

МІЖРЕГІОНАЛЬНА
АКАДЕМІЯ УПРАВЛІННЯ ПЕРСОНАЛОМ



СТАНОВЛЕННЯ І РОЗВИТОК УКРАЇНСЬКОЇ ДЕРЖАВНОСТІ

Випуск 14

Матеріали

*Всеукраїнської науково-практичної конференції
“Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку
економіки України в умовах європейської інтеграції”
м. Київ, МАУП, 28 травня 2015 р.*

Київ
ДП “Видавничий дім “Персонал”
2015

*Схвалено Вченою радою Міжрегіональної Академії управління персоналом
(протокол № 4 від 15.04.15)*

Редакційна колегія:

А. М. Подоляка (голова), д-р юрид. наук, проф.;
А. А. Ігнатченко (заступник голови), канд. техн. наук;
О. В. Баєва, д-р біол. наук, проф.;
І. П. Бідзюра, д-р політ. наук, проф.;
М. Ф. Головатий, д-р політ. наук, проф.;
В. Б. Захожай, д-р екон. наук, проф.;
А. С. Лисецький, д-р екон. наук, проф.;
К. В. Муравйов, канд. юрид. наук, доц.;
І. П. Розпутенко, д-р наук держ. упр., проф.;
Л. В. Романова, д-р екон. наук, проф.;
В. Є. Сафонова, д-р екон. наук;
Г. П. Ситник, д-р наук держ. упр., проф.;
Ю. П. Сурмін, д-р соц. наук, проф.;
Н. М. Чернуха, д-р пед. наук, проф.

Матеріали подано в авторській редакції.

Відповідальність за зміст та орфографію матеріалів несуть автори.

Становлення і розвиток української державності : [зб. наук. пр.] /
МАУП. — К.: ДП “Видавничий дім “Персонал”, 2008 —

С76 Вип. 14: Матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. “Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку економіки України в умовах європейської інтеграції”, 28 травня 2015 р. / редкол.: А. М. Подоляка (голова) [та ін.]. — 2015. — 258 с. : іл. — Бібліогр. у кінці ст.

У пропонованому збірнику подано тези учасників науково-практичної конференції, присвяченої проблемам і перспективам соціально-економічного розвитку України в умовах європейської інтеграції.

Для науковців і громадсько-політичних діячів, студентів, а також усіх, хто цікавиться розвитком Української держави.

ББК 63.3(4УКР)я43+67.9(4УКР)301я43

ЗМІСТ

Захожай В. Б. <i>Актуальні питання підготовки фахівців з інформаційно-аналітичного забезпечення управління</i>	7
Баєва О. В. <i>Міжнародний досвід фінансування охорони здоров'я</i>	10
Романова Л. В. <i>Формування конкурентоспроможного маркетингового потенціалу як стратегічний напрям розвитку промислових підприємств</i>	16
Сурмин Ю. П. <i>Обоснование общей теории реформ</i>	21
Сафонова В. Є. <i>Теоретичні основи маркетингового супроводу освітніх послуг</i>	26
Юлдашев О. Х., Бочков П. В. <i>Розвиток некомерційної господарської діяльності як одна з умов наближення до європейських стандартів</i>	32
Аль-Тмейзі А. Ю. <i>Сучасна реклама як напрям розвитку маркетингових комунікацій</i>	36
Амбросенко О. П. <i>Методологія розробки стратегії розвитку сільських територій на рівні регіону</i>	39
Баєв В. В. <i>Розвиток медичного туризму в умовах світової інтеграції охорони здоров'я</i>	43
Бєлокоз О. І. <i>Оцінка клієнтського капіталу торговельних підприємств</i>	49
Бовш Л. А. <i>Перспективи розвитку готельного бізнесу в умовах європейської інтеграції</i>	53
Варениченко Л. Л. <i>Теоретичні основи формування концепції розвитку економіки України</i>	58
Власенко О. О. <i>Управління процесом формування депозитної бази банків в умовах макроекономічної нестабільності</i>	62
Дорошенко Л. С. <i>Формування регіональних ринків праці як напрям регіонально-адміністративного менеджменту</i>	65
Каліна І. І. <i>Комунікативні аспекти ефективності реклами в Україні</i>	70
Карбовська Л. О. <i>Маркетинг в управлінні діяльністю ВНЗ України</i>	73

МАРКЕТИНГ В УПРАВЛІННІ ДІЯЛЬНІСТЮ ВНЗ УКРАЇНИ

Формування механізму ринкового саморегулювання на ринку освітніх послуг, посилення конкуренції серед закладів вищої освіти різних форм власності, зменшення контингенту студентів ВНЗ I–IV рівнів акредитації (за період 2009–2014 рр. їх чисельність впала на майже 73 %), проблеми з набором абітурієнтів у вищі навчальні заклади (вишам доводиться боротися за кожного студента) вимагає впровадження концепції маркетингу в управління діяльністю ВНЗ. Основні причини даної ситуації такі, як:

1. Демографічна криза (демографічна яма) — катастрофічне падіння народжуваності протягом 12 років (1990–2002 рр.) удвічі, причому ці тенденції будуть продовжуватися аж до 2020 року (рис. 1).

