

Aneta Celoch

Spółeczno - ekonomiczne uwarunkowania działalności szkół wyższych na rynku edukacyjnym

Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. Sectio H, Oeconomia 45/1,
19-28

2011

Artykuł został opracowany do udostępnienia w internecie przez Muzeum Historii Polski w ramach prac podejmowanych na rzecz zapewnienia otwartego, powszechnego i trwałego dostępu do polskiego dorobku naukowego i kulturalnego. Artykuł jest umieszczony w kolekcji cyfrowej bazhum.muzhp.pl, gromadzącej zawartość polskich czasopism humanistycznych i społecznych.

Tekst jest udostępniony do wykorzystania w ramach
dozwolonego użytku.

ANETA CELOCH

*Społeczno-ekonomiczne uwarunkowania
działalności szkół wyższych na rynku edukacyjnym*

Social-economic conditions of higher education schools' activity on educational market

Wprowadzenie

Procesy transformacji współczesnego świata związane z globalizacją rynków, rozwojem technologii informatycznych oraz kształtowaniem społeczeństwa informacyjnego powodują zmiany percepcji roli wykształcenia w życiu człowieka. Konsekwencją powstania cywilizacji, w której podstawowymi wartościami są informacje, wiedza i kompetencje jest wzrost znaczenia edukacji, postrzeganej jako czynnik rozwoju społeczno-ekonomicznego, inwestycja w przyszłość pozwalająca na osiągnięcie lepszej pozycji społecznej. Szczególna rola w społeczeństwie informacyjnym przypada szkołom wyższym, które służą rozwojowi społeczeństwa i gospodarki poprzez kształcenie w określonych dziedzinach wiedzy, prowadzenie badań naukowych, a także upowszechnianie kultury narodowej oraz postępu technicznego¹.

Polskie szkolnictwo wyższe od początku lat 90. ubiegłego wieku podlega dynamicznym zmianom, które tworzą nowe środowisko dla funkcjonowania uczelni. Znaczący wpływ na rozwój ilościowy i jakościowy szkolnictwa wyższego oraz zapotrzebowanie na usługi edukacyjne zarówno w polskiej, jak i międzynarodowej przestrzeni edukacyjnej wywierają zjawiska społeczno-ekonomiczne, determinowane przede wszystkim postępem cywilizacyjnym, zjawiskami demograficznymi, procesami globalizacji oraz rozwojem nowoczesnych technologii komunikacyjnych. Celem

¹ Kluczowe zadania szkół wyższych formułuje Ustawa z dnia 12 września 1990 r. o szkolnictwie wyższym, Dz. U. z 1990 r. Nr 65 poz. 385.

artykułu jest przedstawienie społeczno-ekonomicznych zmian na rynku edukacji wyższej oraz ich wpływu na funkcjonowanie szkół wyższych.

Spoleczno-ekonomiczne zmiany w otoczeniu szkół wyższych i ich implikacje

Gwałtowny wzrost znaczenia wiedzy w globalnym świecie spowodował, że stała się ona, obok informacji i umiejętności, podstawową wartością traktowaną jako szczególnie cenne dobro niematerialne. Rewolucyjna transformacja współczesnego życia doprowadziła do wykształcenia się modelu społeczeństwa, określanego jako społeczeństwo wiedzy, będącego wynikiem połączenia czterech niezależnych elementów: tworzenia wiedzy, głównie poprzez badania naukowe, jej przekazywania w procesie kształcenia, rozpowszechniania za pomocą nowoczesnych technologii oraz wykorzystywania w innowacjach technologicznych². Specyficzny charakter społeczeństwa wiedzy z jego nowymi potrzebami, wymaganiami i oczekiwaniami wyznaczył zmiany dotyczące postrzegania roli edukacji w życiu człowieka. Do elementarnych właściwości społeczeństwa wiedzy należą:

- wzrost aspiracji edukacyjnych oraz świadomości znaczenia wykształcenia,
- przechodzenie od edukacji tradycyjnej w kierunku edukacji nowoczesnej preferującej indywidualny wysiłek jednostki³,
- gotowość do ciągłego uczenia się, zgodnie z koncepcją *life – long learning*, która zakłada potrzebę poszerzania i uaktualniania zdobytych kwalifikacji⁴.

