймала окрема людина у XVIII столітті протягом всього свого життя.

Сьогодні, для того, щоб успішно працювати, середньостатистичному працівникові необхідно не тільки володіти інформацією стосовно подій на підприємстві, в місті та державі знаходження підприємства, але і здійснювати постійні пошуки інформації щодо подій та тенденцій розвитку аналогічних та суміжних ринків на усіх континентах і ще багато іншої інформації. Така гіпотеза підтверджується словами М. Згуровського: «У всіх сферах людської діяльності суттєво зростає роль системних, міждисциплінарних знань людини, необхідних для раціонального та осмисленого оперування з безмежними потоками знань та даних з метою вирішення нових, нестандартних проблем. В цій новій парадигмі найбільш важливе місце надається аналітичним здібностям педагога та вченого, тобто його здатності систематизувати необхідну інформацію, точно формулювати проблеми та гіпотези, бачити в сукупності даних певні закономірності, отримувати рішення нестандартних міждисциплінарних завдань» [5]. Але, будь-яка інформація мало важить, якщо її не помістити в певну систему, яка будучи цільною дасть цільну картину того, що відбувається [6], а це неможливо без її аналізування, що потребує постійної концентрації уваги, спрямованої на відбір корисної та відсів непотрібної інформації, зменшує час на прийняття рішень, що призводить до потреби пошуку нових методів обробки та аналізування інформації. Такі методи можуть розроблятися та пропонуватися ВНЗ.

7. Для освітніх послуг характерна затримка в декілька років між початком надання послуги (навчання) та можливістю використання отриманих знань в повному обсязі, а, отже, побачити наскільки отримані знання були актуальними і, чи принесуть його власникові очікувані рівень добробуту та кар'єрне просування. Тому оцінити якість в процесі отримання освіти вкрай важко, аж до моменту застосування знань, отриманих під час навчання.

8. Працедавці звертають увагу на те, що переважна більшість випускників ВНЗ не володіє знаннями та вміннями роботи в колективі, комунікаційними навиками і часто не можуть скласти ділового листа, допускаючи в ньому значну кількість граматичних та пунктуаційних помилок. Частина працедавців скаржиться, що претенденти на вакансію, які щойно закінчили ВНЗ не є пунктуальними та мають завищені, нічим не підкріплені вимоги до рівня оплати праці.

9. Результатом пункту 4 є зменшення кількості студентів та випускників, які хочуть займатись, або продовжувати займатись науковою діяльністю (присвятити себе науці). І частішають випадки того, що випускники залишаються після закінчення ВНЗ у своїй Альмаматері не для розвитку конкретного напрямку науки, а через те, що не впевнені, що зможуть працевлаштуватись на іншому місці. Тому, викладанням займаються особи, які або не мають достатніх знань в необхідній галузі, або володіють знаннями в абсолютно іншому напрямку науки. Рівень викладання падає разом з рівнем підготовки студентів. Так, у Вінницькій області з загальної кількості випускників, який було прийнято на роботу в 2007-2009 роках, за даними Рахункової палати, протягом першого року було звільнено 87,5% [7]. Також, суттєвою проблемою протягом останніх років є кваліфікаційний рівень випускників факультетів журналістики, які отримали необхідні знання письма, але не перевірки отриманих фактів, абсолютно не орієнтуються в проблемах тих чи інших галузей народного господарства. А більшість випускників спеціальності «Міжнародні відносини» не розуміють суті базових понять та аспектів міжнародної діяльності (роботи митниці, термінів ІНКОТЕРМС і т.п.). Комерціалізація вищої освіти призвела також до того, що вищим навчальним закладам стало не вигідно виключати з своїх лав студентів, які навчаються на комерційній основі, оскільки в такому випадку ВНЗ втрачає не лише частину коштів, які надходили від таких студентів але і зменшується навантаження на викладачів.

10. Кожен ВНЗ бажає активно розвивати всі актуальні напрямки наукової діяльності. А для ефективних наукових розробок необхідна співпраця з іншими організаціями – підприємствами, незалежними лабораторіями, іншими організаціями включно з вищими навчальними закладами в тому числі і закордонними, участь в грандах, конкурсах, конференціях, симпозіумах і т.п.

11. Державний ВНЗ є неприбутковою організацією, яка фінансується з Державного бюджету України і спланувати рівень державного фінансування на наступний рік навчальний заклад не може, оскільки рішення про величину бюджету приймає Верховна Рада України, а розподіл між ВНЗ здійснює Міністерство освіти і науки, молоді та спорту. Але вищий навчальний заклад, може самостійно розпоряджатись доходами та іншими надходженнями одержаними від дозволених законодавством платних послуг. Для фінансування ВНЗ можуть залучатись додаткові джерела фінансування не заборонені законодавством [8]. Одним з таких джерел може бути активна маркетингова діяльність в напрямку надання консалтингових послуг, проведення досліджень, надання вільних площ, які є власністю ВНЗ в оренду з метою розміщення реклами і т.п.

12. Постійні нестача фінансових ресурсів та загроза скорочення державного фінансування стимулює державні навчальні заклади до пошуку сторонніх ресурсів (переважно грошових), фондів, програм для реалізації власних проектів та задач. В цьому випадку використовується фандрайзинг [9] (від англ. fund – кошти, фінансування; rising – піднімати, залучати), який полягає у пошуку донорів, обґрунтуванні потреб закладу, та формуванні громадської думки на користь закладу. До донорів відносяться як фізичні особи (в тому числі батьки студентів, випускники), так і юридичні – підприємства, корпорації, фонди тощо.

