гічності» банку оптимальному стану – *«5»*. Позитивний корпоративний імідж $П_{кі}$ визначається як середнє значення $\overline{b} = 5$, яке відповідає випадку повної відповідності всіх параметрів корпоративного іміджу позитивному.

Катастрофічними значеннями є ***низька «стратегічність» – H_c*** та ***відсутність корпоративного іміджу – $B_{кі}$***. Низька «стратегічність» H_c визначається середньозваженим балом $\overline{S} = 62$, який відповідає випадку повної невідповідності всіх 12 ознак «стратегічності» банку оптимальному стану – *«2»*. Відсутність корпоративного іміджу $B_{кі}$ визначається як середнє значення $\overline{b} = 2$, яке відповідає випадку повної невідповідності всіх параметрів корпоративного іміджу позитивному.

Ступінь прояву ознак «стратегічності» банку та стан корпоративного іміджу з плином часу або змінюються, або залишаються незмінними. Зміна поточного стану «стратегічності» $П_c$ у напрямку межі досконалості є прогресивним розвитком, зміна $П_c$ у напрямку катастрофічних значень є регресивним розвитком банку. Отже, вплив стратегії банківського маркетингу оцінюватиметься з позицій сприяння просуванню банку до межі досконалості або віддалення від катастрофічних значень, що сприяє посиленню ринкових позицій та стійкій прибутковості банку.

Таким чином, запропонована ***системна модель взаємозв'язку банківського маркетингу і макроекономічної ситуації на кредитному ринку*** полягає у поєднанні системної та ситуаційної складових і дає змогу створити цілісну картину впливу стратегії банківського маркетингу на діяльність комерційних банків. Представлений системний підхід буде корисним як для теоретичних розробок, так і для практичних заходів у галузі банківського маркетингу.

М.В. АРТЮХІНА,
Слов'янський державний педагогічний університет

СЕГМЕНТАЦІЯ І АНАЛІЗ УКРАЇНСЬКОГО РИНКУ ВИЩИХ УЧБОВИХ ЗАКЛАДІВ

Зміни в економічному житті України проникли в усі галузі життєдіяльності людини. Особливо це стосується освіти. Виникло багато форм і методів отримання вищої освіти, розрахованих на різні види потреб споживачів, базової освіти, доходу. Але на сьогодні не можна сказати, що ринок вищих учбових закладів України динамічно розвивається. Це свідчить про насиченість ринку і, як наслідок, жорстку конкурентну боротьбу. Конкуренція спостерігається між ведучими українськими університетами за розширення зон впливу, конкуренція між місцевими учбовими закладами і університетами великих міст, між державними і комерційними вузами. Для ведення ефективної конкурентної боротьби, безумовно, потрібно визначити стан, в якому знаходиться галузь, й передумови її розвитку.

Метою даного дослідження є сегментація вузів України за основними ознаками (географічній, формі власності, рівню акредитації та ін.) й аналіз отриманих результатів.

На сьогодні ринок освіти в Україні представлений понад тисячею вузів. Найбільш щільно вони розташовані в Східній частині країни (рис. 1) - у Донецькій (109 вузів), Харківській (75 вузів), Дніпропет-

© М.В. Артюхина, 2003

ровській (84 вузи) областях і столиці (98 вузів)(Тут і далі цифри розраховані за даними довідника для абітурієнтів (2001 р.). Тобто в цих трьох областях і в Києві міститься 36% всіх вузів України. Цьому сприяли висока концентрація населення й розвинута виробнича інфраструктура. Цей факт підтверджується спеціалізацією вузів. Якщо в Києві більшість вузів економічного й юридичного профілю, то в Донецькій і Дніпропетровській областях - це переважно технічні учбові заклади.

