

УДК 339.13

Михайло Меремінський, к.т.н., доцент, Людмила Шелюк, к.і.н., доцент
Рівненський інститут слов'язнавства, Україна

МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ЕФЕКТИВНОЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Анотація. Ідентифіковано основні проблеми функціонування комерційних закладів освіти та визначено перспективні напрямки подолання існуючого дисбалансу в цій галузі народного господарства.

Ключові слова: освітня галузь, комерційна освіта, комерційні заклади освіти.

Michael Mereminsky, Ludmila Shelyuk

MARKETING ASPECTS OF EFFECTIVE SYSTEM OF HIGHER EDUCATION IN UKRAINE

Abstract. Identified the main problems of commercial and educational institutions identified promising directions to overcome the existing imbalance in this area of the economy.

Keywords: education sector, business education, business education institutions.

В освітній галузі на сьогодні існує безліч проблем як фінансового, так і організаційного характеру. Домінування участі держави у сфері продукування і отримання знань із однієї сторони – спрощує вирішення більшості питань (наприклад, держава підтримує фінансово не актуальні в суспільстві, але необхідні в майбутньому спеціальності, фінансує затратні наукові проекти тощо), а з іншого – нехтуючи впливом факторів, які діють в першу чергу на ринку праці, знижує ефективність управління та її діяльності в цілому. Комерційні заклади освіти в цьому контексті є більш ринково орієнтовані, оскільки вони не отримують державної допомоги, а навпаки є повноцінними платниками численних податків і зборів, керуються в своїй діяльності принципами самофінансування та самоокупності. Саме тому ці освітні заклади найбільш чутливі до зміни ринкової кон'юнктури, потреб споживачів освітніх послуг та пропонують ринку найбільш затребувані спеціальності.

В Україні ситуація із комерційною освітою діаметрально протилежна світовій. В нашій державі найбільш привабливими серед абітурієнтів є саме державні заклади освіти, оскільки вони готують спеціалістів престижних спеціальностей, навчають студентів за кошти держави, виплачують їм стипендію. Ці заклади мають потужну матеріальну базу, яка залишилася їм у «спадок» із часів Радянського Союзу, отримують фінансову підтримку держави (держава фінансує як підготовку наукових кадрів, так і навчання певної частини студентів). Високим залишається і імідж державних закладів освіти, що обумовлено в першу чергу стереотипами, які склались на протязі певного часу в суспільстві і деколи підкріплювались думками високо посадовців із екранів телевізорів (наприклад, комерційні заклади освіти не мають високопрофесійних кадрів, видають «не такі» дипломи тощо). Як підсумок серед тридцяти найбільш привабливих закладів вищої освіти в Україні не має жодного комерційного.

Проте присутність держави на ринку освітніх послуг є обов'язковою, адже держава формує базові обриси асортименту освітніх послуг, проводить атестацію і акредитацію освітніх закладів, створює державну систему атестаційно-діагностичних центрів, тобто виступає гарантом якості освітніх послуг, його відповідності освітнім стандартам.

Таким чином, комерційні освітні заклади є адекватним механізмом адаптації освітньої галузі до ринку, ефективним полігоном для освітянських нововведень, джерелом поповнення державного бюджету. Саме тому підтримка їх розвитку на державному рівні є об'єктивною передумовою існування ефективної вищої освіти в Україні.