

**Р. М. Шерайзина,  
М. В. Александрова**  
(Великий Новгород)

## **МАРКЕТИНГОВЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ УНИВЕРСИТЕТСКОГО ЦЕНТРА РЕГИОНАЛЬНЫХ ПРОБЛЕМ ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ**

*В статье дается научное обоснование опыта разработки и реализации маркетинговой политики развития Центра региональных проблем образования взрослых*

Стратегия социально-экономического развития Российской Федерации направлена на обеспечение устойчивого повышения уровня жизни населения и высоких темпов экономического роста, снижение социального неравенства, дальнейшее утверждение экономической и политической роли страны в мировом сообществе.

Создание инновационных моделей социально-экономического развития особенно актуально для территорий Нечерноземья, стратегическим приоритетом которых должно стать обеспечение комфортной и достойной жизни, широкого доступа к качественным, образовательным, культурным, медицинским, социальным услугам в условиях рынка.

Основные механизмы организации рынка не могут не захватить отрасль образования, поэтому, закономерно ставить вопрос о трансфере инновационных рыночных механизмов в сферу образования взрослых.

Способность системы образования адаптироваться к условиям рынка, обеспечить собственную конкурентоустойчивость становится возможной посредством формирования и реализации маркетинговой политики и стратегии на всех уровнях управления образованием взрослых.

В разнообразных, на первый взгляд, определениях маркетинга можно выделить несколько основных положений, рассматривающих маркетинг как вид управленческой профессиональной деятельности, как выявление и анализ запросов потребителей и организацию работы по удовлетворению этих запросов. Как деятельность, направленную на повышение конкурентоспособности учреждения, организации, фирмы, отрасли [1, 2].

Маркетинг использует стратегию и тактику приспособления к требованиям реальных и потенциальных потребителей с одновре-

менным целенаправленным воздействием на них, основной упор во всей деятельности переносит на эффективное предоставление образовательных услуг.

Современному молодому человеку для эффективной самореализации и адаптации на рынке труда необходимо приобрести социальные и коммуникативные навыки, владеть информационными технологиями, иностранными языками, иметь базовые знания по экономике и праву. Образовательный маркетинг призван предусматривать комплексное изучение социального заказа на образование, возможную степень востребованности тех или иных знаний, уровень подготовки взрослых, формы обучения и др.

Отвечать новым требованиям экономики, общественным запросам к уровню и содержанию образования взрослых сегодня уже нельзя только путем трансформации основных звеньев образовательной системы, изменением учебных программ и технологий, поскольку многие из образовательных потребностей вообще лежат за пределами академических программ и должны удовлетворяться с помощью дополнительных образовательных услуг.

Маркетинговый подход к управлению развитием образования взрослых расширяет и содержательно наполняет функции управления на всех уровнях. Приоритетным направлением деятельности становится развитие механизма конкуренции, способствующего в целом повышению эффективности сферы образования.

В центре региональных проблем образования взрослых «Mobilitet» НовГУ (Великий Новгород) маркетинговая стратегия и политика направлена на изучение и развитие спроса взрослого населения на образовательные услуги, создание соответствующей сп-

су образовательной среды, стимулирование спроса на созданную образовательную среду и включает следующие компоненты:

- прогнозирование образовательных запросов различных слоев и групп населения как основного фактора формирования образовательной политики;

- эффективное использование ресурсов в системе образования, оптимизация ресурсного потенциала;

- стимулирование инновационных и инвестиционных проектов и программ для взрослых;

- привлечение внебюджетных средств, расширение общественного участия в ресурсном обеспечении центра;

- обеспечение нормативно-правового, научно-методического сопровождения деятельности центра в новых условиях;

- информационное обеспечение потребителей о качестве образовательных программ, предлагаемых центром;

- образовательный консалтинг как в сфере управления центром, так и для различных групп потребителей образовательных услуг и др.

Маркетинговый подход к развитию центра «Mobilitet» реализуется через разработку его стратегии, миссии, комплекса инновационных образовательных программ.