№	Регіон	Кількість вузів
1	Автономна республіка Крим	55
2	Вінницька область	36
3	Волинська область	17
4	Дніпропетровська область	84
5	Донецька область	109
6	Житомирська область	29
7	Закарпатська область	18
8	Запорізька область	39
9	Івано-Франківська область	29
10	м.Київ	98
11	Київська область	18
12	Кіровоградська область	23
13	Луганська область	48
14	Львівська область	55
15	Миколаївська область	20
16	Одеська область	47
17	Полтавська область	33
18	Ровенська область	19
19	Сумська область	28
20	Тернопільська область	24
21	Харківська область	75
22	Херсонська область	24
23	Хмельницька область	24
24	Черкаська область	26
25	Чернівецька область	21
26	Чернігівська область	23
Всього		1017

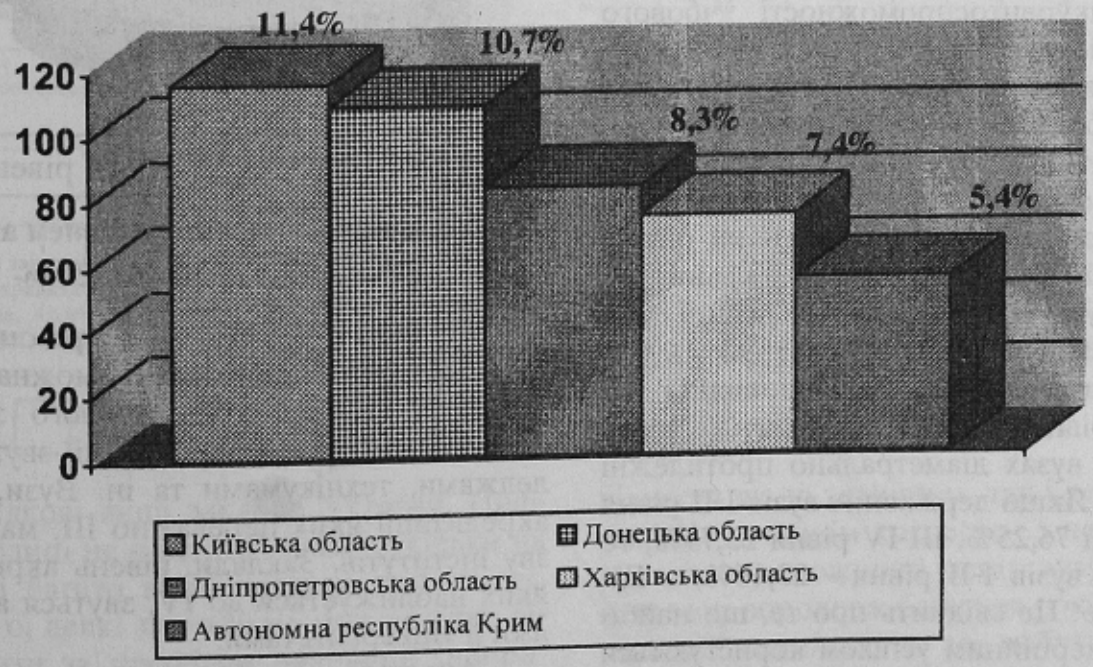

Рис. 1. Щільність вузів за географічною ознакою

Немаловажним аспектом на ринку є форма власності вищого учбового закладу. 90,66% всіх вузів України є державними (рис. 2).

Рис. 2. Співвідношення форм власності на українському ринку вищих учбових закладів

Незважаючи на сприятливу державну політику по відношенню до приватних учбових закладів, ринок комерційних вузів розвивається повільно (на сьогодні вони складають 9,34% всіх вузів). Це обумовлено конкуренцією з боку державних закладів, які значною мірою почали комерціалізовуватися, а також некомплектацією кадрового складу та жорстким контролем з боку держави. Крім того, спостерігається розвиток державних вузів в бік міжнародного співробітництва з закордонними вузами та асоціаціями.