Przejście do modelu cywilizacji informacyjnej spowodowało zmiany postaw społecznych w odniesieniu do szkół wyższych i tworzonej przez nie oferty. Potencjalni studenci stają się coraz bardziej wymagającymi klientami, o jasno sprecyzowanych poglądach oraz ugruntowanym systemie wartości. Czas studiów traktują jako inwestycję, która ma przynieść zysk w pracy zawodowej. Decyzje dotyczące wyboru uczelni poprzedzają gromadzeniem danych na temat rynku edukacyjnego oraz ich oceną przez pryzmat własnych wymagań, co do poziomu i jakości kształcenia⁵. Implikuje to określone działania uczelni w zakresie dostosowania oferty i standardów kształcenia do oczekiwań rynku docelowego.

Powstanie społeczeństwa wiedzy zostało zdeterminowane przede wszystkim postępowaniem technologicznym oraz uwarunkowaniami ekonomicznymi, które wyprze-

² *The Role of the Universities in the Europe of Knowledge*, Communication from the Commission of the European Communities, Brussels 2003, s. 4.

³ W. Furmanek, *Polskie szkolnictwo wyższe w europejskiej przestrzeni cywilizacyjnej*. [w:] *Szkolnictwo wyższe w Polsce i na świecie w świetle założeń i realizacji procesu bolońskiego*, red. E. Kula, M. Pękowska, Wszechnica Świętokrzyska, Kielce 2004, s. 32.

⁴ M. Pluta-Olechnik, *Usługi edukacyjne szkół wyższych wobec rozwoju nowych technologii*, [w:] *Marketing w: Marketing – Handel – Konsument w globalnym społeczeństwie informacyjnym*, red. B. Gregor, Łódź 2004, s. 230.

⁵ A. Pabian, *Student jako beneficjent działań promocyjnych szkół wyższych*, „Marketing i Rynek” 2008, nr 8.

dzają swoją dynamiką zmiany społeczne. Stosunek jednostki do własnej edukacji warunkują w dużej mierze wymagania rynku pracy, poziom i struktura bezrobocia oraz tempo rozwoju gospodarczego. Czynniki te stanowią także kontekst dla rozwoju przedsiębiorczości szkół wyższych, wywierając wpływ na kształtowanie oferty edukacyjnej i badawczej, regulowanie popytu na usługi oraz podejmowanie nowych kierunków współpracy z gospodarką⁶.

Do istotnych czynników ekonomicznych kształtujących zachowania podmiotów w sektorze szkół wyższych należy zaliczyć również: poziom cen, wskaźnik inflacji, wysokość podatków, dochody i wydatki konsumentów, dostępność kredytów, nakłady na szkolnictwo wyższe itp. Wszystkie te elementy w sposób pośredni lub bezpośredni kształtują siłę nabywczą konsumentów, jak również wpływają na możliwości rozwojowe uczelni⁷. Utrzymanie spadkowej tendencji inflacji powoduje zapotrzebowanie na kredyty studenckie jako źródło finansowania studiów. Wzrost ekonomiczny niesie ze sobą większą skłonność do wydatków, w tym wydatków przeznaczonych na edukację. Rozwój określonych gałęzi gospodarki ma wpływ na kształtowanie oferty edukacyjnej uczelni. Rozwój gospodarczy może też oznaczać stopniowy wzrost nakładów publicznych na szkolnictwo wyższe⁸.

Zmiany społeczno-ekonomiczne wywarły szczególnie wpływ na funkcjonowanie uczelni na rynku polskim. Przed rokiem 1989 duża część polskiego społeczeństwa nie była zainteresowana zdobywaniem wyższego wykształcenia. Transformacja społeczno-gospodarcza przełomu lat 80. i 90., spowodowała wzmożone zainteresowanie edukacją na poziomie wyższym. Do czynników, które przyczyniły się do wzrostu popytu na usługi świadczone przez uczelnie, należy zaliczyć przede wszystkim⁹:

- propagowaną ideologię budowy gospodarki rynkowej, w której za głównych jej kreatorów uznano ludzi biznesu,
- wzrost zapotrzebowania na pracowników wysoko kwalifikowanych,
- rosnącą świadomość roli wykształcenia,
- nasilenie konkurencji na rynku pracy.

