(cc) BY

Вандрикова Оксана Владимировна
канд. экон. наук, доцент, преподаватель
Филиал ФГБОУ ВО «Кубанский государственный
университет» в г. Тихорецке
г. Тихорецк, Краснодарский край
Попов Максим Николаевич
канд. экон. наук, заведующий кафедрой
ФГБОУ ВО «Краснодарский государственный
институт культуры»
г. Краснодар, Краснодарский край

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОРГАНИЗАЦИИ ВНУТРИОРГАНИЗАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Аннотация*: в статье рассмотрен современный этап развития системы высшего образования, на котором происходит масштабное реформирование базовых принципов предоставления образовательных услуг, а также описаны возможные приоритетные направления развития российской высшей школы.*

Ключевые слова*: высшее образование, маркетинговый подход, образовательные продукты, дополнительное профессиональное образование, кадровый потенциал.*

Современный этап развития российской высшей школы, без сомнения, характеризуется масштабным реформированием базовых принципов предоставления продуктов и услуг высшего образования и переходом к рыночно ориентированной модели функционирования образовательных организаций.

Маркетинговая ориентация сферы высшего образования и конкретных образовательных организаций, составляющих базис национальной образовательной системы требуют кардинального изменения роли и значения маркетинга в управлении бизнес-процессами вузов, реализации полноценного процессно-ориентированного маркетингового подхода, обеспечивающего комплексное

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

удовлетворение нужд и потребностей всех субъектов специализированной системы маркетинга.

Актуальным трендом развития сферы высшего образования в последние годы является снижение финансовой результативности и эффективности деятельности образовательных организаций, выраженное в сокращении их общего количества и снижении показателей рентабельности основного вида деятельности и активов.

В то же время качество образовательных продуктов и услуг, формально соответствующих федеральным государственным образовательным программам, часто критикуется конечными их потребителями – предприятиями – работодателями, вынужденными доучивать молодых специалистов до уровня профессиональной компетентности, обеспечивающего решение задач начального уровня.

В современном российском высшем образовании сделан упор на теоретизацию передаваемых знаний в ущерб востребованных работодателями умений и навыков, являющихся неотъемлемой органичной частью профессиональной компетенции конкретного работника.

Современные российские вузы обладают значительной материально-технической базой и квалифицированным профессорско-преподавательским составом, однако современная конъюнктура рынка труда требует не столько академического, сколько практико-ориентированного высшего образования, актуализация которого под нужды и потребности региональных и национального рынка трудовых ресурсов невозможна без специализированных маркетинговых усилий, направленных на активизацию и коммерческое использование внутренних маркетинговых резервов, прежде всего в части разработки и предоставления, в том числе студентам действующего контингента по программах высшего образования, эффективных образовательных продуктов и услуг дополнительного профессионального образования.

По мнению авторов старейшего российского журнала об образовании «Alma mater» (Вестник высшей школы), в числе ключевых тенденций развития

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

сферы современного высшего образования прослеживаются два разнонаправленных стратегических тренда:

– совершенствование образовательного процесса в направлении коммерциализации услуг образования и образовательных продуктов;

– совершенствование образовательного процесса в направлении его интеграции в национальную научно-техническую и инновационную политику и стратегию [1].

В то же время представляется догмой тезис о роли и значении бюджетного финансирования подобных специальностей, поскольку в данном случае бюджетное финансирование лишь замедляет их коммерциализацию, препятствует актуализации образовательного процесса, снижает фактический уровень профессиональной компетентности выпускников.

Современные российские образовательные учреждения высшего образования должны, на наш взгляд, устойчиво развиваться, используя для этого как рыночные (маркетинговые), так и не рыночные резервы (рис. 1).

Из приведенного рисунка видно, что в зависимости от приоритета развития российской высшей школы должны быть дифференцированы основные ресурсы роста эффективности ее деятельности:

– в отношении востребованных рынком специальностей могут и должны быть мобилизованы маркетинговые ресурсы стратегического и тактического характера;

– в отношении кадрового потенциала стратегических и перспективных отраслей должен реализовываться нерыночный подход, подразумевающий в том числе и целевое бюджетное финансирование.

Косвенно неэффективность существующей образовательной системы высшего образования при решении задачи формирования и поддержания кадрового потенциала стратегических и приоритетных отраслей подтверждена фактом принятия Указа Президента России от 28 декабря 2013 г. №967 «О мерах по укреплению кадрового потенциала Российской Федерации» [2].

