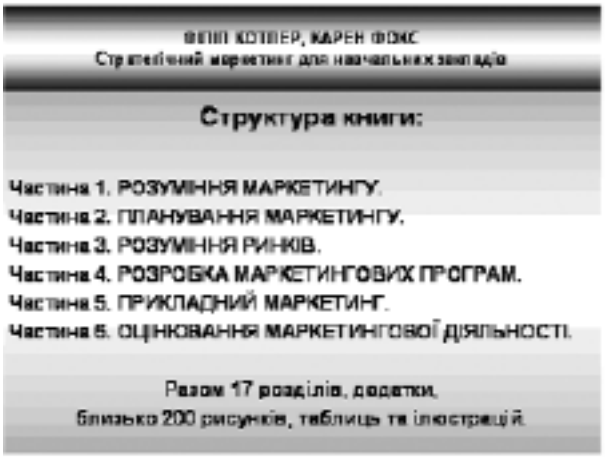
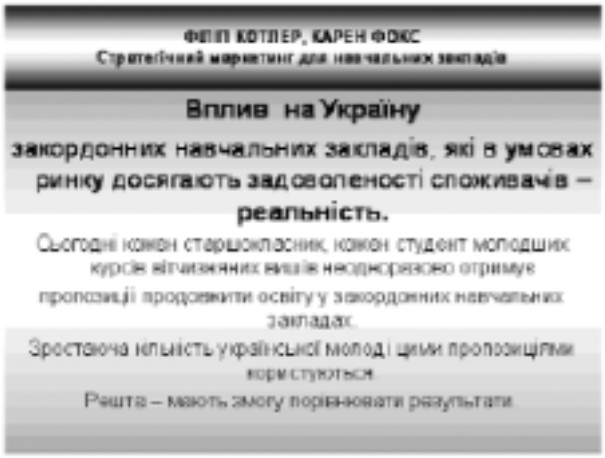
“СТРАТЕГІЧНИЙ МАРКЕТИНГ ДЛЯ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ” ФІЛІПА КОТЛЕРА І КАРЕН ФОКС – В УКРАЇНІ

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).

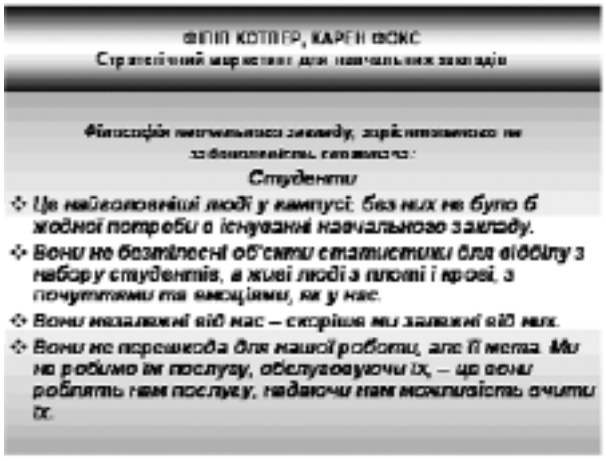
Книга розрахована на керівників, менеджерів, власників навчальних закладів всіх форм власності та напрямків спеціалізації, фахівців з питань менеджменту навчальних закладів, маркетологів, а також на всіх тих, хто зацікавлений у підготовці в Україні кваліфікованих фахівців усіх сфер та галузей.

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.

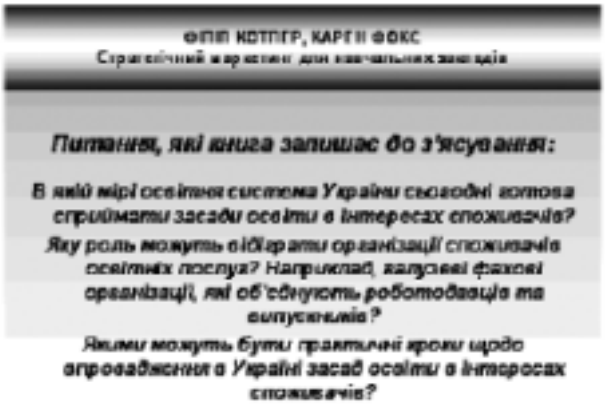
Книгу представив керівник проекту українського видання Сергій Лилик (УАМ, Київ). Він відзначив: сьогодні вищі навчальні заклади України змагаються за абітурієнта не тільки між собою, вони змагаються також з навчальними закладами Європейського Союзу (насамперед – Німеччини, Франції, Великої Британії, 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 включаться 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?