Zwiększony popyt na usługi edukacyjne spowodowany został w dużej mierze transformacją rynku pracy. Wzrost wymagań pracodawców dotyczących wiedzy i umiejętności zawodowych spowodował, że wykształcenie zaczęło być postrzegane jako sposób na poprawę perspektyw zawodowych. Według badań przeprowadzonych

⁶ J. Jabłecka, *Planowanie strategiczne w uniwersytecie przedsiębiorczym*, „Nauka i Szkolnictwo Wyższe” 2004, nr 1/23, s. 39-40.

⁷ P. Krzak, *Wpływ otoczenia marketingowego na działalność szkół wyższych*, [w:] „Marketing szkół wyższych”, red. G. Nowaczyk, M. Kolasiński, WSB, Poznań 2004, s. 113.

⁸ I. Seredocha, *Strategie marketingowe uczelni prywatnych w Polsce*, Wyd. Elbląskiej Uczelni Humanistyczno -Ekonomicznej, Elbląg 2007, s. 114.

⁹ M. Geryk, *Rynek uczelni niepublicznych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2007, s. 20 oraz *Szkoła sukcesu czy szkoła przetrwania? Szkolnictwo wyższe w Polsce*, red. A. Buchner-Jeziorska, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2005, s. 16-17.

w 2007 roku przez CBOS dotyczących oceny przez Polaków znaczenia wykształcenia, 93% respondentów wskazało, że warto go zdobywać. Przez 63% ankietowanych było ono postrzegane jako perspektywa uzyskania wysokich zarobków. 40% badanych podkreśliło możliwość zdobycia interesującego zawodu. W opinii 20% ankietowanych istotnym powodem skłaniającym do nauki była możliwość uniknięcia bezrobocia¹⁰.

Przejawem zmian w otoczeniu szkół wyższych było uruchomienie procesów dostosowawczych uczelni do nowych warunków rynkowych, które dały początek urynkowieniu tego sektora. Spójną definicję urynkowienia uczelni zaproponował D. Antonowicz, określając ten proces jako całokształt zmian organizacyjnych i kulturowych zmierzających do przystosowania uczelni – przy ograniczonym wsparciu finansowym ze strony budżetu państwa – do funkcjonowania w warunkach konkurencji wolnorynkowej¹¹. Urynkowienie uczelni przyniosło określone implikacje dla funkcjonowania szkół wyższych, związane m.in. z niedoborem finansowania państwowej części sektora, rozwojem szkół niepublicznych oraz nasileniem zjawisk konkurencyjnych między uczelniami. Według J. Jabłeckiej wprowadzenie reguł rynkowych do szkół wyższych spowodowało konieczność¹²:

- konkurowania o studentów, fundusze na badania i kształcenie, kadre itd.,
- świadczenia usług edukacyjnych, badawczych i konsultacyjnych studentom, przemysłowi, środowiskom lokalnym itp.,
- poszukiwania dodatkowych źródeł finansowania poza finansowaniem budżetowym,
- pozostawania w aktywnej relacji ze zmianami warunków zewnętrznych otoczenia.

Taki sposób postrzegania szkolnictwa wyższego z góry zakłada różnice zarówno w jakości usług oferowanych przez uczelnie, jak i w stopniu adaptacji uczelni do warunków zewnętrznych, dopuszczając możliwość wypadnięcia z rynku mniej przystosowanych jednostek¹³. Jednak wielu autorów, identyfikując zagrożenia i zadania, jakie stoją przed szkołami wyższymi w nowych realiach rynkowych, wskazuje także na korzyści związane z urynkowaniem uczelni. Zdaniem B. Jongbloeda, analizującego konsekwencje tego procesu, działalność mechanizmu rynkowego oraz konieczność konkurowania z innymi podmiotami przyczynia się do wzrostu efektywności funkcjonowania uczelni w zakresie bardziej świadomego gospodarowania środkami finansowymi. Sprzyja także poprawie jakości oraz zwiększeniu różnorodności usług, a także wzrostowi innowacyjności w dydaktyce i badaniach uczelni¹⁴.

¹⁰ *Czy warto się uczyć?, Komunikat z badań*, CBOS, Warszawa 2007.

¹¹ D. Antonowicz, *Uniwersytet przyszłości. Wyzwania i modele polityki*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2005, s. 145.

¹² J. Jabłecka, *Misja i strategia uczelni*, „Nauka i Szkolnictwo Wyższe” 2010, nr 2/16, s.11.

