

**Государственное автономное учреждение  
дополнительного профессионального образования  
(повышения квалификации) специалистов**

**«Смоленский областной институт развития образования»**

**В.А. Филинов**

**Финансирование системы образования.  
Маркетинг образования**

(В помощь руководителю общеобразовательной организации)

Смоленск  
2015

**УДК 371.22**

**ББК 65.497**

**Ф 53**

Филинов В.А.

**Ф 53** Финансирование системы образования. Маркетинг образования (в помощь руководителю образовательной организации). – Смоленск: ГАУ ДПОС «СОИРО», 2015. – 32 с.

**УДК 371.22**

**ББК 65.497**

© ГАУ ДПОС «СОИРО», 2015

## **Содержание**

ФИНАНСИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ .....	4
Модели финансирования образовательных учреждений.....	4
Образовательное учреждение в условиях нормативно-подушевого финансирования.....	8
Привлечение дополнительных источников финансирования системы образования.....	17
МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАНИЯ .....	21
Основы маркетинга образования.....	21
Предпринимательская деятельность образовательного учреждения .....	24
Маркетинговые коммуникации в сфере образования .....	27

# **ФИНАНСИРОВАНИЕ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ**

Экономические и социальные реформы в России предусматривают в качестве приоритетных направлений государственные инвестиции на поддержание систем жизнеобеспечения населения страны. Расходы на образование являются именно такими инвестициями, поскольку развитие всех отраслей экономики напрямую зависит от уровня образованности общества.

Образование является неотъемлемой частью жизни общества и происходящие в нем изменения, которые требуют его модернизации, включая совершенствование финансового обеспечения. Реформирование бюджета системы образования призвано эффективнее преодолевать обостряющиеся противоречия между потребностями людей и общества в образовании, образовательных услугах и экономическими возможностями их удовлетворения.

Экономическая политика в области общего образования является важной составной частью общей экономической политики и оказывает как прямое, так и опосредованное воздействие на изменение производительных сил и всей системы производственных отношений.

## **Модели финансирования образовательных учреждений**

До начала 1990-х годов бюджетное финансирование образовательных учреждений почти во всех странах осуществлялось в форме сметного финансирования. Между тем в последние десятилетия стала вполне очевидна значимость определенной автономности образовательных учреждений в принятии экономических решений. Формирующееся информационное общество предъявляет к образовательным учреждениям требования гибкости в организации их деятельности, развития образовательных программ и форм обучения, расширения источников финансирования. Для того чтобы соответствовать потребностям развивающейся экономики и усложняющейся социальной жизни, образовательным учреждениям нужна возможность самостоятельно определять основные характеристики образовательного процесса, методы и технологии обучения, структуру кадров, источники доходов, направления расходования средств. В свою очередь необходимость сдерживания роста государственных расходов на социальные цели заставляет искать пути стимулирования получателей бюджетных средств к более эффективному их использованию. Сметное финансирование этим требованиям не отвечает<sup>1</sup>.

Модель финансирования образовательных учреждений представляет собой систему денежных потоков, разграниченную по доходам и расходам, которые осуществляет данное образовательное учреждение.

В настоящее время существует несколько моделей финансирования образования. Это сметное финансирование, блоковые субсидии, размещение заказов (контрактация), нормативно-подушевое финансирование. Например, сметное финансирование характерно для казенных учреждений; блоковые субсидии используются на конкретные цели (финансирование закупок оборудования для организации учебного процесса); размещение заказов (контрактация) осуществляется, как правило, в системе профессионального образования; модель нормативно-подушевого финансирования характерна для системы общего (школьного) образования.