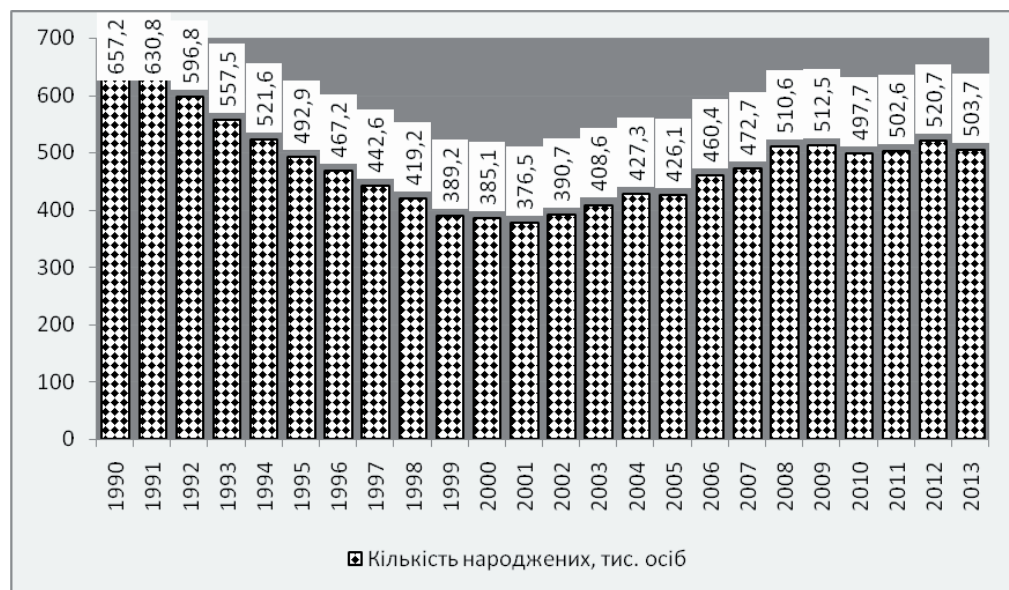


Рис. 1. Кількість народжених протягом 1990–2013 рр. в Україні

Джерело: статистичні дані Державної служби статистики України [5]

2. Зміна правил вступу до ВНЗ: починаючи із 2008 року обов'язковою умовою вступу до вищого навчального закладу стало проходження зовніш-

нього незалежного оцінювання, введення ж прохідного балу ЗНО закрило доступу виші абітурієнтам, які показали низький рівень знань з конкурсних предметів (до цього такі абітурієнти могли вступати у ВНЗ). Внаслідок цього зменшився конкурс на вступ у ВНЗ. Так, за даними інформаційної системи “Конкурс” протягом 2009–2014 років на одне місце ліцензійного обсягу для здобуття ступеня бакалавра на контрактній основі була подана приблизно одна заява, а на одне місце державного замовлення — близько 9 заяв. Якщо один вступник у середньому подавав приблизно 4 заяви, то на одне місце державного замовлення претендувало трохи більше двох осіб, а на 4 місця навчання на контрактній основі — одна особа. Ліцензійні обсяги прийому значно завищені, ВНЗ не можуть набрати достатню кількість студентів, отже допускають до здобуття вищої освіти осіб, не підготовлених до цього належним чином, що знижує її якість.

3. Освітня міграція — навчання частини українських студентів (біля 30 тис. осіб) у зарубіжних країнах. Перевагами отримання вищої освіти за кордоном є такі: відсутність або невисокий рівень оплати за навчання у державних вишах; великі можливості щодо опанування іноземної мови; визнання дипломів світовим співтовариством; перспективи працевлаштування у провідних європейських і міжнародних компаніях; приєднання до здобутків європейської та світової культури; вивчення особливостей ведення бізнесу в тій чи іншій країні.

До того ж деякі іноземні виші мають можливість відкривати в Україні свої філії або представництва, й українські абітурієнти охоче подають туди документи, оскільки отримують два дипломи — вітчизняного та іноземного зразків, що полегшує працевлаштування.

4. Внаслідок падіння купівельної спроможності населення, погіршення фінансового стану підприємств, зростання витрат начальних закладів, й, відповідно, збільшення плати за навчання на контрактній основі, споживачі освітніх послуг (студенти та їх батьки) часто неспроможні оплатити вартість навчання, що веде до відпливу частини потенційних студентів.

