

МАРКЕТИНГОВЫЕ ПРИЕМЫ, СПОСОБСТВУЮЩИЕ РАЗВИТИЮ РОССИЙСКОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Самсонова М. В., Самсонова Е. В.

Камышинский технологический институт (филиал) ФГБОУ ВПО «Волгоградский государственный технический университет», Камышин, Россия (403874, г. Камышин, ул. Ленина, 6А) ebuh@yandex.ru

Образование в современных российских условиях представляется как основной источник инноваций, первое звено инновационной цепочки «образование – исследования – инновационные проекты – массовая реализация инноваций». Следуя этому положению, можно сказать, что в основе инновационной экономики лежит развитое современное образование, которое является и источником подготовки специалистов разного уровня, разных профилей, обеспечивающих реализацию всех стадий инновационного процесса. Образование в условиях инновационной экономики претерпевает значительные изменения. Его задача – в значительной степени – стимулировать развитие экономики, вести подготовку специалистов, в полной мере востребованных обществом. Возникает новая роль знаний как одного из основных двигателей экономического развития, что является главной причиной появления системы образования через всю жизнь. Конкурентоспособные кадры повышают конкурентоспособность организации в целом. Это неотъемлемое условие эффективного развития каждого предприятия. Содействие предприятиям регионов в повышении квалификации, развитии персонала и оказание помощи в разработке и внедрении инновационных технологий и программ – это основные задачи центров переподготовки и повышения квалификации.

Ключевые слова: маркетинг образовательных услуг, образовательная услуга, рынок образовательных услуг.

MARKETING METHODS, CONTRIBUTING TO THE DEVELOPMENT OF THE RUSSIAN MARKET OF EDUCATIONAL SERVICES

Samsonova M. V., Samsonova E. V.

Kamyshin Technological Institute (branch) of the State Educational Institution of Higher Professional Education “Volgograd State Technical University”, Kamyshin, Russia (403874, Kamyshin, Lenina Street, 6A) ebuh@yandex.ru

Education in the modern Russian conditions is presented as the main source of innovation, the first link in the innovation chain «education - research - innovation projects - the mass implementation of innovations». Following this position, we can say that in the basis of innovative economy is developed modern education, which is a source of training of specialists of different levels, different profiles for the implementation of all stages of the innovation process. Education in the conditions of innovative economy is undergoing significant changes. His task is to substantially stimulate development of economy, carry out the training of specialists, the full extent necessary for the society. A new role of knowledge as one of the main engines of economic development, that is the main cause of the educational system through the entire life. Competitive frames improve the competitiveness of the organization as a whole. This is an essential condition for the effective development of each enterprise. Assistance to the enterprises of regions in skills development, staff development and assisting in the development and implementation of innovative technologies and programs are the main tasks of the centres of retraining and professional development.

Keywords: marketing of educational services, educational service, market of educational services.

Формы обучения, существующие в системе высшего профессионального образования, сейчас в той или иной степени переживают кризис (рис. 1):

- территориальная ограниченность – неспособность обеспечить всем желающим возможность получить необходимое им образование;
- консерватизм – отставание получаемых знаний от уровня развития информатизации и технологий и низкая приспособляемость систем образования к различным социально-экономическим условиям;
- локальность – специфичность образования, определяемая отдельным учебным заведением;

- относительная дороговизна – недоступность желаемого образования с финансовой точки зрения.

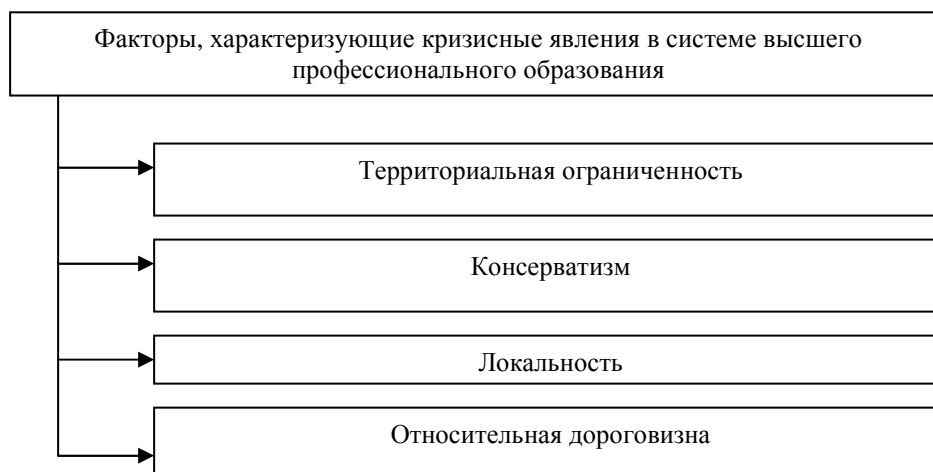


Рис. 1. Кризисные явления системы высшего профессионального образования
(составлено авторами)