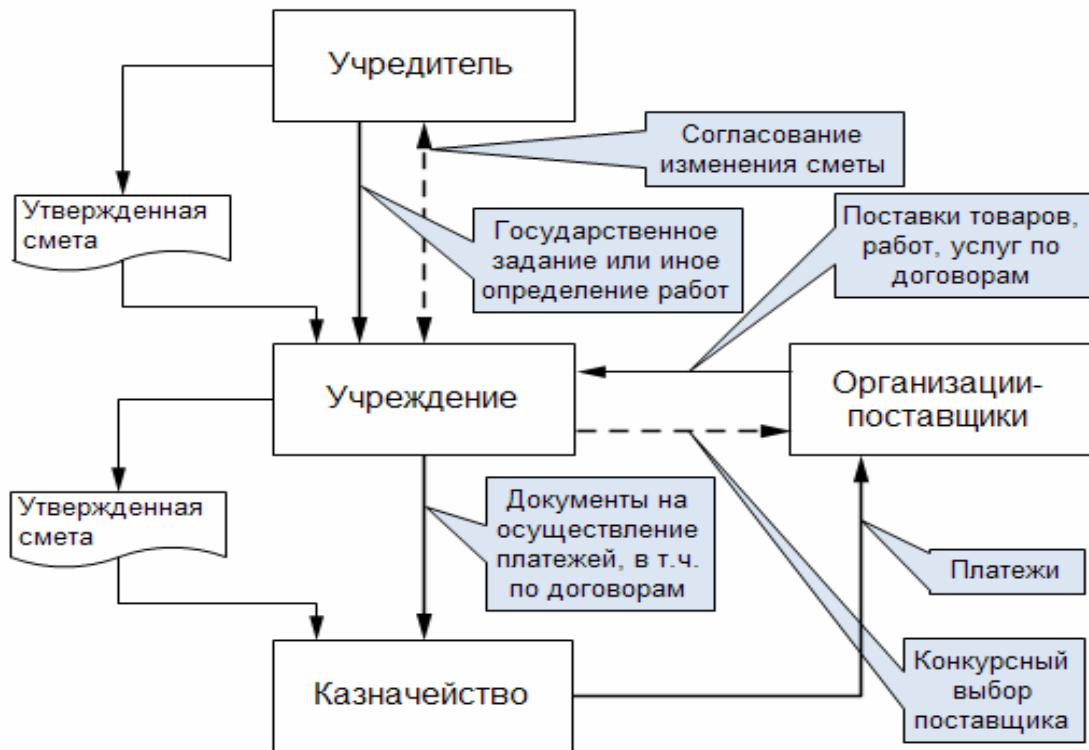
**Сметное финансирование.** Государство выделяет образовательным организациям бюджетные средства, разграничивая их по видам затрат. Органы управления образованием утверждают подведомственным им образовательным учреждениям смету доходов и

---

<sup>1</sup> Закон РФ от 10.07.1992 N 3266-1 г. «Об образовании». URL: <http://www.consultant.ru/popular/edu/>

расходов. Финансовые средства планируются и выделяются их получателю по статьям экономической классификации бюджетных расходов. Размер финансовых средств рассчитывается в зависимости от категории и пропускной способности образовательного учреждения. Планирование выделяемых средств по каждой статье производится на основе фактических затрат прошлого периода и нормативов (нормативов штатного расписания и оплаты труда, расходов на учебное оборудование и инвентарь и т.д.), которые устанавливаются в расчете на показатели пропускной способности и дифференцируются по видам и категориям учреждений.

Учреждения не вправе использовать бюджетные средства для расходов, не предусмотренных сметой, или превышать расходы по тем или иным статьям без санкции вышестоящего органа управления. Бюджетные средства перечисляются учреждениям с учетом фактического использования ранее поступивших средств по каждой статье. Так что экономия любого вида затрат невыгодна учреждению, оно в этом случае недополучит бюджетные средства в будущем. Сметное финансирование позволяет финансовым органам контролировать использование бюджетных ресурсов, но оно не создает у учреждений стимулов сравнивать затраты с достигнутыми результатами и оптимизировать их соотношение. Их целью является получение как можно большего объема ресурсов. Наглядно модель сметного финансирования можно представить в виде схемы (рис. 1).



