

работ учащихся объединяются в группы. Групповая форма работы способствует формированию умений работать в команде, высказывать собственное мнение и сопоставлять его с мнением другого, принимать на себя роль лидера, развивает чувство ответственности. Таким образом, помимо формирования опыта творческой деятельности, на факультативных занятиях развиваются навыки социального взаимодействия, межличностных коммуникаций, умение работать в коллективе, решая проблемные вопросы.

Результатом творческой деятельности учащихся выступает участие в различных выставках декоративно-прикладного творчества, ярмарках и мастер-классах.

ЛИТЕРАТУРА

1. Масюкова, Н. А. Проектирование в образовании / Под ред. Б. В. Пальчевского. – Минск : Технопринт, 1999. – 354 с.
2. Леонтьев, А.А. Что такое деятельностный подход в образовании? // Начальная школа: плюс-минус. – 2001. – № 1. – С. 3-6.
3. Битянова, М. Р. Социальная психология: наука, практика и образ мыслей : учеб. пособие / М. Р. Битянова. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2001. – 576 с.
4. ОС РБ 2-91 02 32-02-2015 Образовательный стандарт Республики Беларусь. Среднее специальное образование. Специальность 2-91 02 32 Парикмахерское искусство и декоративная косметика (по направлениям). – Минск, 2015.

Гончарова Ольга Александровна, Индустриально-педагогический колледж учреждения образования «Витебский государственный технологический университет», преподаватель, +375-29-714- 26-65, E-mail: vip.assistent@gmail.com

Кириенко А.С.

РЫНОК ОБРАЗОВАНИЯ В РЕСПУБЛИКЕ БЕЛАРУСЬ И СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В статье анализируется проблема развития рынка профессионального образования и определяется необходимость использования методологии маркетинга.

Ключевые слова: *высшее образование, образовательный маркетинг, платные образовательные услуги*

Существует престиж высшего образования в общественном сознании, так как лица, получившие его, занимают высокие места в социальной иерархии, являются более востребованными на рынке труда. Подтверждается это и анализом структуры безработицы в квалификационно-образовательном разрезе. Это существенно влияет на желание студентов обучаться в вузах страны и не менять своих устремлений даже в случае не поступления на обучение на бюджетной основе. Возникающее противоречие – потребности в образовании и возможности его получения – разрешается посредством развертывания системы платных образовательных услуг.

Предоставление услуг в области заочного обучения создает благоприятные возможности для продолжения образования, непрерывного расширения и обновления знаний, постоянного роста профессионального уровня, хотя нельзя не признать, что общий уровень теоретической подготовки студентов-заочников ниже, чем у студентов стационара. Данный недостаток заочной формы обучения нивелируется более глубокой связью обучающихся с реальными социально-экономическими процессами, происходящими в их трудовых коллективах, на конкретных рабочих местах (в данном случае важно, чтобы обучающиеся работали по специальности, выбранной в вузе).

Существуют и определенные недостатки в сфере высшего образования, связанные, в первую очередь, с неадекватной структурной подготовкой кадров в вузах в профессиональном разрезе. На сегодняшний день, в связи с переходом на инновационный путь развития, со становлением "новой экономики" на рынке труда наблюдается рост спроса на инженерные и другие естественнонаучные специальности, обусловленные внедрением в реальном секторе экономики новых информационных технологий. В этой связи, исходя из спроса на рынке труда, необходимо не просто наращивать подготовку кадров в вузах страны, а оптимизировать ее структуру на основании приоритетов экономической динамики. Актуальность решения этих задач подтверждается и результатами анализа последних тенденций изменения структуры подготавливаемых в вузах страны высококвалифицированных специалистов.

Доля выпускников по естественнонаучным специальностям в общем объеме выпуска вузов сократилась за последнее двадцати пятилетие. Однако следует отметить, что многие выпускники вузов не могут найти работу, соответствующую их квалификации, и работают не по специальности или на рабочих местах, в принципе не требующих такого уровня образования. Поэтому сегодня очевидна необходимость создания эффективного механизма взаимодействия системы образования с

отраслями экономики при формировании структуры подготовки и трудоустройства молодежи [1].

В Беларуси к 2020 году планируется повысить индекс уровня образования в стране – до 0,98 против 0,95 в 2003 году. Об этом говорится в Национальной стратегии устойчивого социально-экономического развития Республики Беларусь до 2020 года. Для достижения этих целей, отмечается в стратегии, необходимо повысить социальный статус учителя и его роль в обществе. В частности, в 2016–2021 гг. ставится цель вывести национальную систему образования на уровень, соответствующий мировым стандартам. Особое значение будет придаваться развитию высшего образования. Планируется повысить качество и усовершенствовать структуру подготовки специалистов, максимально приблизить ее к требованиям рынка труда.