Образование в современных российских условиях представляется как основной источник инноваций, первое звено инновационной цепочки «образование – исследования – инновационные проекты – массовая реализация инноваций». Следуя этому положению, можно сказать, что в основе инновационной экономики лежит развитое современное образование, которое является и источником подготовки специалистов разного уровня, разных профилей, обеспечивающих реализацию всех стадий инновационного процесса.

Можно выделить ряд маркетинговых приемов, которые необходимо использовать с целью повышения конкурентоспособности ВУЗов (рис. 2).

Образование в условиях инновационной экономики претерпевает значительные изменения. Его задача – в значительной степени стимулировать развитие экономики, вести подготовку специалистов, в полной мере востребованных обществом. Возникает новая роль знаний как одного из основных двигателей экономического развития, что является главной причиной появления системы образования через всю жизнь (LifeLong

Learning).

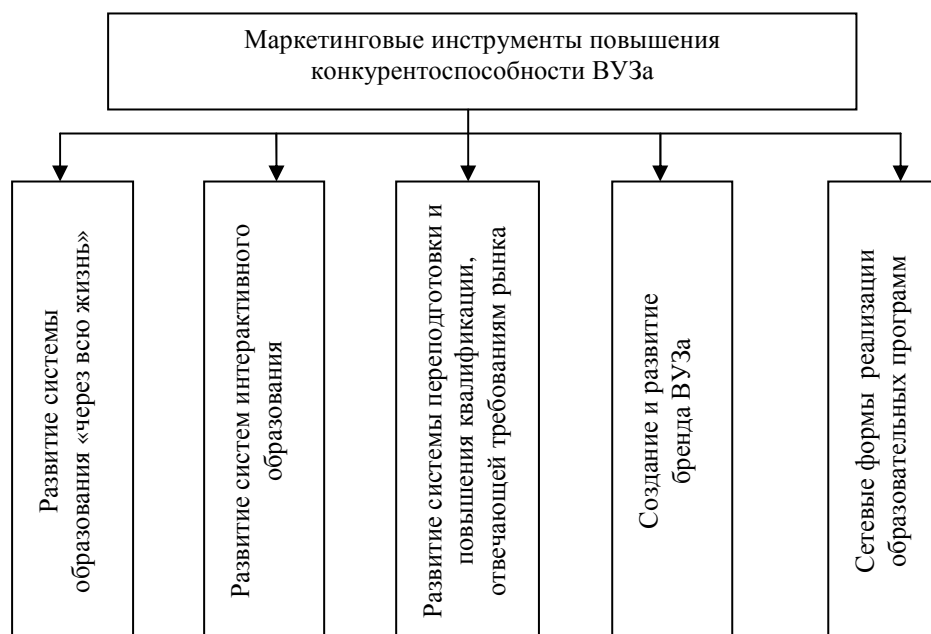


Рис. 2. Направления повышения конкурентоспособности вуза в современных условиях
(составлено автором)

На протяжении последних десятилетий высшая школа накапливала знания, формировала новые подходы, методы и технологии развития кадрового потенциала и ждала того момента, когда предприятия и организации регионов смогут ощутить потребность в постоянной, непрерывной переподготовке и повышении квалификации специалистов, так как конкурентоспособность предприятия, в первую очередь, определяется конкурентоспособностью кадрового потенциала данного предприятия. Новая техника, технологии, продукция, услуги не рождаются сами по себе, их создают люди.

Конкурентоспособные кадры повышают конкурентоспособность организации в целом. Это неотъемлемое условие эффективного развития каждого предприятия. Содействие предприятиям регионов в повышении квалификации, развитии персонала и оказание помощи в разработке и внедрении инновационных технологий и программ – это основные задачи центров переподготовки и повышения квалификации.