Важливим показником якості навчання та конкурентоспроможності учбового закладу є його стороння оцінка. Цій критерій передбачає як державну атестацію, так і оцінку з боку споживачів та інших контактних аудиторій. Існування самого учбового закладу свідчить про те, що він пройшов державну оцінку й отримав певний рівень акредитації. Так, сьогодні на Україні 725 (71,29%) вузів III-IV рівня акредитації і 292 (28,71%) I-II рівня акредитації (рис. 3). Необхідно відмітити, що співвідношення III-IV й I-II рівнів акредитації в державних і приватних вузах діаметрально протилежні (рис. 4, 5). Якщо державних вузів I-II рівня акредитації 76,25%, III-IV рівня 23,75%, то приватних вузів I-II рівня - 23,16%, а III-IV - 76,84%. Це свідчить про те, що найбільшим комерційним успіхом користуються інститути, університети й академії. Важливо прийняти до уваги й вузьку спеціалізацію приватних вузів. Як правило, - це гуманітарні учбові заклади.

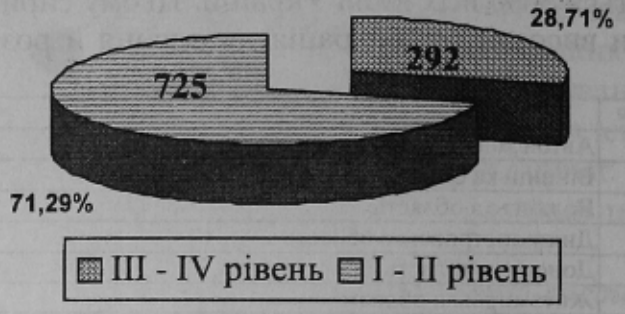

Рис. 3. Співвідношення вузів України за рівнем акредитації

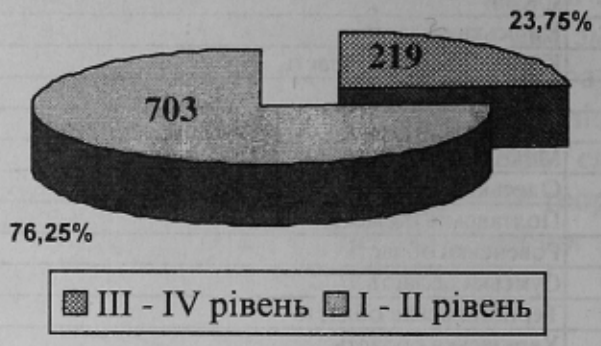

Рис. 4. Співвідношення за рівнем акредитації в державних вузах

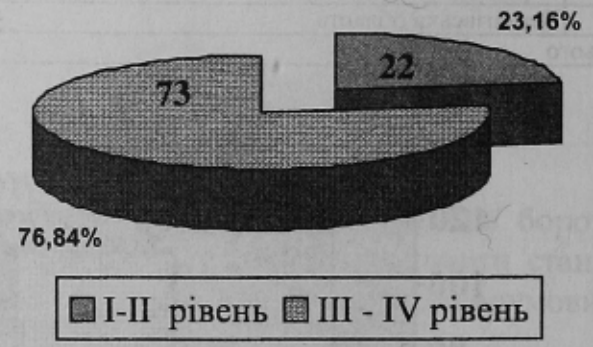

Рис. 5. Співвідношення за рівнем акредитації в недержавних вузах.

Цікавим є той факт, що про оцінку вузів з боку державних органів можна судити по назві (абревіатурі) учбового закладу. Так, вузи I-II рівня акредитації звуться коледжами, технікумами та ін. Вузи, рівень акредитації яких переважно III, мають назву інститутів. Заклади, рівень акредитації яких наближується до IV, звуться академіями й університетами.

Академії і університети, які з боку державних органів управління отримали

найвищу на Україні оцінку якості, в своїй назві містять слово "національний(а)". Треба відмітити, що конкурентна боротьба призвела до того, що будь-якими шляхами сьогодні учбові заклади намагаються змінити свою назву на більш "престижну". Тому, якщо раніш "Національними" звалися декілька провідних стратегічного значення українських вузів, то сьогодні їх з'явилася велика кількість. І знов постала проблема: як відокремити ті декілька провідних вузів серед "національних" на Україні?