¹³ *Ibidem*, s.12.

¹⁴ B. Jongbloed, *Marketisation in Higher Education, Clark's Triangle and the Essentials Ingredients of Markets*, „Higher Education Quarterly” 2003, Vol. 57, No. 2, s. 113.

Jednym z kluczowych zjawisk mających wpływ na poddanie działalności szkół wyższych mechanizmom rynkowym było umasowienie szkolnictwa wyższego. Przejście od kształcenia elitarnego do masowego znalazło swoje odzwierciedlenie w rosnących współczynnikach skolaryzacji¹⁵, będących miarą powszechności kształcenia. Pomiędzy rokiem 1990/1991 a 2009/2010 współczynniki skolaryzacji w szkolnictwie wyższym wzrosły czterokrotnie. Współczynnik skolaryzacji brutto podniósł się z 12,9% w roku akademickim 1990/1991 do 53,7% w roku akademickim 2009/2010, a netto – odpowiednio z 9,8% do 40,9%¹⁶. Dynamika wzrostu wskaźników skolaryzacji w szkolnictwie wyższym pomiędzy rokiem 1990 a 2010 została ukazana w tabeli 1.

Tabela 1. Współczynniki skolaryzacji w szkolnictwie wyższym *a* (w %)

Współczynniki skolaryzacji	1990/1991	1995/1996	2000/2001	2006/2007	2007/2008	2008/2009	2009/2010
Brutto	12,9	22,3	40,7	49,9	51,1	52,7	53,7
Netto	9,8	17,2	30,6	38,8	39,7	40,6	40,9

a – Bez studentów cudzoziemców. Do roku akademickiego 2006/2007 bez studentów studiów eksternistycznych

Źródło: *Szkoły wyższe i ich finanse w roku 2009 r.*, GUS, Warszawa 2010, s 27.

Odpowiedzią na eksplozję aspiracji edukacyjnych Polaków był gwałtowny wzrost podaży usług edukacyjnych. W następstwie zmian ustrojowych, po wprowadzeniu regulatorów wolnego rynku, Polska weszła w okres ilościowego rozwoju szkolnictwa wyższego, którego skutkiem było znaczne zwiększenie liczby szkół wyższych, zwłaszcza niepublicznych¹⁷. Rozwój szkolnictwa prywatnego był jedną z kluczowych zmian na polskim rynku edukacyjnym. Konsekwencją dynamicznego przyrostu liczby uczelni niepublicznych był wzrost konkurencji w sektorze. W roku 1990/1991 na rynku edukacyjnym funkcjonowała jedna uczelnia prywatna, na przełomie lat 1999/2000 było ich 174, zaś w roku 2009/2010 już 330¹⁸. Zmiany ilościowe w szkolnictwie wyższym po transformacji ustrojowej ilustruje rysunek 1.

Rozwój szkolnictwa prywatnego w latach 90. pozwolił zrównoważyć podaż z gwałtownie rosnącym popytem na usługi edukacyjne. Na korzyść uczelni niepublicznych działały ówczesne tendencje demograficzne dotyczące części populacji w wieku lat

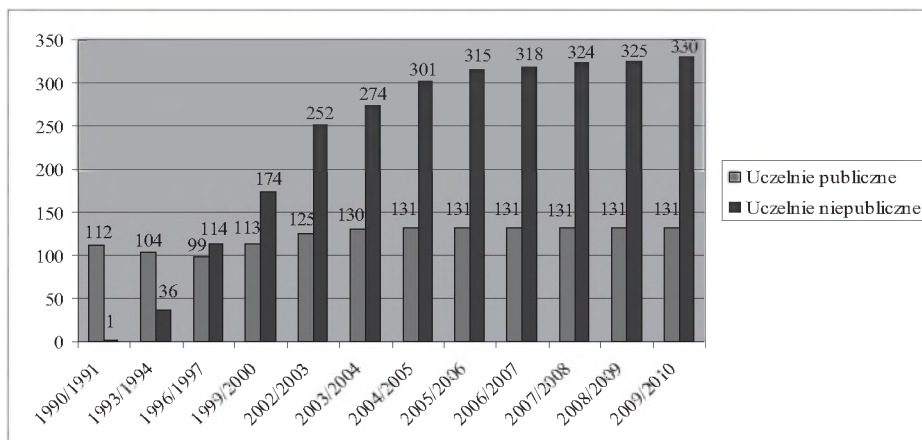
¹⁵ Wyróżnia się współczynniki skolaryzacji w ujęciu brutto i netto: współczynnik skolaryzacji brutto określa stosunek wszystkich osób uczących się na danym poziomie do całej populacji osób będących w wieku nominalnie przypisanym temu poziomowi kształcenia (19-24 lata), współczynnik skolaryzacji netto określa stosunek liczby studentów w nominalnym wieku kształcenia na danym poziomie do liczby ludności zdefiniowanej, jak przy współczynniku skolaryzacji brutto.