В связи с этим остро назрела потребность в повышении квалификации и переподготовки на предприятиях большого количества специалистов-практиков. При этом данная подготовка должна быть приближена к условиям данного предприятия, возможно, даже без отрыва от производства [6].

Среди основных задач центров переподготовки и повышения квалификации можно выделить следующие:

- повышение квалификации специалистов по заказам предприятий в области экономики и менеджмента, ориентированных на конкретные потребности региона;

- создание базы данных о свободных рабочих местах на предприятиях регионов и создание условий для трудоустройства выпускников вузов и специалистов, прошедших повышение квалификации и переподготовку;
- оказание помощи предприятиям регионов в развитии инновационных и информационных технологий в области экономики и менеджмента для обеспечения их конкурентоспособности.

Современный рынок образовательных услуг характеризуется тем, что на него выходят новые производители услуг высшего и дополнительного профессионального образования в условиях «образования без границ»: открытые, электронные, распределенные университеты, чьи программы доступны вне зависимости от пространственных и временных рамок, изменяются методы предоставления услуг и способы организации обучения в системе высшего образования в результате революции в области информации и связи (развивается дистанционное и сетевое обучение).

Дистанционное обучение – это разновидность заочного образования, предусматривающая активный обмен информацией между учащимися и преподавателями, а также между самими учащимися, и использующая в максимальной степени современные средства новых информационных технологий (аудиовизуальные средства, персональные компьютеры, средства телекоммуникаций).

Основа дистанционного образования – большая самостоятельная работа студента со специально подготовленными учебными материалами. Но в отличие от самообразования дистанционное образование включает в себя:

- обратную связь с преподавателем (образовательным учреждением);
- полное методическое обеспечение учебного процесса;
- специально подготовленные для самостоятельного изучения учебные материалы;
- использование в учебном процессе современных образовательных и информационных технологий, повышающих качество и эффективность обучения;
- непрерывное взаимодействие студента с преподавателем по электронной почте, телефону или другими доступными способами;
- возможность самостоятельного планирования времени изучения материала (сокращение или увеличение сроков обучения);
- значительное снижение стоимости обучения.

Принципы дистанционного образования:

- Принцип интерактивности. Дистанционное образование предполагает наличие постоянных и непрерывных контактов студентов с преподавателями в процессе обучения, которые могут

осуществляться посредством: традиционной почты, телефонной связи, электронной почты, видеосвязи, общения в текстовых конференциях в режиме реального времени, очных встреч.

- Принцип стартовых знаний. Для того чтобы эффективно обучаться в системе дистанционного образования, необходимы некоторые стартовые условия:

1. Начальный уровень подготовки потребителей образовательных услуг.
2. Наличие аппаратно-технического обеспечения.

- Принцип индивидуальности. Предполагает выработку индивидуального подхода к каждому студенту, обучающемуся в системе дистанционного образования.

Для выполнения этого принципа в реальном учебном процессе проводится входной и текущий контроль.

Входной контроль позволяет:

1. Определить стартовый уровень подготовки абитуриента.
2. Провести подготовку в целях восполнения недостающих начальных знаний и умений, позволяющих обучаться в системе дистанционного образования.
3. Выявить индивидуальные особенности восприятия учебного материала.
4. Составить индивидуальный учебный план студента.

Текущий контроль позволяет корректировать подачу учебного материала в зависимости от степени его усвоения.

- Принцип идентификации. Заключается в необходимости контроля самостоятельности обучения, так как при дистанционном образовании предоставляется больше возможностей для фальсификации результатов обучения, чем при очной форме.

Контроль самостоятельности выполнения контрольных мероприятий может достигаться посредством:

1. Очного контакта.
2. Различных технических средств (видеоконференцсвязь).

- Принцип регламентности обучения. Часто встречается мнение, что в системе дистанционного обучения нецелесообразно вводить четкий график самостоятельного изучения учебного материала. Однако опыт показывает, что при дистанционном образовании должен быть жесткий контроль и планирование, особенно для студентов младших курсов.

- Принцип педагогической целесообразности применения средств новых информационных технологий.

Важными показателями гибкости обучения являются не критичность образовательного процесса дистанционного обучения к: расстоянию, временному графику реализации учебного процесса, конкретному образовательному учреждению.