Кроме того, предстоит реализовать ряд организационных мер: оптимизировать сеть учреждений, обеспечивающих получение общего среднего образования с учетом складывающейся демографической ситуации, развивать сеть учреждений образования нового типа, создавать университетские комплексы, сформировать эффективный механизм трансфера научно-технических разработок в производство по отраслям экономики и регионам. Также, как можно быстрее необходимо внедрить системы дистанционного обучения, мониторинга качества обучения и воспитания молодежи, на всех уровнях образования, повысить квалифицированный уровень преподавателей и эффективность использования кадров [2].

Однако для решения поставленных перед образованием целей и задач следует обеспечить его необходимое финансирование, создать условия для привлечения инвестиций в сферу образования, усилить роль рыночных механизмов хозяйствования. Необходимо создать цивилизованный рынок образовательных услуг, включить систему образования Беларуси в мировой образовательный процесс.

В настоящее время организации образования оказывают платные услуги по:

- подготовке специалистов с высшим и средним специальным образованием, бакалавров, магистров, научных кадров высшей квалификации;
- переподготовке и повышению квалификации специалистов;
- дополнительному (сверх установленных учебными планами часов) обучению по отдельным предметам, дисциплинам, курсам;
- изучению (сверх установленных учебными планами) дополнительных предметов, дисциплин, курсов;
- подготовке в учреждениях, обеспечивающих получение профессионально-технического образования, лиц с присвоением квалификации рабочего и служащего;

- обучению на подготовительных отделениях учреждений образования, обеспечивающих получение высшего образования;
- дополнительной подготовке (сверх учебного плана) детей к обучению в начальной школе;
- проведению занятий в объединениях по интересам сверх учебных планов, реализуемых в учреждениях основного и дополнительного образования, и др.

Министерством образования разработана нормативная правовая база, необходимая для организации и оказания платных образовательных услуг.

Основная доля оказания платных образовательных услуг приходится на высшие учебные заведения.

В нашей стране накоплен значительный вузовский потенциал, позволяющий занимать высокие позиции в мировой образовательной системе. Однако, чтобы не только не утратить, но и приумножить эти достижения необходимо:

- оптимизировать структуру подготовки высококвалифицированных кадров в профессиональном разрезе в контексте приоритетов экономического развития;
- разрабатывать систему анализа и долгосрочного прогнозирования потребностей рынка в высококвалифицированных специалистах, от которых в наибольшей мере зависит инновационно-ориентированная реструктуризация экономики;
- совершенствовать механизм существующей целевой подготовки выпускников, постепенно выстраивая его и в направлении студентов, обучающихся за свой счет, но взаимоотношения с ними строить сугубо на договорной основе;
- расширить для студентов возможности научных коммуникаций;
- необходимо нацелить такой сильный инструмент государственного стимулирования, как выделение государственных образовательных грантов и кредитов, в первую очередь на те направления подготовки специалистов, которые в наибольшей степени отвечают потребностям инновационного развития.

Рынок образовательных услуг в Республике Беларусь активно развивается и сейчас можно выявить ряд проблем, характерных для многих ВУЗов страны, которые необходимо решать. К ним можно отнести:

- преобладание производственной ориентации маркетинга образовательных услуг;
- отсутствие специализированной службы маркетинга в учреждении, возложение функций по продвижению услуг на некомпетентные службы.

Соответственно, основными направлениями совершенствования использования маркетинга в сфере образовательных услуг будут являться следующие:

1. Переход на рыночную ориентацию маркетинга образовательных услуг при которой:

– Оказываются (производятся) в основном те образовательные услуги, которые пользуются и будут пользоваться, с учетом лага времени на оказание услуг, спросом на региональном рынке. В соответствии с этим осуществляется перестройка потенциала и всей системы работы образовательного учреждения.

– Ассортимент продукции рынка образовательных услуг достаточно широк и интенсивно обновляется с учетом требований общества, научно-технического прогресса. Соответственно процессы и технологии оказания услуг гибки, легко переналаживаемы.

– Цены на образовательные услуги формируются под значительным воздействием регионального рынка, действующих на нем конкурентов, величины платежеспособного спроса. При этом стержневым компонентом ценовой политики учреждения выступает не сама по себе цена продажи образовательной услуги, а вместе с ней – величины прогнозируемого эффекта и потребных дополнительных затрат потребителей на использование услуги, включая и процессы их освоения.

– Коммуникационная деятельность в регионе ведется активно, направлена на конкретные целевые группы потребителей образовательных услуг, на возможных посредников. Продвижение и продажи образовательных услуг децентрализованы.

