

многоквартирных домов: извлечение] / К.Г. Цицин // Национальные проекты. - 2011. - № 6. - С. 18-21

3. *Онищук Г.І.* Нові підходи до фінансування капітального ремонту житлового фонду України / Г.І. Онищук, В.Г. Марочко, В.А Руденко, В.М Кірюшин // Реконструкція житла. – 2008. - №9. – С. 377-388.

4. *Гуменюк В.С.* Капитальный ремонт: где найти средства / В.С. Гуменюк // Управление многоквартирным домом. - 2012. - № 2. - С. 66-69

5. Фонд сприяння реформування ЖКГ [Електронний ресурс] // Режим доступу: <http://www.fondgkh.ru>

Отримано: 01.10.2013

УДК 339.138

**А.М.Тугай,
А.Ф.Гойко,
М.А.Єлішевич**

МАРКЕТИНГОВІ ПРИЙОМИ, ЩО СПРИЯЮТЬ РОЗВИТКУ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

АНОТАЦІЯ

Висвітлено маркетингові прийоми щодо активізації розвитку ринку освітніх послуг то підвищення конкурентоспроможності вищих навчальних закладів.

Ключові слова: *маркетингові прийоми, освітні послуги, ринок, конкуренція, фахівець, розвиток.*

АННОТАЦИЯ

Освещены маркетинговые приемы активизации развития рынка образовательных услуг то повышение конкурентоспособности высших учебных заведений.

Ключевые слова: *маркетинговые приемы, образовательные услуги, рынок, конкуренция, специалист, развитие.*

ANNOTATION

Illuminated marketing techniques enhance the development of the education market is improving the competitiveness of higher education

institutions.

Keywords: *marketing techniques, educational services, market, competition, specialist development.*

Форми навчання, існуючі в системі вищої професійної освіти, зараз в тій чи іншій мірі переживають кризу (рис. 1):

- територіальна обмеженість – нездатність забезпечити всім бажаючим можливість отримати необхідну їм освіту;
- консерватизм – відставання отримуваних знань від рівня розвитку інформатизації та технологій і низька пристосовність систем освіти до різних соціально-економічних умов;
- локальність – специфічність освіти, що визначається окремим навчальним закладом;
- відносна дорожнеча – недоступність бажаної освіти з фінансової точки зору.

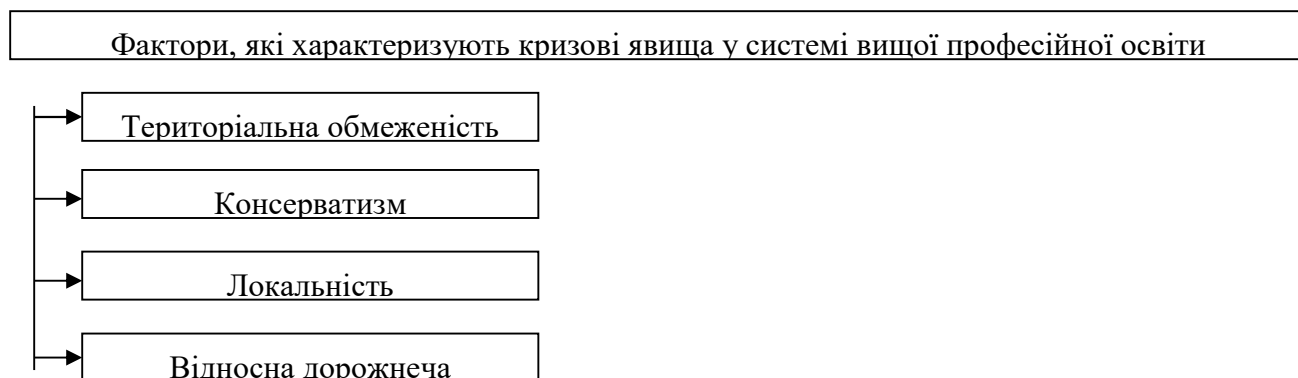


Рис. 1. Кризові явища системи вищої професійної освіти

Освіта в сучасних українських умовах представляється як основне джерело інновацій, перша ланка інноваційного ланцюжка «освіта – дослідження – інноваційні проекти – масова реалізація інновацій». Слідуючи цим положенням, можна сказати, що в основі інноваційної економіки лежить розвинута сучасна освіта, яка є і джерелом підготовки фахівців різного рівня, різних профілів, що забезпечують реалізацію всіх стадій інноваційного процесу.