Последнее требование заключается в необходимости создания распределенных сетей знаний для дистанционного образования, позволяющих студенту корректировать или дополнять свою образовательную программу в необходимом направлении при отсутствии соответствующих услуг в образовательном учреждении, где он учится.

Исследование рынка труда в России показывает, что оформился контингент лиц, остро нуждающихся в образовательных услугах, которые традиционная система образования предоставить не может.

Это:

- лица всех возрастов, проживающие в регионах, удаленных от учебных центров;
- лица, желающие приобрести новые знания или получить второе образование;
- потребители образовательных услуг, готовящиеся к поступлению в учебные заведения;
- лица, проходящие действительную срочную службу в рядах Вооруженных Сил России, а также увольняющихся в запас офицеров;
- лица, имеющие медицинские ограничения для получения образования в стационарных условиях;
- лица, нуждающиеся в переподготовке и повышении квалификации;
- уволенные и сокращенные граждане, зарегистрированные в службах занятости.
- иностранные граждане, желающие получить образование в России, но не имеющие возможности приехать для учебы по различным вопросам.

В идеальном случае дистанционное обучение:

- предоставляет возможность проходить обучение, не покидая места жительства в процессе производственной деятельности;
- обеспечивает широкий доступ к образовательным отечественным и мировым ресурсам;
- предоставляет возможность получить образование при любом уровне начального образования и подготовки;
- предоставляет возможность организации процесса самообучения наиболее эффективным образом и получения всех необходимых средств для обучения;
- расширяет круг людей, которым доступны все виды образовательных услуг;
- снижает стоимость обучения;
- повышает социальную и профессиональную мобильность населения, его предпринимательской и социальной активности, кругозора и уровня самосознания;
- развивает единое образовательное пространство.

Рынок высшего профессионального образования характеризуется наличием в его системе разных по имиджу и репутации вузов. Специалисты по маркетингу различают бренды – лидеры, брендовые и не брендовые вузы. Бренд-лидеров не бывает много, их не

более двух или трех. Бренды сложное для понимания явление, как правило, «территория» брендов – сознание и психология потребителей. Сами вузы в глазах потребителей разделились на: «элитные», «достаточно престижные» и «не обязательно престижные». Любой вуз должен стремиться попасть в «элиту» и постоянно разрабатывать мероприятия, способствующие этому.

Данные факторы позволяют понять, что устойчивое преобразование и развитие экономики невозможно без инновационной системы образования, способствующей формированию потенциала страны.

Неопределенность долгосрочных тенденций позволяет сделать два вывода относительно построения стратегии догоняющего развития в современном мире. Во-первых, организационно-экономические формы хозяйствования вуза должны быть максимально гибкими, адаптивными, то есть способными подстраиваться под быстро меняющиеся интересы бизнеса регионов России. Во-вторых, государство должно играть минимальную роль в организации прорывных структур и в решении проблем их функционирования.

Список литературы

1. Арсаланов Т. Н. Маркетинг услуг: уточнение некоторых понятий с экономической точки зрения» / Т. Н. Арсаланов // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 2.
2. Басовский Л. Е. Маркетинг: курс лекций / Л. Е. Басовский. – М.: ИНФРА-М, 1999.
3. Добрыднев С. И. К вопросу определения продукта вуза // Маркетинг в России и за рубежом. – 2004. – № 4. – С. 26–31.
4. Самсонова М. В., Самсонова Е. В. Исследование факторов конкурентоспособности образовательной услуги // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. – 2010. – 3 (47). – С. 88–90.
5. Шевченко Д. А. Состояние и перспективы молодежного рынка труда / Д. А. Шевченко // Экономический журнал. 2002. – № 4. – С. 94–99.
6. Щетинин В. П., Хроменков Н. А., Рябушкин Б. Г. Экономика образования: Учеб. пособ. – М.: Рос. пед. агент., 1998. – 306 с.

Рецензенты:

Сидунова Г.И., д.э.н., профессор, декан факультета экономики и управления федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», г.Волгоград.

Воробьева Л.Е., д.э.н., профессор кафедры «Экономика и менеджмент» федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего профессионального образования «Волгоградский государственный социально-педагогический университет», г.Волгоград.