**Рисунок 1. Схема сметного финансирования образования**

Как видно из рисунка 3, образовательное учреждение на основе задания учредителя формирует смету, которая согласовывается и утверждается учредителем. Утвержденная смета направляется в органы казначейства для осуществления оплаты организациям-поставщикам за поставку товаров, работ, услуг по заключенным договорам на конкурсной основе. Данная модель, как правило, используется для финансирования деятельности казенных образовательных учреждений – дома-интернаты, коррекционные школы и др.

**Смета бюджетного учреждения** – документ, определяющий объем и поквартальное распределение бюджетных ассигнований на все расходы данного учреждения,

составленный в разрезе статей бюджетной классификации и в соответствии с установленными требованиями<sup>2</sup>.

**Блоковые субсидии.** Данная форма государственного финансирования образовательной деятельности предусматривает выделение бюджетных средств с указанием рамок или «блока» их использования. Они предназначаются для возмещения определенных видов расходов: например, субсидии на исследовательскую деятельность университетов, на приобретение учебного оборудования и его эксплуатацию и т.д. В этом случае также обычно утверждается смета, но по соответствующему ограниченному перечню расходных статей<sup>3</sup>.

**Размещение заказов (контрактация).** Данная форма применяется для государственного финансирования тех степеней образования, получение которых не гарантируется всем гражданам. Это, прежде всего, высшее и среднее профессиональное образование. Государство определяет то число студентов, обучение которых по различным специальностям оно готово профинансировать, и устанавливает примерную оплату за каждого подготовленного специалиста соответствующего профиля. Образовательным учреждениям предлагается принять участие в конкурсе на выполнение этого заказа по установленным или меньшим ценам. Каждый участник конкурса дает предложения о количестве специалистов по тем или иным специальностям, которые он может подготовить, и о характеристиках предлагаемых учебных программ и других условий обучения. С учебными заведениями, выигравшими конкурс, заключаются контракты на подготовку соответствующего числа специалистов по согласованным ценам.

В сравнении со сметным финансированием такая форма финансирования может стимулировать конкуренцию между учебными заведениями и содействовать повышению эффективности использования бюджетных ассигнований на образование. Однако все это в решающей степени зависит от того, как организован конкурс, по каким критериям производится выбор победителей, насколько эти критерии четки и насколько «прозрачен» конкурсный процесс. В противном случае конкурс может не привести к заметному уменьшению цены обучения или оказаться сымитированным. Опыт использования этой формы финансирования образовательных учреждений пока очень ограничен и свидетельствует, скорее, в пользу оправданности указанных опасений. Примером использования данной модели финансирования образования может служить размещение заказа на подготовку специалистов, необходимых для узкоспециализированных отраслей промышленности, в которых заинтересовано государство, т.е. предоставление бюджетных мест<sup>4</sup>.

**Нормативно-подушевое финансирование.** Данный механизм финансирования является формой реализации принципа «деньги следуют за учеником». Объем финансирования, выделяемого образовательному учреждению из бюджета, зависит от численности учащихся и стоимости образовательной услуги (норматив финансирования), им предоставляемой, в расчете на одного ученика.

Все образовательные учреждения (предоставляющие аналогичные образовательные услуги) получают одинаковую сумму на каждого учащегося. В результате образовательные учреждения заинтересованы в максимизации числа учащихся. Между образовательными учреждениями возникает конкуренция за учеников, что является стимулом для повышения качества предоставляемых образовательных услуг. Конкуренция заставляет образовательные учреждения быть гибкими, стимулирует их инновационную активность.

Важным преимуществом системы нормативного бюджетного финансирования является возможность определения нежизнеспособных образовательных учреждений в рамках программы реструктуризации их сети.

---

<sup>2</sup> Беляков С.А. Финансирование системы образования в России. М.: МАКС-Пресс, 2011. 304 с.

<sup>3</sup> Беляков С.А. Финансирование системы образования в России. М.: МАКС-Пресс, 2011. 304 с.

<sup>4</sup> Там же.