Можна виділити ряд маркетингових прийомів, які необхідно використовувати з метою підвищення конкурентоспроможності ВНЗ (рис. 2).

Освіта в умовах інноваційної економіки зазнає значних змін. Її завдання – значною мірою стимулювати розвиток економіки, вести підготовку фахівців, повною мірою затребуваних суспільством.

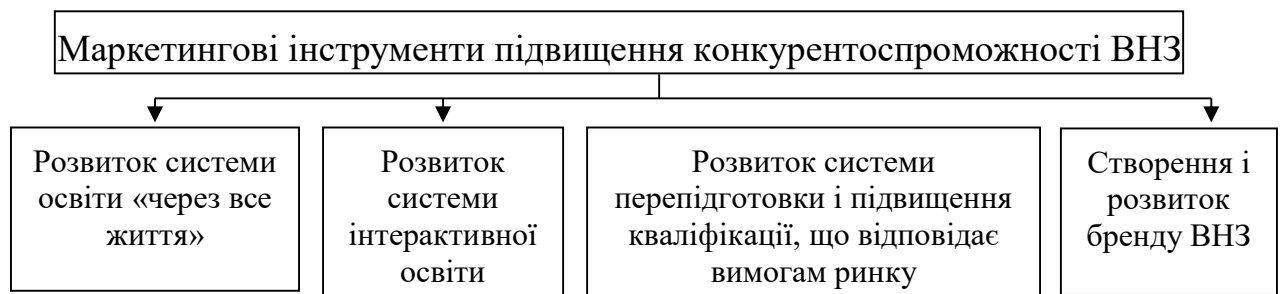


Рис. 2. Напрями підвищення конкурентоспроможності ВНЗ в сучасних умовах

Виникає нова роль знань як одного з основних двигунів економічного розвитку, що є головною причиною появи системи освіти через все життя (LifeLong Learning).

Протягом останніх десятиліть вища школа накопичувала знання, формувала нові підходи, методи та технології розвитку кадрового потенціалу і чекала того моменту, коли підприємства та організації регіонів зможуть відчувати потребу в постійній, безперервній перепідготовці та підвищенні кваліфікації фахівців, оскільки конкурентоспроможність підприємства, в першу чергу, визначається конкурентоспроможністю його кадрового потенціалу. Нова техніка, технології, продукція, послуги не народжуються самі по собі, їх створюють люди.

Конкурентоспроможні кадри підвищують конкурентоспроможність організації в цілому. Це невід’ємна умова ефективного розвитку кожного підприємства. Сприяння підприємствам регіонів у підвищенні кваліфікації, розвитку персоналу і надання допомоги в розробці та впровадженні інноваційних технологій і програм – це основні завдання центрів перепідготовки та підвищення кваліфікації.

У зв’язку з цим гостро назріла потреба в підвищенні кваліфікації та перепідготовки на підприємствах великої кількості фахівців-практиків. При цьому дана підготовка повинна бути наближена до умов даного підприємства, можливо, навіть без відриву від виробництва [6].

Серед основних завдань центрів перепідготовки та підвищення кваліфікації можна виділити наступні:

- підвищення кваліфікації фахівців на замовлення підприємств у галузі економіки та менеджменту, орієнтованих на конкретні потреби регіону;
- створення бази даних про вільні робочі місця на підприємствах

регіонів і створення умов для працевлаштування випускників ВНЗ і фахівців, які пройшли підвищення кваліфікації та перепідготовку;

- надання допомоги підприємствам регіонів у розвитку інноваційних та інформаційних технологій у галузі економіки та менеджменту для забезпечення їх конкурентоспроможності.