Про оцінку вузів з боку інших контактних аудиторій можна судити по нагородам, які присуджуються учбовому закладу за особливі заслуги в самих різних галузях. Також оцінку вузів містять деякі маркетингові та соціальні дослідження. Наприклад, у журналі "Персонал" періодично друкуються рейтингові місця вузів усіх форм власності (з 1 по 20 місце) та їх динаміка. Так, у 2002 році в п'ятірку елітних на Україні увійшли: Київський національний університет імені Тараса Шевченко (1 місце), Національний університет "Києво-Могилянська академія" (2 місце), Національний технічний університет "Київський політехнічний інститут" (3 місце), Національна юридична академія України імені Ярослава Мудрого (Харків) (4 місце), Львівський національний університет імені Івана Франка (5-6 місце), Державний університет "Львівська політехніка" (5-6 місце).

В цілому ринок вищих учбових закладів України можна представити у вигляді таблиці (табл. 1). Зазначимо, що в отриманій класифікації не містяться філії, духовні вищі заклади (семінарії) та не відокремлені

Таблиця 1

Класифікація вищих учбових закладів України за рівнем акредитації та профілем навчання (за даними довідника для абітурієнтів 2001 р.)

Вищі учбові заклади	Класичні	Технічні і технологічні		Економіки і управління		Охорони здоров'я і фізичної культури		Сільськогосподарські і лісні		Юридичні		Культури і мистецтва		Спеціальні вузи (Служби безпеки, МВС, митної служби)	Педагогічні і гуманітарні	
Національні університети і академії	10	9		2		3		1		2		1		-	1	
Університети	7	27		3	5	8		12		-		-		5	16	2
Академії (консерваторії)	-	17		7	5	6		5		-		7		9	-	
Інститути	1	16	2	11	45	4	3	3		-	1	6		27	12	11
Вищі учбові заклади I-II рівнів акредитації (училища, коледжі, технікуми та ін.)	1	268	1	77	12	113	2	104	1	4	1	70	1	5	57	2

□ - державні вузи ■ - комерційні вузи

профспілкові вищі заклади України. Цифри в таблиці не є остаточними, оскільки на сьогодні багато вузів змінили свій статус, крім того, деякі заклади не можна чітко відокремити за профілем навчання (наприклад, техніко-економічні коледжі можна віднести як до технічних, так і до економічних).Не останнім критерієм з позицій конкурентоспроможності є стаж вузу. Оскільки якщо вуз впродовж багатьох років випускає молодих спеціалістів, то, мабуть, це говорить про те, що його випускники потрібні,

а сам вуз - процвітає, розвивається і здібен адаптуватися до різного роду змін. Цей критерій, найімовірніше, можна віднести до державних вузів, оскільки закладам, які функціонують цілком на комерційній основі, вряд чи могло виповнитися більше 10 років (рис. 6).