¹⁶ *Szkoły wyższe i ich finanse w roku 2009*, GUS, Warszawa 2010, s. 28.

¹⁷ J. Woźnicki, *Uczelnie akademickie jako instytucje życia publicznego*, Monografie Fundacji Rektorów Polskich, Warszawa 2007, s. 87-88.

¹⁸ *Szkoły wyższe i ich finanse w roku 2009*, op.cit. s. 28.

19-24, który statystycznie odpowiada wiekowi kształcenia na poziomie wyższym¹⁹. Kilkunastoletni gwałtowny rozwój niepublicznego szkolnictwa wyższego został zahamowany w połowie lat 2000-2010. Począwszy od roku akademickiego 2005/2006 widoczna jest stabilizacja przyrostu liczby uczelni niepublicznych. Zjawisko to wiąże się z nasyconiem rynku oraz niekorzystnymi trendami demograficznymi, których konsekwencją jest zmniejszanie się liczby studiujących.



Rys. 1. Dynamika rozwoju publicznych i niepublicznych szkół wyższych po roku 1990

Źródło: *Szkoły wyższe i ich finanse w 2009 r., op.cit.*, s. 25-26.

Nowe wymogi stawiane przez rynek pracy oraz wynikająca z nich presja społeczna spowodowały zmiany w podaży usług edukacyjnych nie tylko w rozumieniu liczby jednostek kształcących na poziomie wyższym, ale również form studiów oraz liczby oferowanych kierunków i specjalności. Szkoły wyższe wprowadziły nowe formy kształcenia w systemie wieczorowym, zaocznym i eksternistycznym²⁰. Powstały również nowe kierunki studiów związane z przemianami polityczno-gospodarczymi. W tym aspekcie konkurencją dla uczelni państwowych zaczęły stanowić niepubliczne szkoły wyższe, które zaproponowały wąskie specjalizacje w ramach popularnych kierunków oraz szeroki wachlarz studiów podyplomowych.

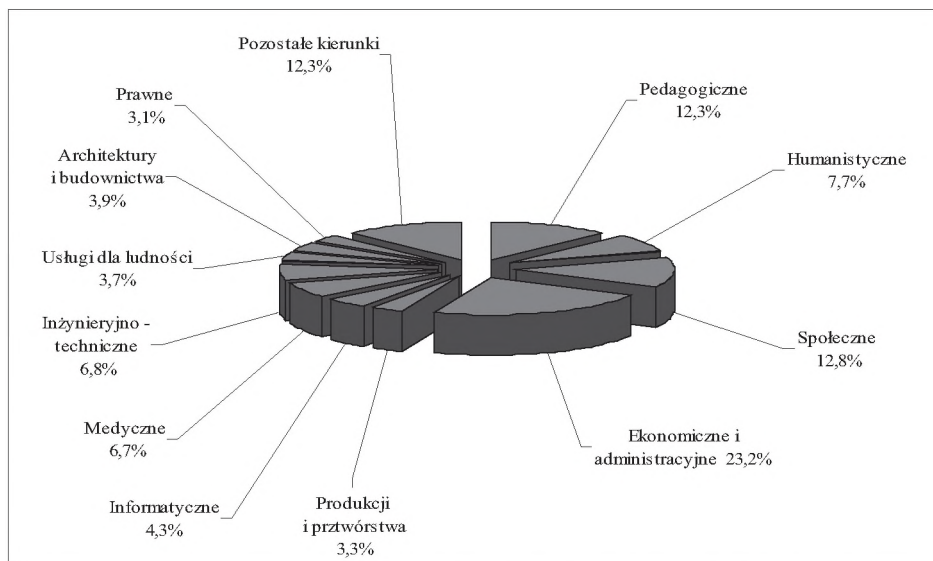
Obserwując tendencje wyboru kierunków kształcenia w latach 1990-2010, można zauważyć zmiany w preferencjach osób studiujących. Na początku lat 90. dużym zainteresowaniem cieszyły się kierunki techniczne (17% studiujących), pedagogiczne (14%) oraz biznesowe (13%).²¹ Obecnie największą popularność wśród studentów

¹⁹ J. Woźnicki, *op.cit.*, s. 87-89.