13. Демографічна криза першої половини 90-х років ХХ ст., привела до скорочення кількості випускників шкіл а отже і абітурієнтів 2011-2012 років, що зменшує державне замовлення по більшості спеціальностей, а отже збільшує конкуренцію між ВНЗ, особливо по залученню абітурієнтів на комерційній основі, оскільки скорочення студентів приводить до потреби перегляду навчальних планів, зменшення навантаження на одного викладача. В цьому випадку ВНЗ стикається з дилемою або знизити викладачам заробітну плату, або скоротити певну кількість викладачів, або шукати нові ринки збуту власних послуг чи нову цільову аудиторію. Протилежна ситуація складається в країнах Західної Європи. За даними Європейської Комісії [10], згідно досліджень, у 2020 році 35% усіх посад в межах Європейського Союзу вимагатиме кваліфікацій високого рівня, а заклади вищої освіти зараз забезпечують підготовку та випуск тільки 26% таких кадрів. Тому Європейська комісія висуває вимогу до країн Євросоюзу – 40% молодих людей в Європі повинні у 2020 році мати закінчену вищу освіту.

14. Важко знайти покупця на результати наукових розробок та досліджень. Крім продажу наявних наукових розробок, закордонні університети активно працюють з потенційними споживачами, шляхом їхнього пошуку та залучення до дослідницького процесу. Кожен університет намагається відкрити в себе для кожної наукової школи, наявної в його “стінах” науково-дослідницький центр. Здійснювати фінансування такого центру власними силами ВНЗ, як правило, не спроможний, тому здійснює пошук потенційних партнерів-спонсорів, які в майбутньому зможуть використовувати розробки такого центру. Університети в такому випадку ще до отримання результатів досліджень та розробок отримують реального покупця, який вносить часткову передоплату за майбутній продукт. Підприємствам така співпраця є вигідною, оскільки вони економлять на відкритті власних наукових центрів (НДЦ) з оплатою науковцям, яка є вищою, ніж в НДЦ при університетах. Варто зауважити, що останнім часом багато великих міжнародних корпорацій типу Philips,

General Electric закрили частину власних НДЦ та користуються послугами незалежних центрів, які завдяки використанню інформаційних технологій можуть знаходитись не лише в іншій країні, але і на іншому континенті. Така співпраця характерна і для компаній, які використовують результати програмного забезпечення. Така співпраця підприємств та ВНЗ позитивна і тим, що крім підняття ВНЗ на якісно новий рівень шляхом підняття кваліфікації науковців, також створює додаткові робочі місця.

15. Недостатня кількість викладачів та науковців з знанням іноземної мови, що негативно впливає на кількість іноземних студентів в ВНЗ України, унеможлиблює викладання предметів англійською мовою, що вже стало звичною практикою багатьох закордонних ВНЗ, національною мовою яких не є англійська. Поверхнєве знання іноземних мов науковцями впливає і на кількість публікацій в іноземних фахових виданнях, в тому числі у виданнях, що входять до переліку Scopus, а це є одним з факторів оцінювання ВНЗ в міжнародних рейтингах.

16. Відсутні наукові підходи до формування іміджу ВНЗ, до використання його атрибутів та відзнак, представлення закладу на вітчизняних та міжнародних заходах, в тому числі на виставках, фестивалях, форумах.

Зважаючи на характерні для теперішнього часу тенденції, що ведуть до зменшення кількості вищих навчальних закладів за рахунок поглинання менших та перевід найменших ВНЗ в статус коледжів, більшість ВНЗ починають надавати, фактично, однакові послуги. В такому випадку різницю між закладами побачити стає все складніше.

Якщо ВНЗ бажає активно розвиватись на ринку освітніх послуг, здійснювати постійний моніторинг цього ринку, покращувати власний імідж, активно співпрацювати з суспільством, використовувати нестандартні для вітчизняної освіти підходи, які довели свою ефективність в країнах західної Європи та Північної Америки та збільшити власні доходи, то такий ВНЗ повинен мати в своєму складі підрозділ маркетингу.

Конкурентоспроможність України, як і будь-якої держави визначається конкурентоспроможністю усіх галузей а отже і конкурентоспроможністю кожного працівника. Тому в ринкових умовах кваліфікація, принципи роботи та ефективність працівників стають вирішальними складовими успіху організації.

Література

1. Полянський П. Стрімке падіння вгору або Які насправді місця посідає українська освіта у світових рейтингах // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://education.unian.net/ukr/detail/192419>
2. Україна піднялася в рейтингу глобальної конкурентоспроможності // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://news.finance.ua/ua/~1/0/all/2011/11/30/260875>
3. Хорошо информированные оптимисты // Комп&ньон (діловий журнал). – 2011. - №40. – С. 10.
4. Єжова Л. Ф. Інформаційний маркетинг: Навч. посібник. — К.: КНЕУ, 2002. — 560 с.
5. Икеда Д., Згуровский М. Япония и Украина: разные судьбы, общие надежды // Кампус. – 2010. - №4. – С.12-33.
6. Почепцов Г. Г. Профессия имиджмейкер. — 2-е изд., испр. и доп. — СПб.: Алетейя, 2001. — 256 с.
7. Рябкова Д. Теорема непонимания // Инвестгазета. – 2011 - №20. – С. 12-16.
8. Закон України «Про вищу освіту» № 2984-III від 17.01.2002 // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2984-14/print1330071779237650/>
9. Фандрайзинг // [Електронне джерело]: Режим доступу URL: <http://uk.wikipedia.org/w/index.php?title=Фандрайзинг&oldid=9033858>
10. МЕМО/11/615, European Commission (Brussels, 20 September 2011).

Рекомендовано до публікації
д.е.н., проф. Єрмошкіною О.В., 01.03.2012 р.

Надійшла до редакції
05.02.2012 р.