На уровне образовательных учреждений применение подушевых нормативов способствует повышению эффективности использования ресурсов (в целях повышения качества) и улучшению системы отчетности перед родителями и Попечительским советом. Кроме того, в условиях подушевого финансирования распределение бюджетных средств является более предсказуемым, т.е. руководство образовательного учреждения может точно рассчитать, какой объем финансирования получит, и формирует смету исходя из этого объема средств<sup>5</sup>.

Наряду с преимуществами существуют ограничения для применения принципа «деньги следуют за учеником». Если производитель образовательных услуг оказывается локальным монополистом, у него не будет стимулов повышать качество образовательных услуг. Такая ситуация характерна для тех российских регионов, где существуют отдаленные населенные пункты с низким уровнем транспортной доступности. Образовательные учреждения подобных населенных пунктов зачастую являются малокомплектными, т.е. численность их учащихся существенно ниже проектной мощности, а наполняемость – ниже нормативной. В случае финансирования данных образовательных учреждений на основе нормативного принципа, выделяемый им объем средств не позволит покрыть даже минимальный уровень расходов, что приводит к закрытию образовательного учреждения. Вместе с тем низкая транспортная доступность подобных населенных пунктов делает как экономически невыгодной, так и невозможной с социальной точки зрения транспортировку учащихся в другие образовательные учреждения.

Данная проблема решается в Федеральном законе № 273-ФЗ «Об образовании» 2012 года следующим образом: для малокомплектных школ должны разрабатываться специальные нормативы, учитывающие их особенности. Однако даже в случае, когда конкурентная борьба между образовательными учреждениями невозможна, нормативное подушевое финансирование обеспечивает рост эффективности функционирования образовательной системы за счет повышения прозрачности процесса доведения бюджетных средств до образовательного учреждения.

Будучи более эффективной по сравнению со сметным финансированием, нормативная система финансирования образовательных учреждений установлена в Законе «Об образовании» 2012 года как основной метод распределения бюджетных ресурсов. Согласно п. 2 и 3 ст. 41 Закона «Об образовании» 2012 года, финансирование образовательных учреждений должно осуществляться на основе государственных и местных нормативов финансирования, определяемых в расчете на одного обучающегося по каждому типу и виду образовательного учреждения<sup>6</sup>.

На практике применение системы нормативного бюджетного финансирования вызывает ряд затруднений. Некоторые из них связаны с методологическими проблемами, возникающими при расчете нормативов. Другие – с проблемами внедрения новой системы в практику финансирования образования, сложившейся в регионах России.

Данная модель используется в России в основном для финансирования деятельности образовательных учреждений общего (школьного) образования.

---

<sup>5</sup> Захарчук Л.А. Экономика образовательного учреждения: учебное пособие. – М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2011. 104 с.

<sup>6</sup> Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об Образовании в Российской Федерации». – URL: <http://www.consultant.ru/>

## **Образовательное учреждение в условиях нормативно-подушевого финансирования**

Концепция модернизации российского образования на период до 2015 года определяет в качестве основного приоритета «повышение доступности качественного образования, соответствующего требованиям инновационного развития экономики, современным потребностям общества и каждого гражданина». Поставленные задачи требуют изменения организационного и финансового устройства образовательной системы. В противном случае нельзя рассчитывать на повышение качества образования и рост его доступности.

Сложившаяся система образования в России имеет чётко выраженный государственный статус: большинство образовательных учреждений создавались и создаются государством и находятся на бюджетном финансировании. Бюджетные ассигнования носят строго целевой характер, их назначение определяется в соответствии с бюджетной классификацией РФ.

Проводимая в стране реструктуризация бюджетного сектора направлена на отказ от режима бюджетного финансирования по смете доходов и расходов. Это предполагает поиск принципиально новой модели финансирования системы образования, которая позволила бы сохранить государственный статус образовательных учреждений и способствовать эффективному их функционированию в современных условиях.