Результаты научных исследований в области инновационного и стратегического менеджмента зарубежных и российских ученых (И. Ансофф, Р. Л. Дафт, О. С. Виханский, А. Д. Штельман, А. П. Егоршин и др.), опыт эффективной деятельности фирм (САВВА, «Нешнл Конвин Йенс Сторз», «Ай Би Эм», «Сан Бэнкс» и др.) и ведущих университетов мира (Ирландский католический университет, Мадридский университет, Кембриджский университет, Калифорнийский университет и др.) свидетельствуют о том, что общим управленческим инструментом, позволяющим добиться успеха в конкурентной борьбе, является грамотно сформулированная миссия организации [1; 2; 3; 4; 5; 6;].

«В таком «обществе знания», – отмечает Малкольм Вебб, генеральный менеджер человеческих ресурсов компании «Petro Fina», SA (Бельгия), – исчезают возможности сохранения преимуществ за счет защиты рынка, привилегированного доступа к тем или иным источникам капитала или за счет простой экономики. Единственный путь сохранения кон-

курентоспособности – конкурентоспособные инновации, что зависит от того, насколько правильно используется и сколь хорошо подготовлена рабочая сила» [1, 7]. «Общество знания» предъявляет определенные требования к современной образовательной организации, которая должна иметь квалифицированный персонал для реализации образовательных услуг; определять свою целевую установку на перспективу (направления профессиональной подготовки, повышения квалификации, переподготовки и области своих исследований), что позволит выявить сферы, где будут сконцентрированы усилия и ресурсы; интересоваться тем, насколько ее работой удовлетворен заказчик, помня, что облик заказчика многолик – правительство, промышленность, студенты, взрослые; издержки каждого учебного заведения должны быть обоснованы; предупреждать ненужные траты; вкладывать большие средства в новые информационные и коммуникационные технологии; искать новых партнеров, новые формы работы со своими смежниками, заказчиками и конкурентами. В этом заключены очень большие возможности.

Таким образом, успешная деятельность образовательной организации во многом определяется ее способностью прогнозировать свое будущее, формируя свою миссию.

Определение перспектив развития Центра образования взрослых – это не простая работа, а сложная, кропотливая и творческая, требующая включенности всего персонала центра, результатом которой станет уверенность сотрудников в будущем, так как будет «проложен курс управления на карте». Правильно организованное проектирование миссии мотивирует, вдохновляет и воодушевляет каждого сотрудника на деятельность по развитию своей образовательной организации, делающую ее конкурентоспособной в современных социально-экономических условиях.

Перейдем к определению миссии и стратегии развития центра «Mobilitet». При их проектировании мы, с одной стороны, исходили из особенностей процесса организации обучения современного взрослого человека, а с другой стороны – учитывали характеристики Центра региональных проблем образования взрослых как образовательной организации, которая действует в условиях рынка, где обучение взрослых осуществляют как вузы, так и другие центры.

В материалах ЮНЕСКО фиксируется развивающаяся личностная направленность образования взрослых. Так, в проекте Совета Европы по культурному сотрудничеству отмечается: «Образование взрослых должно не просто давать возможность личности адаптироваться к изменяющимся обстоятельствам, оно должно занять упреждающую позицию, чтобы вооружить каждого индивида умением преодолевать эти разрывы, оказывающие воздействие на все аспекты его деятельности и его существование в целом и давать ему возможность справляться с вытекающими отсюда многочисленными неопределенными ситуациями» [7, с. 78].

В начале 90-х годов прошлого века ЮНЕСКО была выдвинута глобальная концепция «Образование для всех», суть которой заключалась в том, что образование призвано помочь взрослому понять себя и жизнь; оно становится непременным условием включения индивида в целостный мир общечеловеческой культуры с целью усвоения им ценностно-нормативной системы, языка, мышления, чувствования, деятельности и общения. С этой точки зрения образование становится методологией решения проблем интерпретации и использования опыта (с помощью растущей мотивации, уверенности в себе и официального признания). По своим целям оно выступает, прежде всего, как условие и процесс разностороннего развития личности, поступательного обогащения ее содержательной сущности, развития ее творческого потенциала, удовлетворения разнообразных запросов и потребностей, развития способностей. Оно направлено не только на подготовку, но и на расширение культурного кругозора, переподготовку, повышение квалификации. Постоянно развивая личность как субъекта труда, познания и общения, непрерывное образование взрослых в современных условиях становится образом жизни человека [8].