З 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.Є.Жуковського "ХАІ":***

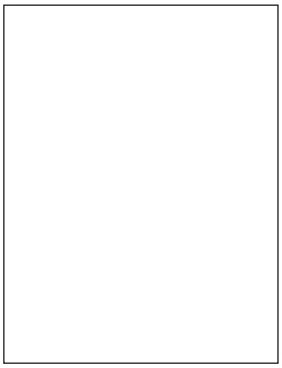
В ХАІ цю книгу вже отримали і ретельно вивчають. В цьому році виші України мають справу із приблизно подвійним скороченням числа абітурієнтів, що різко посилює проблему нестачі студентів. А книга Філіпа Котлера і Карен Фокс допомагає підняти імідж навчального закладу, який змагається за кожного студента. Однозначно, що досвід США, узагальнений авторами цієї книги, має стали 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:***

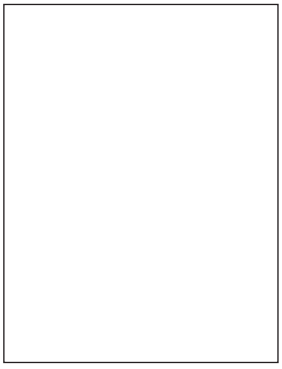
Я представляю організацію фахівців нової для України підгалузі – професійних управляючих нерухомістю. Для нас дуже актуальним є питання підготовки та сертифікації кадрів, а відповідно - розробка освітніх кваліфікаційних програм і взаємодія з навчальними закладами. Книга Філіпа Котлера та Карен Фокс – 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.



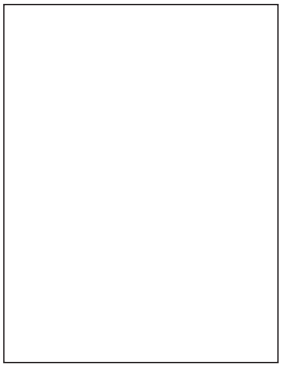
ВАЛЕРІЙ РУДИЧ, ***директор з корпоративних зв'язків Міжнародного Інституту Менеджменту (МІМ-Київ):***

Репутація авторів книги «Стратегічний маркетинг для навчальних закладів» є безсумнівною. Особливо це стосується Філіпа Котлера – одного з найбільш «читаємих» 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.



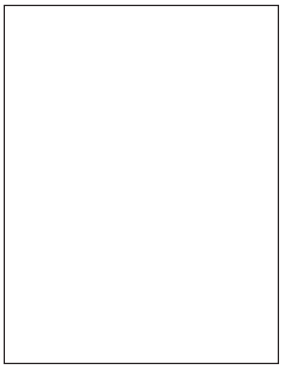
НАТАЛІЯ ІЛЛЯШЕНКО, ***Олена Міцура, кафедра маркетингу Сумського державного університету:***

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.



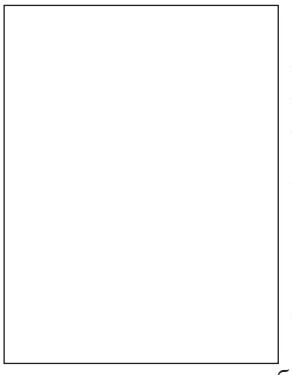
РУСЛАН БОЙКО, ***кафедра маркетингу Хмельницького національного університету:***

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.



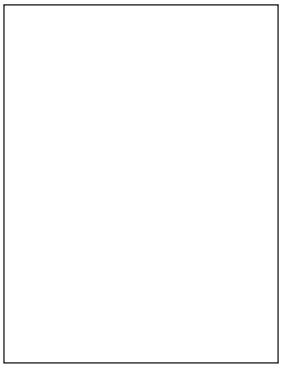
ІРИНА ЛИЛИК, ***генеральний директор УАМ, Національний представник ESOMAR в Україні:***

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 технології та дизайну:***

Існує тенденція до скорочення кількості студентів, готових платити за навчання. Є невідповідність між рівнем освітянських 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.



НАТАЛЯ 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.