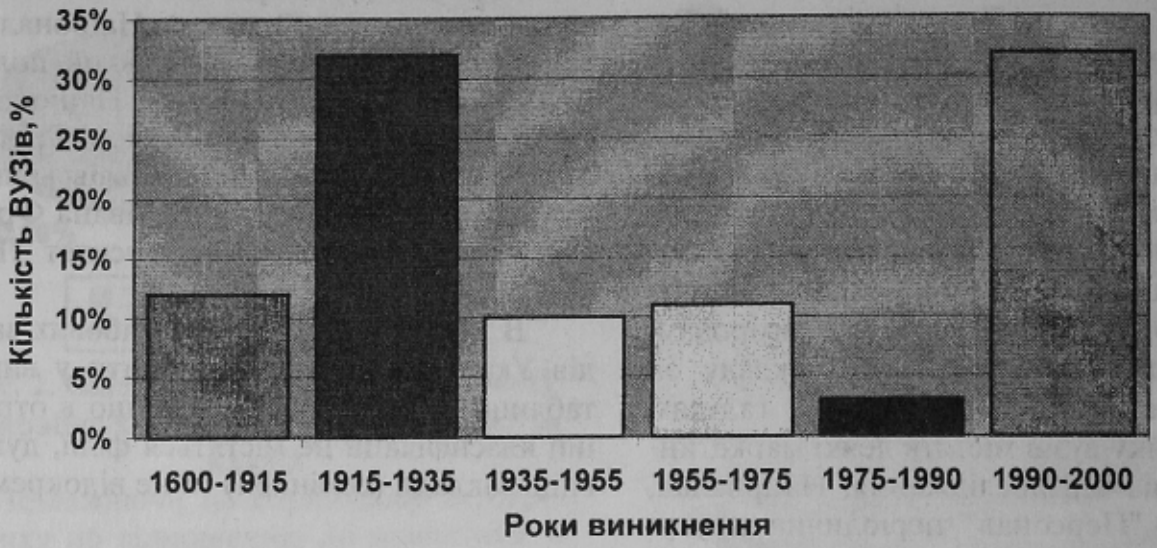

Рис 6. Динаміка виникнення ВУЗів (III - IV рівня акредитації).

Наступним важливим фактором конкурентоспроможності учбового закладу є професорсько-викладацький склад. Цьому важливому критерію дуже часто приділяється недостатньо уваги, хоча його значення очевидно. Чим більше в складі вузу викладачів з вченими ступенями академіка, професора, доктора, тим вигіднішу позицію займає цей вуз серед конкурентів. На рисунку 7 показана кількість професорів, докторів наук в українських вузах III-IV рівня акредитації. Унікальними в нашій країні закладами, з погляду професорсько-викладацького складу, є Київський національний університет ім.Т.Г.Шевченко (321 доктора наук, професорів), Національний університет "Києво-Могилянська академія" (240 доктора наук, професорів) і Харківський національний університет ім.В.Н.Каразіна (більше 200 докторів наук, професорів).

Якщо вуз функціонує на ринку освіти вже багато років, то він вже встиг "обрости" необхідними зв'язками, які дозволяють у подальшому допомагати студентам в працевлаштуванні. На Україні існує декілька вузів (Національна академія зв'язку ім. А.С. Попова та інші), які гарантують працевлаштування всім своїм випускникам. Деякі вузи здібні забезпечити роботою тільки студентів з "червоним" дипломом. Але існують і інші варіанти, коли член професорсько-викладацького складу особисто рекомендує своїх підопічних в "дружествені" компанії. Або ж коли вуз гарантує наявність робочих місць для всіх випускників, що в основному стосується комерційних учбових закладів.

Стосовно цінової конкуренції треба відзначити, що ціни на отримання вищої освіти в Україні коливаються від 600 грн. до 3000 у.о. у рік (для вузів III-IV рівня акредитації). Проаналізувавши ціни на послуги вузів, можна відокремити такі тенденції:

– На вартість послуг впливає географічне розташування вузу. Наприклад, в більшості вузів Києва плата за навчання наближується до 3000-4000 грн. у рік., тоді як в середньому по Україні вона становить 2000 грн. у рік (на денному відділенні). Також характерним для столиці є велика концентрація елітних вузів з вартістю навчання 1000-3000 у.о. Найбільш низькі ціни на послуги вузів, які розташовані на периферії. Таку нерівномірність у відношенні оплати навчання можна пояснити відмінністю в середніх доходах населення в малих містах у порівнянні з великими. У столич-

них закладів більше можливостей стосовно лобіювання державних органів та спонсорської підтримки. Крім того, в великих містах концентрується науковий потенціал, який є наслідком і передумовою високого рейтингу учбового закладу.