Сучасний ринок освітніх послуг характеризується тим, що на нього виходять нові виробники послуг вищої і додаткової професійної освіти в умовах «освіти без кордонів»: відкриті, електронні, розподілені університети, чії програми доступні незалежно від просторових і часових рамок, змінюються методи надання послуг та способи організації навчання в системі вищої освіти в результаті революції в галузі інформації та зв'язку (розвивається дистанційне та мережеве навчання).

Дистанційне навчання – це різновид заочної освіти, що передбачає активний обмін інформацією між учнями та викладачами, а також між самими учнями, і що використовує в максимальному ступені сучасні засоби нових інформаційних технологій (аудіовізуальні засоби, персональні комп'ютери, засоби телекомунікацій).

Основа дистанційної освіти – велика самостійна робота студента зі спеціально підготовленими навчальними матеріалами. Але на відміну від самоосвіти дистанційна освіта включає в себе:

- зворотний зв'язок з викладачем (освітньою установою);
- повне методичне забезпечення навчального процесу;
- спеціально підготовлені для самостійного вивчення навчальні матеріали;
- використання в навчальному процесі сучасних освітніх та інформаційних технологій, що підвищують якість і ефективність навчання;
- безперервна взаємодія студента з викладачем по електронній пошті, телефону або іншими доступними способами;
- можливість самостійного планування часу вивчення матеріалу (скорочення або збільшення термінів навчання);
- значне зниження вартості навчання.

Принципи дистанційної освіти:

- Принцип інтерактивності. Дистанційна освіта передбачає наявність постійних і безперервних контактів студентів з викладачами в процесі навчання, які можуть здійснюватися за допомогою: традиційної пошти, телефонного зв'язку, електронної пошти, відеозв'язку, спілкування в текстових конференціях у режимі реального часу, очних

зустрічей.

– Принцип стартових знань. Для того щоб ефективно навчатися в системі дистанційної освіти, необхідні деякі стартові умови:

1. Початковий рівень підготовки споживачів освітніх послуг;
2. Наявність апаратно-технічного забезпечення.

– Принцип індивідуальності. Передбачає вироблення індивідуального підходу до кожного студента, що навчається у системі дистанційної освіти.

Для виконання цього принципу в реальному навчальному процесі проводиться вхідний і поточний контроль.

Вхідний контроль дозволяє:

1. Визначити стартовий рівень підготовки абітурієнта.
2. Провести підготовку з метою заповнення відсутніх початкових знань і вмінь, що дозволяють навчатися в системі дистанційної освіти.
3. Виявити індивідуальні особливості сприйняття навчального матеріалу.
4. Скласти індивідуальний навчальний план студента.

Поточний контроль дозволяє коригувати подачу навчального матеріалу залежно від ступеня його засвоєння.

– Принцип ідентифікації. Полягає в необхідності контролю самостійності навчання, оскільки при дистанційній освіті надається більше можливостей для фальсифікації результатів навчання, ніж при очній формі.

Контроль самостійності виконання контрольних заходів може досягатися за допомогою:

1. Очного контакту;
2. Різних технічних засобів (відеоконференцзв'язок).

– Принцип регламентного навчання. Часто зустрічається думка, що в системі дистанційного навчання недоцільно вводити чіткий графік самостійного вивчення навчального матеріалу. Проте досвід показує, що при дистанційній освіті має бути жорсткий контроль і планування, особливо для студентів молодших курсів.

– Принцип педагогічної доцільності застосування засобів нових інформаційних технологій.

Важливими показниками гнучкості навчання є некритичність освітнього процесу дистанційного навчання до: віддалі, часового графіку реалізації навчального процесу, конкретної освітньої установи.

