

“СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ДЛЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ” ФІЛІПА КОТЛЕРА І КАРЕН ФОКС – В УКРАЇНІ

31 травня поточного 2011 року у національному культурно-мистецькому та музейному комплексі «Мистецький Арсенал» в рамках Першого міжнародного книжкового ярмарку «Книжковий Арсенал» відбулася презентація українського видання книги Філіпа Котлера і Карен Фокс «Стратегічний маркетинг для навчальних закладів».

Головний висновок з дискусії: положення книги є гостро актуальними і мають стати поштовхом до широкого суспільного обговорення шляхів реформування освітньої сфери України.

Ця книга – не підручник. Це комплексний аналіз, осмислення і систематизація досвіду розвитку системи освіти у Сполучених Штатах Америки. Впродовж останніх десятиліть книга витримала два видання на батьківщині та численні перевидання на всіх континентах, і перетворилася на свого роду «Біблію» для керівників навчальних закладів усіх рівнів у США та в інших провідних країнах світу, що займають лідируючі позиції в освітянському просторі планети.



Фактично це – матриця поведінки навчальних закладів в ринкових умовах, з метою реалізації своєї місії та досягнення задоволеності споживачів (роботодавців, спонсорів, випускників, батьків, учнів та студентів).

Книга розрахована на керівників, менеджерів, власників навчальних закладів всіх форм власності та напрямків спеціалізації, фахівців з питань менеджменту навчальних закладів, маркетологів, а також на всіх тих, хто зацікавлений у підготовці в Україні кваліфікованих фахівців усіх сфер та галузей.

За підтримки Відділу преси, освіти та культури Посольства США в Україні, УАМ здійснила перше видання книги Філіпа Котлера і Карен Фокс на пострадянському просторі. Сприяння у виданні книги надавала також низка вітчизняних компаній – InMind, Ipsos Ukraine, Агенство Індустріального Маркетингу, ТОВ «Паритет Партнерс», Brand.Up.

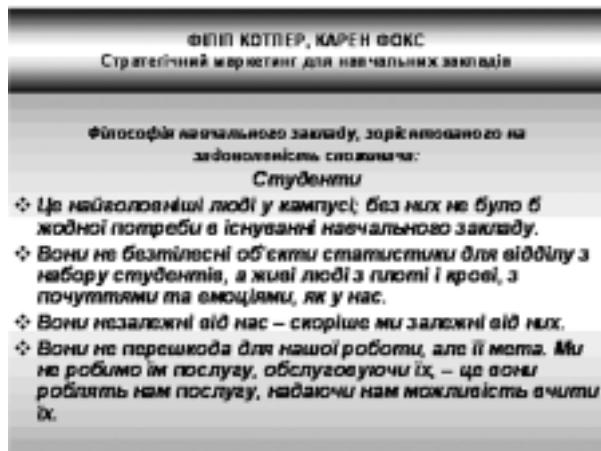
Книгу представив керівник проекту українського

видання Сергій Лилик (УАМ, Київ). Він відзначив: сьогодні вищі навчальні заклади України змагаються за абітурієнта не тільки між собою, вони змагаються також з навчальними закладами Європейського Союзу (насамперед – Німеччини, Франції, Великої Британії, Польщі, Чехії) та США, які у своїй політиці реально керуються методологією, викладеною у книзі Філіпа Котлера і Карен Фокс.

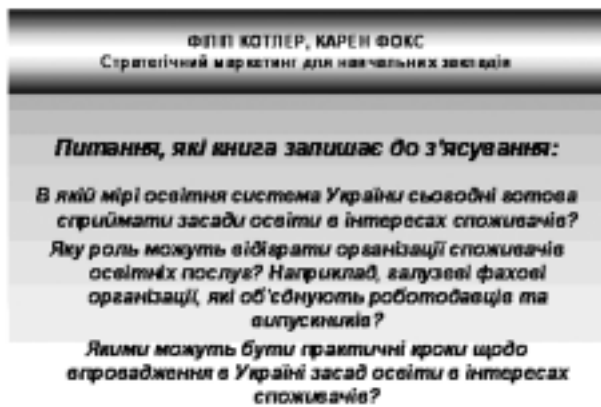


Приклад філософії навчального закладу з книги Філіпа Котлера і Карен Фокс може шокувати адміністрацію та викладачів українських навчальних закладів, але в умовах США – це реальність, яка визначає політику закладу, структуру і засади менеджменту, а також безперервне вдосконалення якості освітянських послуг як головну мету діяльності.

Звичайно, навчальні заклади США діють в іншому законодавчому полі, ніж те, яке існує в Україні. Зокрема, фізичні та юридичні особи США мають право скеровувати на членські внески та благодійні пожертви до 5% всіх своїх надходжень, причому ці суми не просто включаються у витрати, а на відповідні суми зменшуються обов'язкові податкові платежі. Таким чином, кожен громадянин та суб'єкт підприємницької діяльності має до вибору: а) сплатити всі податки у державний бюджет, або б) частину податкових платежів скерувати на власний розсуд на соціально значимі цілі і відповідно до своїх



інтересів. А навчальні заклади – один із основних реципієнтів благодійних пожертв, що забезпечують їм 30-50% усіх надходжень. Тому для навчальних закладів США суспільне визнання і задоволеність споживачів освітніх послуг мають вирішальне значення.



Книга Філіпа Котлера і Карен Фокс містить не лише відповіді на складні питання, для українського читача ця книга породжує проблему: що саме та як саме треба робити, аби вітчизняна система освіти наближалася до світового стандарту?