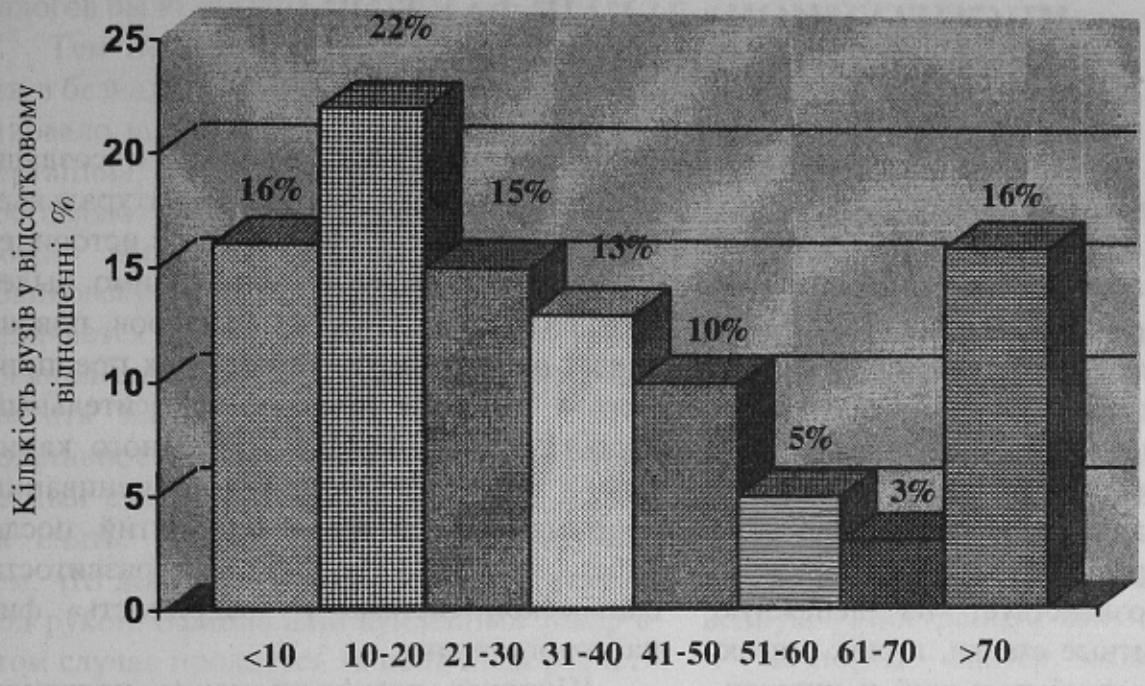

Рис.7. Кількість професорів, докторів наук в українських вузах III-IV рівня акредитації

– Ціни на заочну та дистанційну форми навчання нижчі, ніж на денну.

– Найбільші ціни існують на юридичних, медичних, економічних факультетах та у вузах відповідного профілю.

– Спостерігається тенденція постійного зростання цін на послуги освіти. І це обумовлюється не тільки економічними чинниками, але й науково-технічним прогресом та підвищенням професійних вимог до майбутніх випускників.

Як висновок відмітимо, що маркетингова концепція в рамках системного підходу як основа ринково орієнтованого управління на сучасному етапі все більшою мірою пронизує усі сфери діяльності людства. Не є винятком і національний ринок освіти, якому властива наявність цінової конкуренції, позитивна динаміка трансформації ринкових відносин на ринку освіти. Управління учбовим закладом з позицій системного підходу неможливо без урахування факторів зовнішнього середовища і, насамперед, конкуренції. Серед важливих показників конкурентоспроможності учбового закладу можна назвати такі: рівень акредитації, якість навчання, професорсько-викладацький склад, рівень цін, можливість подальшого працевлаштування, стаж закладу. Але існують і багато інших факторів, таких як додатковий сервіс (наявність гуртожитків, бібліотек, ...), індивідуальний підхід при навчанні, матеріально-технічне забезпечення та інші, які потребують подальшого розгляду в масштабах національного ринку освіти.

Література:

1. Довідник для вступників до вищих навчальних закладів України на 2001 рік. – Київ, 2001.

2. Артюхіна М.В. Маркетинг освіти: сучасна цінова політика // Экономические проблемы и перспективы стабилизации экономики Украины. – Донецк, 2002. – С. 57-60.

3. Рейтингові місця вузів усіх форм власності // Персонал. – 2002. – № 5.

4. Старый ВУЗ лучше новых двух // Маркетолог. – 2002. – №3.