Более эффективным, по сравнению со сметным финансированием организаций общего образования, сложившегося в советский период, является нормативный метод. Его суть в том, что при формировании бюджетной сметы используются только два показателя: норматив расходов на одного обучающегося, соответствующий типу программы и ступени обучения, и число обучающихся по этим программам. Норматив отражает не сумму денег, которую необходимо потратить, чтобы обучающийся получил качественное образование, и не реальную стоимость обучения одного учащегося в конкретном образовательном учреждении, а лишь фактические расходы бюджета на финансирование образовательных учреждений в расчёте на одного учащегося.

Основными целями перехода к нормативно-подушевому финансированию в образовании являются<sup>7</sup>:

- повышение обоснованности пользования региональными финансовыми ресурсами при реализации образовательных программ;
- расчет реальных затрат на реализацию образовательной программы;
- переход от финансирования содержания образовательных учреждений к финансированию востребованных образовательных программ;
- оптимизация региональной сети образовательных учреждений.

Эти нормативы должны не только выполнять функции обеспечения текущего финансирования образовательных учреждений, но и стимулировать образовательные организации при выборе определенной стратегии развития, повышать качество образовательных услуг.

Переход на нормативный принцип подразумевает доведение бюджетных ассигнований до бюджетополучателей «одной строкой». Такой порядок финансирования перемещает центр ответственности за использование финансовых ресурсов и получаемые результаты на уровень образовательного учреждения.

Нормативный метод по сравнению со сметным финансированием обладает наибольшими возможностями для определения плановых сумм в максимальном

---

<sup>7</sup> Пономарева Н.И., Сыромятникова Л.М. Финансово-хозяйственная деятельность руководителя образовательного учреждения. – М.: Учитель, 2011. – 119 с.

приближении к реальным затратам, связанным с оказанием образовательных услуг. К преимуществам нормативного финансирования относят повышение экономической защищенности образовательных учреждений, существенное снижение влияния субъективных факторов при распределении финансовых ресурсов, повышение самостоятельности образовательных учреждений и их заинтересованности в эффективном и законном использовании выделенных средств и др.

Переход к подушевой технологии финансирования образования был продиктован, прежде всего, необходимостью повышения эффективности расходования бюджетных средств. Эта проблема остро стоит не только перед местными органами власти, которые являются учредителями общеобразовательных учреждений и финансируют их из своих бюджетов, но и перед органами власти субъектов РФ. Финансовое обеспечение государственных гарантий прав граждан на получение доступного для всех общего образования осуществляется органами государственной власти субъектов РФ путем передачи местным бюджетам субвенций.

Нормативная модель финансирования образовательных организаций гарантирует равенство оплаты образовательной услуги из бюджета для всех детей, независимо от социального и экономического положения их семей. Она обеспечивает соответствие количества выделяемых образовательному учреждению средств возможностям бюджета для предоставления должного качества образовательных услуг каждому учащемуся. Объемы бюджетного финансирования зависят от особенностей образовательных программ, типа и вида образовательных учреждений и специфики контингента учащихся.

Применение подушевого норматива в образовании способствует повышению объективности в планировании финансовых ресурсов образовательных учреждений, усилинию мотивации и созданию условий для развития собственной хозяйственной деятельности учебных заведений<sup>8</sup>.

Положительный эффект подушевого финансирования заключается и в том, что деньги, «следующие за учеником», формируют бюджет образовательного учреждения, руководство которого заинтересовано в максимальной наполняемости классов в пределах лицензионных норм. Следовательно, для привлечения учащихся школа должна повышать качество оказываемых услуг. Таким образом, в сфере образования формируется конкурентная среда, способствующая развитию передовых образовательных учреждений.