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

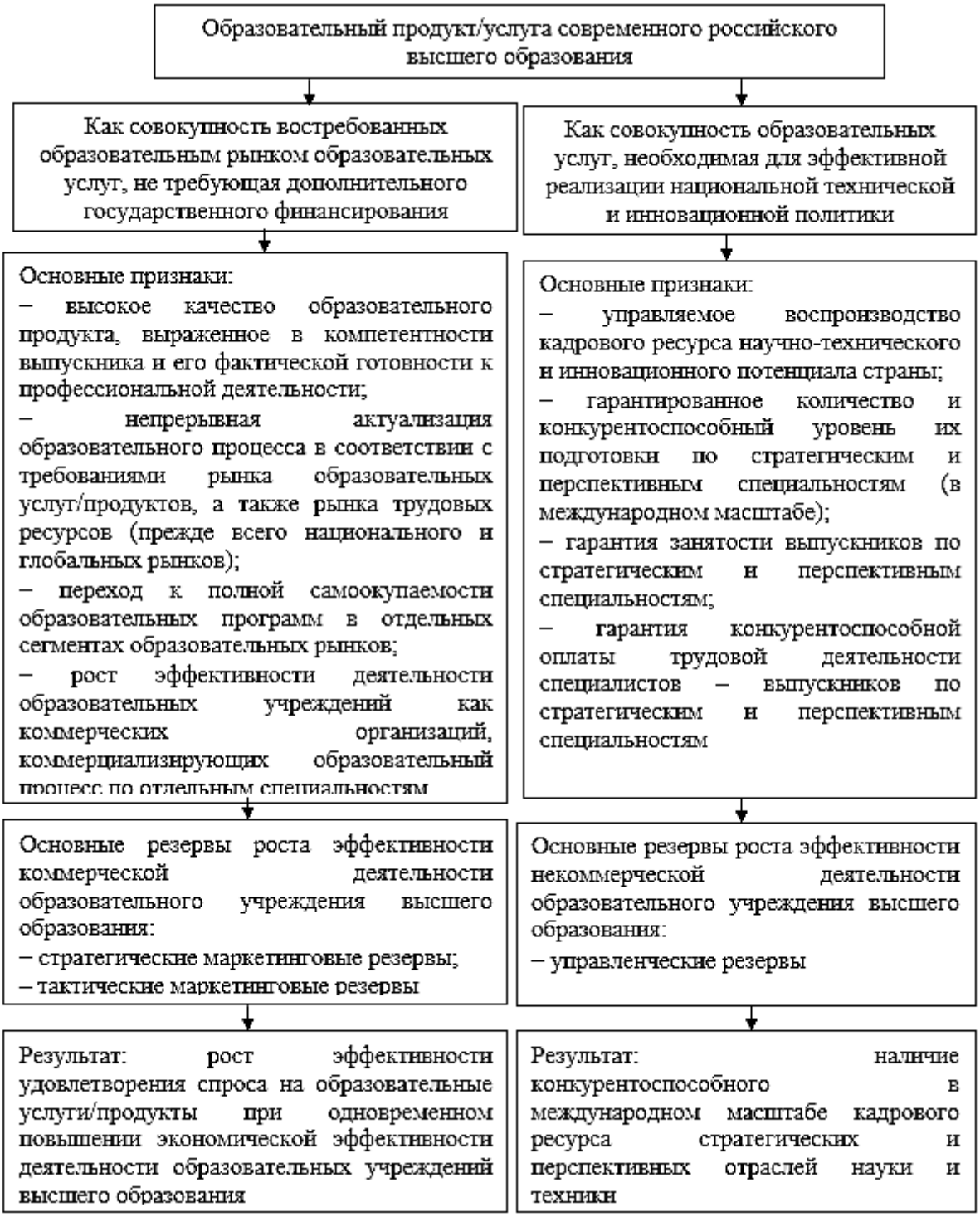

Рис. 1. Эволюция и дифференциация образовательного продукта высшей школы в условиях необходимости обеспечения актуальности образовательных услуг и продуктов высшего уровня

Содержательная ценность данного указа, впрочем, также остается под большим вопросом, поскольку конкретные специальности, по которым кадровый потенциал Российской Федерации нуждается в укреплении, в нем не обозначены, а

Содержимое доступно по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)

фактически этот указ будет использоваться лицами, имеющими возможность финансирования образования своих детей за рубежом с последующей компенсацией части затрат за счет государства, т.е. неэффективному использованию государственных бюджетных средств. Кроме того, разграничение специальностей на стратегические и востребованные рынком не произведена, что на наш взгляд, существенно снижает практическую эффективность применения подобных стратегических инструментов социально-экономического развития территорий. Магистральным трендом, характеризующим содержание современного этапа эволюции российского высшего образования, является реализация в ходе образовательной деятельности основных положений Болонского процесса, а именно – выделение двух самостоятельных ступеней высшего образования – бакалавриата и магистратуры, введение новой оценочной величины – зачетной единицы, внедрение приложения к диплому европейского образца, повышение качества образовательных услуг, разработка и внедрение современной методологии и критерии оценки этого показателя [3].

Список литературы

1. Садовничий В.А. Высшая школа России: традиции и современность. Доклад на VII съезде Российского союза ректоров // Almamater. Вестник высшей школы. – 2002. – №12. – С. 7–13.

2. О мерах по укреплению кадрового потенциала Российской Федерации: Указ Президента РФ №967 от 28.12.2013 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://минобрнауки.рф/документы/4289

3. Сухенко Н.В. Современные тенденции развития российских университетов // Историческая и социально-образовательная мысль. – 2011. – №5 [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-tendentsii-razvitiya-rossiyskih-universitetov

Content is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 license (CC-BY 4.0)