²⁰ Obecnie zgodnie z Ustawą z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym obowiązuje podział na studia stacjonarne i niestacjonarne.

²¹ I. Seredocha, *op. cit.*, s. 130.

wykazują kierunki ekonomiczne i administracyjne (23,2%) oraz społeczne (12,8%). Kolejne miejsce zajmują kierunki pedagogiczne (12,3%). Strukturę kształcenia według grup kierunków studiów w roku akademickim 2009/2010 ukazuje rysunek 2.



Rys. 2. Studenci według grup kierunków studiów w roku akademickim 2009/2010

Źródło: *Szkoły wyższe i ich finanse w 2009 r.*, *op.cit.*, s. 30.

Wielu autorów, analizując problematykę struktury kierunków kształcenia na polskim rynku edukacyjnym, zwraca uwagę na ich niedostosowanie do potrzeb rynku pracy. Według J. Jableckiej przyczyną tego zjawiska tkwią zarówno po stronie popytu zgłaszanego przez kandydatów na studia, jak i po stronie podaży²². I. Seredocha podkreśla, że sytuacja gospodarcza i wymogi rynku pracy kształtują zainteresowanie Polaków ofertą edukacyjną uczelni, ale z drugiej strony o liczebności studentów na danym kierunku kształcenia przesądza ich dostępność w ofercie szkół wyższych. Według autorki wiele uczelni chętniej proponuje te kierunki, których uruchomienie nie wymaga dużych nakładów inwestycyjnych²³. W związku z tym wśród propozycji dydaktycznych uczelni dominują kierunki ekonomiczne, pedagogiczne, społeczne, których prowadzenie nie wymaga specjalistycznego zaplecza.

Aktualnie projektowana nowelizacja ustawy Prawo o szkolnictwie wyższym zwraca większą uwagę na konieczność dostosowania kształcenia na poziomie wyższym do wymogów gospodarki. Ponieważ wciąż rośnie znaczenie sektorów opartych na technologii i innowacjach, ważną staje się promocja kierunków, które wykształcą spe-

²² J. Jablecka, M. Dąbrowa-Szeffler, *Szkolnictwo wyższe w Polsce: raport dla OECD*, MNiSW 2007, s. 57.

²³ I. Seredocha, *op. cit.*, s. 132.

cjalistów w tym obszarze. Aby włączyć się do światowego wyścigu technologicznego, MNiSW podjęło działania mające na celu zwiększenie zainteresowania kształceniem w zakresie nauk technicznych, matematycznych i przyrodniczych.

Zjawiska społeczno-ekonomiczne w otoczeniu uczelni oraz wynikające z nich różnicowanie podmiotowe i przedmiotowe przyczyniły się do pojawienia się konkurencji w sektorze. T. Szapiro, adaptując pojęcie konkurencji do specyfiki rynku edukacyjnego, używa terminu konkurencji edukacyjnej rozumianej jako rywalizacja między uczelniami o realizację własnych interesów na drodze przedstawienia oferty atrakcyjniejszej pod względem kształcenia, ceny, jakości, warunków transakcji od ofert innych uczelni²⁴.

Konkurencja w warunkach ekspansji ilościowej i jakościowej szkolnictwa wyższego stanowi poważne wyzwanie dla uczelni. Jednym z jej elementów jest rywalizacja szkół wyższych o studenta, nie tylko pomiędzy uczelniami publicznymi i niepublicznymi, ale także w obrębie tych sektorów. Konkurencja na rynku szkół wyższych zaczyna mieć także wymiar międzynarodowy związany z otwarciem przestrzeni edukacyjnej po wejściu Polski do Unii Europejskiej. Dodatkowo pogłębiają ją niekorzystne tendencje demograficzne.