3 виступів у ході дискусії:



ОЛЬГА КРЕКОТЕНЬ,
помічник Аташе з питань культури Посольства США в Україні:

Відділ преси, освіти та культури Посольства США в Україні починаючи з 1993 року надає сприяння виданню українською мовою книг відомих американських авторів, які мають соціальне та

наукове значення. Це практика Уряду США: поширення таких книг користується державною підтримкою. Зокрема, у 2010 році в Україні з нашим сприянням вийшла інша книга Філіпа Котлера у співавторстві з Нілом Котлером та Венді Котлер – «Музейний маркетинг і стратегія: формування місії, залучення публіки, збільшення доходів і ресурсів». У цьому році – книга Філіпа Котлера і Карен Фокс, на появу якої українською мовою ми чекали не менше за інших.

Ми задоволені співпрацею з Українською Асоціацією Маркетингу, і сподіваємося на продовження ефективної взаємодії у подальших проектах.



СЕРГІЙ МЕЛЬНИКОВ,
кафедра економіки і маркетингу Національного аерокосмічного університету ім. М.С.Жуковського "ХАІ":

В ХАІ цю книгу вже отримали і ретельно вивчають. В цьому році виші України мають справу із приблизно подвійним скороченням числа абітурієнтів, що різко посилює проблему нестачі студентів. А книга Філіпа Котлера і Карен Фокс допомагає підняти імідж навчального закладу, який змагається за кожного студента. Однозначно, що досвід США, узагальнений авторами цієї книги, має стати основою наукового обговорення в Україні, зокрема на заходах УАМ, таких як щорічна конференція «Маркетинг в Україні».

Окрема подяка Посольству США в Україні: вони підтримали видання книги, яка є вкрай актуальною для всіх наших освітян.



ГЕНРИХ ЛЮДКЕВИЧ,
президент Асоціації професійних управляючих нерухомістю:

Я представляю організацію фахівців нової для України підгалузі – професійних управляючих нерухомістю. Для нас дуже актуальним є питання підготовки та сертифікації кадрів, а відповідно – розробка освітніх кваліфікаційних програм і взаємодія з навчальними закладами. Книга Філіпа Котлера та Карен Фокс – це найкраще і найавторитетніше видання щодо організації такої взаємодії, принаймні з числа виданих у нашій країні. Думаю, що дискутувати щодо окремих положень книги недоречно, оскільки все там пройшло кваліфі-

ковані і прискіпливі дискусії задовго до нас. Дійсно, треба обговорювати шляхи впровадження в Україні цивілізованої системи взаємодії навчальних закладів та споживачів освітніх послуг – бізнесу, випускників, студентів тощо.



ВАЛЕРІЙ РУДИЧ, директор з корпоративних зв'язків Міжнародного Інституту Менеджменту (МІМ-Київ):

Репутація авторів книги «Стратегічний маркетинг для навчальних закладів» є безсумнівною. Особливо це стосується Філіпа Котлера – одного з найбільш «читаних» маркетологів у світі в цілому, а в Україні – зокрема.

Наш навчальний заклад готовий залучитися до обговорення шляхів імплементації в Україні тих чи інших положень книги, тим більше, що з багатьох питань нам є що сказати.



НАТАЛІЯ ІЛІЯШЕНКО, кафедра маркетингу Сумського державного університету:

Свого часу ми зіштовхнулися з обмеженістю матеріалів для підготовки бакалаврських робіт, присвячених освітній сфері. Тоді нам довелося досліджувати ринок освіти на тих же засадах, що й інші ринки. Тепер нам на допомогу є книга Філіпа Котлера і Карен Фокс.

Ми обов'язково будемо рекламувати її серед своїх студентів і рекомендувати користуватися в процесі досліджень освітньої сфери.



РУСЛАН БОЙКО, кафедра маркетингу Хмельницького національного університету:

Думаю, що ми теж проведемо презентацію і обговорення основних положень книги Філіпа Котлера та Карен Фокс у Хмельницькому, в рамках тих наукових заходів, які організовує наш університет.



ІРИНА ЛИЛИК, генеральний директор УАМ, Національний представник ESOMAR в Україні:

Ми почали перекладати книгу тому що розуміли, наскільки важливо для освітян сьогодні аналізувати сучасний інформаційний масив, засвоїти новітній міжнародний досвід, подивитися на шляхи, якими інші країни

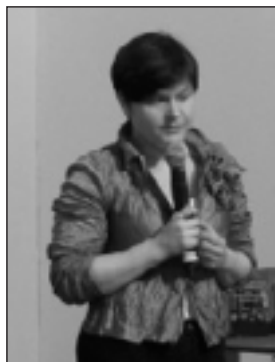
впоралися з викликами складного процесу реформування. Книга акцентує увагу на освіті як на бізнес-процесі, тому вона дає поради щодо аналізу цього процесу для отримання найбільшої цінності всіма учасниками. Також рекомендуються способи, механізми використання інструментарію, притаманного бізнесу. Це нова філософія управління навчальними закладами.



ОЛЕНА ЛАБУРЦЕВА, кафедра маркетингу Київського національного університету технологій та дизайну:

Існує тенденція до скорочення кількості студентів, готових платити за навчання. Є невідповідність між рівнем освітнянських послуг та рівнем оплати за освіту. Зокрема, державні навчальні

заклади в силу певних об'єктивних причин часто програють приватним вишам у змаганні за студента. Книга Філіпа Котлера та Карен Фокс має сприяти усім навчальним закладам вистояти у конкурентній боротьбі та реалізувати свою місію.



НАТАЛІЯ ПИСАРЕНКО, кафедра маркетингу Міжнародного інституту бізнесу (МІБ):

Є проблема підготовки фахівців відповідно до запитів вітчизняних роботодавців. Ми вже нагромадили певний досвід взаємодії з галузевими фаховими організаціями саме в цьому контексті. А тому ми переконані, що книгу Філіпа

Котлера і Карен Фокс доцільно включати в учбові програми.