Дж. К. Грейсон, К. О. Делл поставили вопрос о непосредственной связи образования взрослых в стране с ее конкурентоспособностью на мировом рынке. В конкурентоспособной стране ее гражданам необходимо иметь:

- высокий уровень функциональной грамотности;
- определенные основы знаний в области математики, статистики, научной методологии;

- способность наблюдать процессы, анализировать их, интерпретировать результаты и предпринимать действия;

- знания о мире (имеются в виду знания в области истории, географии, экономики, языковая подготовка);

- умение работать в коллективе;

- способность нести ответственность;

- навыки постоянно учиться и приспосабливаться к изменениям [9].

Можно выделить следующие особенности современного контекста становящейся системы образования взрослых: развитие общественной системы образовательных учреждений для взрослых, возникающих по инициативе «снизу»; многообразие образовательных услуг для взрослых и развитие образования взрослых «вширь»; становление системы непрерывной андрагогической подготовки специалистов (вуз – учреждение дополнительного профессионального образования); продуктивная направленность образования взрослых.

Среди ведущих характеристик стратегии развития образования взрослых выделяются такие, как: развитие его качества, обучение на протяжении всей жизни, повышение уровня грамотности всего населения, включение человека в процесс самонаправленного обучения, происходящего в контексте жизненных ежедневных ситуаций; создание единой системы непрерывного образования через взаимную интеграцию всех образовательных учреждений; формирование сообщества людей, где источником обучения становятся все аспекты жизни человека и его насущные проблемы.

Исходя из предназначения Центра региональных проблем образования взрослых и учитывая особенности образования современного взрослого человека, сформулируем миссию центра «Mobilitet».

Миссия Центра – создание образовательного пространства для удовлетворения потребностей взрослого населения в получении качественного образования посредством развития новых прогрессивных форм сотрудничества обучающихся, работодателей и ответственности по развитию предпринимательских качеств взрослого человека через включение в творческую и исследовательскую деятельность.

Стратегическая цель Центра – стать востребованным профессиональным центром по

комплексному развивающему сопровождению взрослого человека (педагога, руководителя, студента, предпринимателя, мужчины и женщины) в личностном росте, решении жизненных проблем, а также организаций различных форм собственности в их корпоративном росте.

При определении стратегии центра мы учитывали следующие факторы:

- современные тенденции развития образования взрослых в России и за рубежом;
- организационная и корпоративная культура центра, способствующая созданию развивающей обучающей среды и стимулирующая активность самого заказчика образовательной услуги в процессе проектирования и осуществления реальных индивидуальных и корпоративных планов движения по лестнице успеха;
- отличительные особенности организаций дополнительного образования взрослых;
- совокупность внешних факторов и условий;
- внутренний потенциал и ресурсы системы непрерывного образования региона;
- миссия учреждений дополнительного образования взрослых.

*Стратегические приоритеты в развитии Центра «Mobilitet»:*

1. Создание кадровых, материально-технических, научно-методических и других условий для предоставления каждому обучающемуся в Центре возможности сформировать собственную жизненную позицию и спроектировать свою социальную, профессиональную и должностную карьеру, развивать лидерские качества.

2. Обеспечение качества обучения в соответствии с международными стандартами посредством оптимального соотношения современных интерактивных технологий и индивидуального подхода к каждому обучающемуся.

3. Составление банка данных высококвалифицированных преподавателей в образовательных областях на основе обобщения результатов маркетинговых исследований наиболее востребованных образовательных услуг и разработка мер по их стимулированию.

4. Расширение периферии развития Центра через установление стратегического партнерства с внешними организациями и группами с целью повышения престижности образования взрослых в регионе.