Zdaniem wielu autorów pozycja konkurencyjna dużej liczby uczelni w Polsce pogarsza się. Warunkiem sukcesu uczelni w coraz większej mierze staje się stworzenie strategii konkurencji bazującej na kluczowych czynnikach sukcesu w sektorze. O potencjale konkurencyjnym uczelni decyduje przede wszystkim zdolność wykreowania programu studiów na odpowiednio wysokim poziomie, kwalifikacje kadry dydaktycznej, nowoczesność metod nauczania, osiągnięcia naukowe oraz jej relacje z otoczeniem²⁵.

Z uwagi na coraz trudniejszą sytuację na rynku edukacyjnym, rynek ten dojrzewa także do dalszych zmian strukturalnych, zwłaszcza w zakresie programów kształcenia oraz do konsolidacji²⁶. Realną drogą do utrzymania się uczelni na rynku stają się procesy integracyjne. Ustawa o szkolnictwie wyższym z 2005 roku dała podstawę do konwergencji prywatnego i państwowego sektora uczelni. Zasada konwergencji oznacza „uwspólnienie” reguł działania uczelni publicznych i niepublicznych, możliwość w miarę harmonijnej koegzystencji tych sektorów w zakresie, m.in. wymagań jakościowych kształcenia, reguł sprawowania nadzoru nad uczelniami, regulacji polityki kadrowej oraz dostępu do środków publicznych. Otwiera to drogę do integracji szkolnictwa wyższego w ramach przewidzianych ustawą związków szkół lub mniej sformalizowanych porozumień o określonych zasadach współpracy.

²⁴ T. Szapiro, *Ryzyko i szansa konkurencji edukacyjnej*, [w:] *Konkurencja na rynku usług edukacji wyższej*, red. J. Dietl i Z. Sapijaszka, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2006, s. 27.

²⁵ S. Forlicz, A. Kaleta, *Czynniki konkurencyjności szkoły wyższej*, [w:] *ibidem*, s. 65-66.

²⁶ M. Romanowska, S. Macioł, *Wybrane czynniki konkurencyjne uczelni na rynku edukacji wyższej*, [w:] *ibidem*, s. 62.

Zakończenie

Zmiany społeczno-gospodarcze ostatnich dwóch dekad wywarły znaczący wpływ na rozwój polskiego szkolnictwa wyższego. Poruszając temat uwarunkowań funkcjonowania szkół wyższych, należy jednak podkreślić, że na kształt szkolnictwa wyższego oddziałuje również wiele innych ściśle ze sobą powiązanych czynników, związanych z regulacjami prawnymi, rozwojem technologii, globalizacją procesów kształcenia, a także zmianami demograficznymi.

Konieczność zmierzenia się z wyzwaniami, przed jakimi staje polskie szkolnictwo wyższe, implikuje podejmowanie przez szkoły wyższe aktywnych działań na rzecz podniesienia konkurencyjności uczelni oraz poprawy jakości kształcenia. To, co przez wiele lat było domeną przedsiębiorstw – działalność w niestabilnym środowisku, rywalizacja o klienta, poszukiwanie efektywnych sposobów wyróżnienia się na rynku, w coraz większym stopniu staje się udziałem podmiotów świadczących usługi edukacyjne. Ważnym celem staje się zatem budowanie dobrej pozycji polskich uczelni zarówno na rynku krajowym, jak i w przestrzeni międzynarodowej. Kraje europejskie rozpoczęły kampanie promocyjne własnego szkolnictwa wyższego jako oferty eksportowej, kreując wizerunek swoich uczelni, jako jednostek o wysokich standardach kształcenia otwartych na międzynarodową konkurencję. Podobne zadanie stoi przed polskimi uczelniami. Narastająca rywalizacja, a także problemy z pozyskaniem kompletu studentów grożą eliminacją z rynku tych podmiotów, które nie będą potrafiły sprostać wyzwaniom stawianym przez otoczenie. Dlatego też ważnym czynnikiem budowania przewagi konkurencyjnej uczelni staje się wzmocnienie potencjału dydaktycznego i naukowego, zaakcentowanie własnej tożsamości oraz wykorzystanie możliwości związanych z absorpcją w sferze praktyk akademickich rynkowych metod działania.