Остання вимога полягає в необхідності створення розподілених мереж знань для дистанційної освіти, що дозволяють студенту

коригувати або доповнювати свою освітню програму в необхідному напрямку за відсутності відповідних послуг в освітній установі, де він навчається.

Дослідження ринку праці в Україні показує, що оформився контингент осіб, котрі гостро потребують освітніх послуг, які традиційна система освіти надати не може. Це:

- особи різного віку, що проживають в регіонах, віддалених від навчальних центрів;

- особи, які бажають придбати нові знання або отримати другу освіту;

- споживачі освітніх послуг, що готуються до вступу до навчальних закладів;

- особи, які проходять дійсну строкову службу в лавах Збройних Сил України, а також офіцери, які звільняються в запас;

- особи, які мають медичні обмеження для отримання освіти в стаціонарних умовах;

- особи, які потребують перепідготовки та підвищення кваліфікації;

- звільнені і скорочені громадяни, зареєстровані в службах зайнятості.

- іноземні громадяни, які бажають отримати освіту в Україні, але не мають можливості приїхати для навчання з різних питань.

В ідеальному випадку дистанційне навчання:

- надає можливість проходити навчання, не покидаючи місця проживання в процесі виробничої діяльності;

- забезпечує широкий доступ до освітніх вітчизняних та світових ресурсів;

- надає можливість отримати освіту при будь-якому рівні початкової освіти та підготовки;

- надає можливість організації процесу самонавчання найбільш ефективним чином і отримання всіх необхідних коштів для навчання;

- розширює коло людей, яким доступні всі види освітніх послуг;

- знижує вартість навчання;

- підвищує соціальну та професійну мобільність населення, його підприємницької і соціальної активності, кругозору та рівня самосвідомості;

- розвиває єдиний освітній простір.

Ринок вищої професійної освіти характеризується наявністю в його системі різних по іміджу та репутації ВНЗ. Фахівці з маркетингу

розрізняють бренди-лідери, брендові і небрендові ВНЗ. Брендів-лідерів не буває багато, їх не більше двох або трьох. Бренди – складне для розуміння явище, як правило, «територія» брендів – свідомість і психологія споживачів. Самі ВНЗ в очах споживачів розділилися на: «елітні», «досить престижні» і «не обов'язково престижні». Будь-який ВНЗ має прагнути потрапити в «еліту» і постійно розробляти заходи, що сприяють цьому.

Дані фактори дозволяють зрозуміти, що стійке перетворення і розвиток економіки неможливі без інноваційної системи освіти, що сприяє формуванню потенціалу країни.

Невизначеність довгострокових тенденцій дозволяє зробити два висновки щодо побудови стратегії наздоганяючого розвитку в сучасному світі. По-перше, організаційно-економічні форми господарювання ВНЗ мають бути максимально гнучкими, адаптивними, тобто здатними підлаштовуватися під швидко мінливі інтереси бізнесу регіонів України. По-друге, держава має відігравати мінімальну роль в організації проривних структур і у вирішенні проблем їх функціонування.

Список літератури:

1. *Арсаланов Т. Н.* Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения / Т. Н. Арсаланов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2.
2. *Басовский Л. Е.* Маркетинг: курс лекций / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 1999.
3. *Добрыднев С. И.* К вопросу определения продукта вуза / С. И. Добрыднев // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 4. – С. 26–31.
4. *Самсонова М. В.* Исследование факторов конкурентоспособности образовательной услуги / М. В. Самсонова, Е. В. Самсонова // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2010. – 3 (47). – С. 88–90.
5. *Шевченко Д. А.* Состояние и перспективы молодежного рынка труда / Д. А. Шевченко // Экономический журнал. 2002. – № 4. – С. 94–99.
6. *Щетинин В. П.* Экономика образования: учеб. пособ. / В. П. Щетинин, Н. А. Хроменков, Б. Г. Рябушкин – М.: Рос. пед. агент., 1998. – 306 с.

Отримано: 05.10.2013