5. Загострення напруженості на ринку праці, особливо в сегменті зайнятості фахівців з вищою освітою, викликане невідповідністю пропозиції фахівців з вищою освітою попиту на них. Збільшення контингенту студентів як у державному, так і недержавному секторах вищої освіти (2003–2008 рр.) привело до зменшення зайнятості молоді та зростання безробіття серед випускників ВНЗ. У 2013 році рівень зайнятості серед осіб 15–24 роки склав 32,5 % — найнижчий показник серед усіх вікових груп а рівень безробіття — 17,4 % — найвищий показник серед усіх вікових груп (Для порівняння: рівень зайнятості всього населення — 60,3 %, а рівень безробіття — 7,2 %).

Головним критерієм ефективності функціонування вищої освіти є затребуваність фахівців ринком праці, оцінка їх знань, навичок і компетенцій роботодавцями та рівень конкурентоспроможності на світовому ринку. На сучасному етапі в Україні підприємствами затребувана лише половина випускників ВНЗ. Основними причинами цього є такі, як:

- втрата навчальними закладами виробничих зв'язків з потенційними роботодавцями, недостатній рівень кваліфікації випускників, що зумовлено як умовами навчання, так і відсутністю практичного досвіду роботи, психологічною неготовністю діяти самостійно;
- особливості поведінки (ірраціональність поведінки) споживачів освітніх послуг (абітурієнтів та їх батьків) — їх прагнення отримати “модну” спеціальність (популярну в певний проміжок часу), не прогнозуючи на перспективу можливості знайти робоче місце за цією спеціальністю;
- відсутність інформації про очікувані зміни щодо потреб ринку праці на певні професії (ні абітурієнти, ні їх батьки не знають, на фахівців яких спеціальностей і професій існує попит на ринку праці зараз та на які виникне у майбутньому);
- недостатність уваги державних органів (служб зайнятості) і працівників загальноосвітніх закладів освіти до профорієнтаційної роботи з учнями, внаслідок чого соціальний попит на “модні” професії неузгоджений з реальними потребами в кадрах національної економіки.

Отже, необхідно привести у відповідність попит і пропозицію на фаховому ринку праці, що можливе лише за умови застосування сучасних концепцій маркетингу в управлінні діяльністю вищого навчального закладу.

Для того, щоб діяльність ВНЗ була успішною, необхідно дати відповіді на основні питання, які відображають сутність маркетингу:

Фахівці яких спеціальностей, професій, рівнів підготовки і кваліфікації потрібні ринку праці в поточному та середньостроковому періоді, і в якій кількості?

Який сегмент або нішу ринку ми можемо зайняти? Хто наш клієнт?

Яку ціну встановити за освітні послуги? Яку цінову стратегію (політику) обрати?

Як просувати освітні послуги на ринок?

Маркетинг вищої освіти, як і в будь-якій іншій сфері, повинен починатися з визначення потреб фахового ринку праці. З цією метою необхідно проведення моніторингу фахового ринку праці та ринку освітніх послуг й оцінка потреб в кваліфікованих кадрах з метою створення системи випереджувальної підготовки та перепідготовки фахівців для потреб економіки; розробка консенсус-прогнозів попиту та пропозиції фахівців за видами економічної діяльності й, на їх основі, розробка прогнозів потреб економіки в кадрах за напрямками підготовки й освітньо-кваліфікаційними рівнями; інформування потенційних споживачів освітніх послуг та вищі навчальні заклади про очікувані зміни попиту й пропозиції на фаховому ринку праці, поточні і перспективні потреби економіки та суспільства в підготовлених кадрах за видами економічної діяльності, спеціальностями та професіями; налагодження та підтримання зв'язків з підприємствами через участь роботодавців у розробці державних стандартів, планів та програм підготовки фахівців, проведення стажування студентів на цих підприємствах.

Для того, щоб рівень, якість і структуру підготовки фахівців привести у відповідність до перспективних потреб економіки, потрібна модернізація освітніх стандартів, навчальних планів, змісту програм. Першочерговим заходом в даному напрямі є вироблення нового підходу до практичної підготовки майбутніх фахівців (надати практичну спрямованість професійній підготовці майбутніх фахівців як у США, для цього змінити освітні стандарти, навчальні плани й програми підготовки студентів з урахуванням збільшення обсягу навантаження на їх практичну підготовку, суміщати теоретичну підготовку у ВНЗ з професійно-практичними фазами на підприємствах як у Німеччині).

Література

1. Антошкіна Л. І. Економіка вищої освіти: тенденції та перспективи реформування / Л. І. Антошкіна. — К.: Видавничий дім “Корпорація”, 2005. — 368 с.
2. Лукіна Т. І. Моніторинг якості освіти: теорія і практика / Т. І. Лукіна. — К.: Шкільний світ: Вид. Л. Галіцина, 2006. — 128 с.
3. Панкрухин А. П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: учебн. пособие / А. П. Панкрухин — М.: Интерпакс, 1995. — 240 с.
4. Петрова Т. В. Ринок освітніх послуг і ринок праці: проблеми взаємозв'язку і взаємодії / Т. В. Петрова // Україна: аспекти праці. — 2006. — № 4. — С. 22 — 34.
5. Статистичні матеріали Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>