

УДК 531.374; 539.213

**С. Семенюк**

(Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя)

## **ІННОВАЦІЙНИЙ МАРКЕТИНГ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ**

З розвитком ринку освітніх послуг відбувається усвідомлення необхідності використання маркетингу в управлінській та науково-інноваційній діяльності освітніх закладів. Варто зазначити, що маркетинг освіти – це специфічна сфера маркетингу, що підвищує конкурентоздатність та розвиток вищого навчального закладу. Маркетинг освітніх послуг – це процес розробки, просування і реалізації послуг, орієнтованих на задоволення специфічних потреб споживачів. Він дозволяє вивчити попит на ті чи інші напрями підготовки, як серед абітурієнтів, так і на ринку праці, ситуацію в системі освіти, основні проблеми у підготовці спеціалістів, орієнтації для молоді, додаткові знання, необхідні спеціалістам для професійної кар'єри, залежність кар'єри від освіти, перспективні форми отримання освіти і підвищення кваліфікації. З іншого боку, маркетинг дозволяє виявити категорії населення, здатні споживати пропоновані послуги в різних регіонах, визначити реальну вартість послуг, сприяти працевлаштуванню випускників, налагоджувати співпрацю між ринком освітніх послуг і ринком праці.

На сьогоднішній день маркетинг займає достатньо вагоме місце на ринку освітніх послуг. Проте його потенціал використовується не в повній мірі, перш за все через те, що в організаційній структурі ВНЗ відсутні фахівці з освітнього маркетингу, що приводить до невикористання багатьох маркетингових можливостей для кращого задоволення потреб споживачів.

В останні десятиліття в теорії маркетингу виник новий напрям, який називають інноваційним маркетингом. Серед науковців часто інноваційний маркетинг ототожнюють із маркетингом інновацій. На нашу думку, інноваційний маркетинг є поняттям значно ширшим, ніж маркетинг інновацій.

В сучасному розумінні інноваційний маркетинг – це використання вдосконалених чи нових методів та інструментів маркетингу в процесі створення та просування освітніх послуг на ринок для задоволення потреб споживачів. Він включає побудову місії фірми, стратегій, філософію мислення, стиль управління та поведінки. Якщо в розвинутих країнах маркетингова концепція добре впроваджена в діяльність підприємств, то інноваційний маркетинг почав розвиватись тільки в останнє десятиліття. В Україні інноваційний маркетинг є, по суті, нововведенням.

Для ефективною діяльності на ринку освітніх послуг ВНЗ повинні використовувати інноваційний маркетинг, тобто набір нових методів та інструментів, які дозволять створювати та просувати освітні послуги на ринок, оскільки традиційні підходи маркетингу не завжди спрацьовують. Для цього потрібно підтримувати творчі та креативні підходи до маркетингу, що дозволять ВНЗ виділятися серед конкурентів, а також розробляти і реалізовувати нові інноваційні маркетингові стратегії, щоб потенційні споживачі зацікавилися їхніми освітніми послугами.

Так, традиційні методи маркетингу можуть принести середні результати, але нестандартні творчі маркетингові заходи зможуть для ВНЗ досягнути високих результатів. Разом з тим оригінальні і творчі маркетингові ідеї потребують значно менше засобів на реалізацію, ніж, наприклад, рекламна кампанія. А інноваційні маркетингові стратегії допоможуть перетворити ВНЗ із популярності у певний бренд.