5. Формирование и развитие инвестиционных фондов на базе создаваемых или существующих общественных организаций, инициирование участия в международных и федеральных проектах, направленных в первую очередь на поддержку творческих инициатив профессорско-преподавательского состава и начала педагогической деятельности выпускников.

6. Интернационализация образования взрослых в условиях реализации требований Болонского процесса, проектирование международных программ с получением международных сертификатов.

Практическая реализация маркетингового и стратегического подходов к развитию Центра «Mobilitet» способствовала формированию положительного имиджа Центра в системе образования взрослых не только в регионе, но и далеко за его пределами.

В Центре сформирована модель многоуровневой вариативной системы образования взрослых, которая создает условия для выбора образовательных услуг и удовлетворения современных потребностей личности с учетом их интересов и способностей.

В системе обучения взрослых на базе Центра организуются курсы повышения квалификации с различными сроками обучения (72 часа и 144 часа), тренинги (8–10 часов), консультации, курсы переподготовки (636 часов).

Предоставлена возможность выбора получения дополнительного образования в различных формах: традиционная очная, семейная, корпоративная, очно-заочная, заочная, дистанционная, обучение по индивидуальным планам. Расширенный спектр образовательных услуг и образовательных программ для различных категорий обучаемых позволяет дифференцировать учебный процесс, строить индивидуальную *траекторию* развития взрослого человека.

За период 2008–2013 гг. количество платных образовательных услуг увеличилось с 2-х до 64-х видов. Развиваются новые виды платных услуг – курсы переподготовки по программам «Образовательный менеджмент», курсы «Основы научно-исследовательской деятельности», «Личностный рост топ-менеджера», «Найди свой внутренний резерв», «Менеджмент, маркетинг и экономика в образовании», «Коуч-курс – пойми себя», «Тайм-менеджмент», «Менеджмент организации в сре-

де досуговой и образовательной деятельности со взрослыми», «Стратегический проектный менеджмент организаций, работающих с молодежью», «Современная молодая семья: формирование семейных ценностей среди молодежи», «Всестороннее развитие человека: креативность, одаренность, созидательная активность» и др.

Интересен накопленный Центром опыт издательской деятельности. По итогам курсовой переподготовки изданы тематические сборники научно-методических статей слушателей курсов и преподавателей. Среди них, например, статьи: «Управление современным образовательным учреждением: инновации, качество», «Комплексность в управлении об-

разовательными системами», «Системно-деятельностный подход к управлению образовательными системами», «Проективное управление развитием образовательных систем», «Интеграция науки и практики в стратегическом управлении образовательным учреждением» и др.

Реализация маркетинговой политики и стратегия Центра региональных проблем образования взрослых «Mobilitet» позволяет создавать инновационные модели развития образования взрослых, обладающие долгосрочным потенциалом динамичного роста и обеспечивающие конкурентоспособность организации дополнительного образования взрослых.

### Л и т е р а т у р а

1. Unesco (1997). *A European Agenda for Change for Higher Education in the 21st century*. Beirut, Lebanon, Narch, 1998. – 18 p.
2. Ансофр И. Новая корпоративная стратегия – СПб., 1999. – 416 с.
3. Виханский О. С. Стратегическое управление : учебник. – М., 1999. – 296 с.
4. Грейсон Дж., О'Делл К. Американский менеджмент на пороге XXI века. – М., 1991. – 112 с.
5. Дафт Р. Л. Менеджмент. – СПб., 2000. – 832 с.
6. Егоршин А. П. Управление персоналом. – Н. Новгород, 1997. – 607 с.
7. Образование взрослых и социальные перемены : Краткое излож. материалов проекта Совета Европы. – СПб., 1993. – 84 с.
8. Томпсон А. А., Стрикленд А. Дж. Стратегический менеджмент. Искусство разработки и реализации стратегии : учебник для вузов : пер. с англ. – М., 1998. – 576 с.
9. Штельман Л. Д. Преобразующий менеджмент : Лидерам реорганизации консультантам по управлению : учеб. пособие. – М., 1999. – 496 с.