Bibliografia

1. Antonowicz D., *Uniwersytet przyszłości. Wyzwania i modele polityki*, Instytut Spraw Publicznych, Warszawa 2005.
2. *Czy warto się uczyć?, Komunikat z badań*, Warszawa 2007, CBOS, Warszawa 2007.
3. Forlicz S., Kaleta A., *Czynniki konkurencyjności szkoły wyższej*, [w:] *Konkurencja na rynku usług edukacji wyższej*, red J. Dietl i Z. Sapijaska, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2006.
4. Furmanek W., *Polskie szkolnictwo wyższe w europejskiej przestrzeni cywilizacyjnej*, [w:] *Szkolnictwo wyższe w Polsce i na świecie w świetle założeń i realizacji procesu bolońskiego*, red. E. Kula, M. Pękowska, Wszechnica Świętokrzyska, Kielce 2004.
5. Geryk M., *Rynek uczelni niepublicznych w Polsce*, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2007.
6. Jablecka J., *Misja i strategia uczelni*, „Nauka i Szkolnictwo Wyższe” 2010, nr 2/16.
7. Jablecka J., *Planowanie strategiczne w uniwersytecie przedsiębiorczym*, „Nauka i Szkolnictwo Wyższe” 2004, nr 1/23.
8. Jablecka J., Dąbrowa-Szeffler M., *Szkolnictwo wyższe w Polsce: raport dla OECD*, MNiSW 2007.

9. Jongbloed B., *Marketisation In Higher Education*, Clark's Triangle and the Essentials Ingredients of Markets, Higher Education Quarterly 2003, Vol. 57, No. 2.
10. Krzak P., *Wpływ otoczenia marketingowego na działalność szkół wyższych*, [w:] *Marketing szkół wyższych*, red. G. Nowaczyk, M. Kolasiński, Wyd. Wyższej Szkoły Bankowej, Poznań 2004.
11. Pabian A., *Student jako beneficjent działań promocyjnych szkół wyższych*, „Marketing i Rynek” 2008, nr 8.
12. Pluta-Olearnik M., *Usługi edukacyjne szkół wyższych wobec rozwoju nowych technologii*, [w:] *Marketing w: Marketing – Handel – Konsument w globalnym społeczeństwie informacyjnym*, red. B. Gregor, Łódź 2004.
13. Romanowska M., Maciół S., *Wybrane czynniki konkurencyjne uczelni na rynku edukacji wyższej*, [w:] *Konkurencja na rynku usług edukacji wyższej*, red J. Dietl i Z. Sapijaska, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2006.
14. Seredocha I., *Strategie marketingowe uczelni prywatnych w Polsce*, Wyd. Elbląskiej Uczelni Humanistyczno-Ekonomicznej, Elbląg 2007.
15. Szapiro T., *Ryzyko i szansa konkurencji edukacyjnej*, [w:] *Konkurencja na rynku usług edukacji wyższej*, red. J. Dietl i Z. Sapijaska, Fundacja Edukacyjna Przedsiębiorczości, Łódź 2006.
16. *Szkola sukcesu czy szkola przetrwania? Szkolnictwo wyższe w Polsce*, red. A. Buchner-Jeziorska, Oficyna Wydawnicza SGH, Warszawa 2005.
17. *Szkoły wyższe i ich finanse w roku 2009*, GUS, Warszawa 2010.
18. *The Role of the Universities in the Europe of Knowledge*, Communication from the Commission of the European Communities, Brussels 2003.
19. Ustawa z dnia 12 września 1990 r. o szkolnictwie wyższym, Dz. U. z 1990 r. Nr 65 poz. 385.
20. Ustawa z dnia 27 lipca 2005 roku Prawo o szkolnictwie wyższym, Dz. U. z 2005 r. Nr 164, poz. 1365.
21. Woźnicki J., *Uczelnie akademickie jako instytucje życia publicznego*, Monografie Fundacji Rektorów Polskich, Warszawa 2007.

Social-economic conditions of higher education schools' activity on educational market

Higher education in Poland is subject to dynamic changes that create new environment for its development. Social-economic conditions determined by civilization progress, demographic changes, globalization processes and technological development have a significant influence on schools of higher education. The necessity of facing all these challenges implies undertaking by universities some activities towards raising their competitiveness. One of the most important goals is creating the strong position of Polish universities on the local and global market, reinforcing their educational and scientific potential and using the possibilities connected with market approach.