– В руководстве образовательного учреждения стратегические решения готовятся и принимаются людьми, компетентными в конъюнктуре образовательных услуг, в вопросах региональной экономики. В этой связи может быть введена должность проректора образовательного учреждения по маркетингу, руководящего, в том числе коммерческой, деятельностью учреждения.

– Научно-педагогические исследования ведутся как по профилю учреждения, так и в сфере исследований и прогнозирования конъюнктуры регионального и республиканского рынка оказания услуг образования, в том числе соответствующего профиля.

2. В организационной структуре учреждения формируется подразделение (отдел, служба, группа) маркетинга, несущее ответственность за коммерческие успехи и имидж учреждения и обладающее полномочиями контролировать и эффективно обеспечивать выполнение своих рекомендаций функциональными и другими подразделениями учреждения [3].

В среде образовательных учреждений такая работа пока еще проводится малым количеством вузов. В результате ведущие принципы маркетинга практически не оказывают действия на поведение субъектов рынка услуг образования в регионе, а их поступки оказываются мало

увязанными друг с другом, противоречивыми и в результате – неэффективными.

Реальной практики и психологического настроения на участие в реализации принципов маркетинга у наших научно-педагогических кадров, как правило, явно не хватает: сказывается психологическая усталость, пессимизм интеллектуальных кадров. Тем более необходимо создание в вузах специализированных маркетинговых подразделений. Службы, отделы маркетинга смогли бы выступить ответственными исполнителями, заказчиками и координаторами маркетинговых исследований и разработок, взаимодействуя с соисполнителями как в коллективе вуза (т. е. с факультетами, кафедрами, отдельными научными сотрудниками и педагогами), так и за его пределами.

Для увеличения объемов по оказанию платных образовательных услуг организациям образования необходимо продолжать расширять предоставление услуг по:

- дополнительному дошкольному образованию и воспитанию;
- углубленному и повышенному уровню (сверх установленных учебными планами) изучения предметов, дисциплин, курсов;
- подготовке специалистов на уровне среднего специального образования в профессионально-технических колледжах;
- подготовке в учреждениях, обеспечивающих получение профессионально-технического образования, лиц с присвоением квалификации рабочего и служащего, кроме лиц, обучающихся на бюджетной основе;
- получению на платной основе второго и последующего высшего образования;
- подготовке специалистов для отраслей экономики, использующих новые и высокие технологии;
- повышению квалификации и переподготовке кадров;
- подготовке специалистов для зарубежных стран.

Соответственно, основными направлениями совершенствования использования маркетинга в сфере образовательных услуг будут являться следующие:

- переход на рыночную ориентацию маркетинга образовательных услуг;
- создание специализированной маркетинговой службы.

ЛИТЕРАТУРА

1. Сагинов, С. А. Маркетинг образовательных услуг региона. Маркетинг в России и за рубежом. / С. А. Сагинов – М. 2003. – № 5. – С. 23–25.

2. Панкрухин, А. П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. / А. П. Панкрухин. – М. : Интерпракс, 2005. – 247 с.
3. Панкрухин, А. П. Маркетинг. / А. П. Панкрухин. – М. : Омега-Л, 2002.

Кириенко Александр Сергеевич, магистр технических наук, старший преподаватель кафедры технологии и методики преподавания, учреждение образования «Полоцкий государственный университет», г. Новополоцк, Республика Беларусь. Тел. +375 29 7105849, E-mail: kirienko@alexandr.by

Кириенко А.С.

СОВРЕМЕННЫЕ ИННОВАЦИОННЫЕ КОНЦЕПЦИИ ОБУЧЕНИЯ УЧИТЕЛЕЙ ТЕХНИЧЕСКОГО И ОБСЛУЖИВАЮЩЕГО ТРУДА

В данной статье раскрыты направления инновационных технологических принципов образования, обеспечивающих широту знаний и формирование компетентности при обучении учителей технического и обслуживающего труда.

Ключевые слова: инновации, динамика, современные концепции, образование, программы, технологическая компетентность, традиционная коммуникация, префигуративная коммуникация, обучение, технологическая подготовка, технический труд, обслуживающий труд.

В быстроразвивающемся мире образование является важнейшим фактором формирования нового качества экономики и общества. Влияние образования и его качественных характеристик возрастает вместе с ростом влияния человеческого интеллектуального капитала. Современная инновационная экономика опирается на основу, которой является развитая система современного профессионального образования. Оно выступает основным источником подготовки специалистов разного уровня, разных специальностей, обеспечивающих реализацию всех стадий инновационных процессов производственной и непроизводственной деятельности современного человека. В условиях усиления интеграционных процессов, социально-экономической глобализации, роста неопределенности современных рынков труда возрастает потребность в универсальных специалистах, обладающих общими ключевыми компетенциями. Поскольку педагогическим сообществом общепризнано, что качество образования зависит не от объема фактических знаний индивида, а от