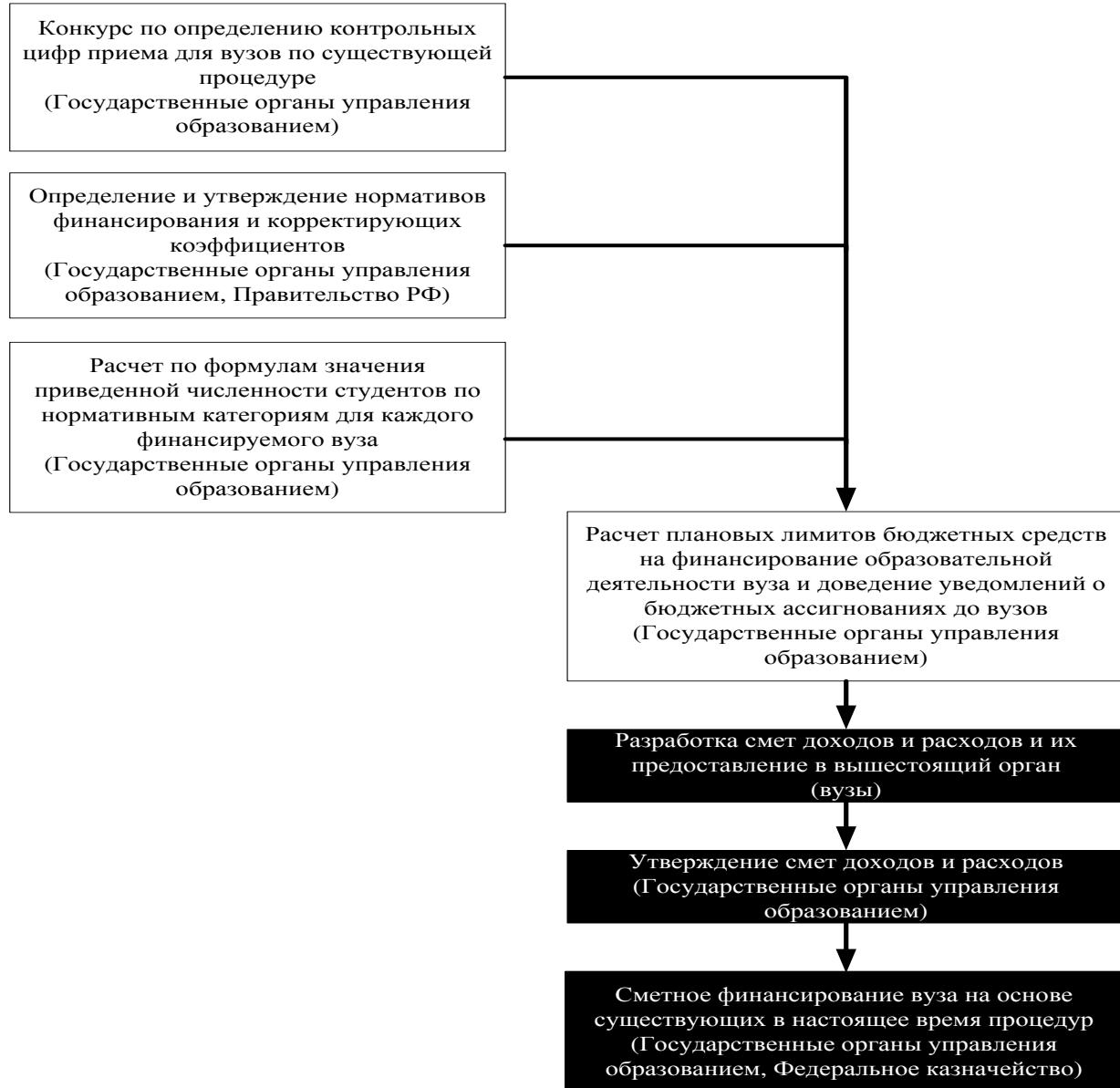
С 2007 года подушевой принцип финансирования был введен в ряде регионов страны в качестве пилотного проекта. С того времени нормативная модель финансирования успешно прошла стадии экспериментальной разработки, апробации и внедрения практически для всех типов учреждений системы общего образования.

Основная проблема при переходе на подушевую модель финансирования заключается в разработке оптимальной схемы, которая бы в полной мере отвечала критериям эффективности и справедливости.

Модель нормативно-подушевого финансирования образовательной деятельности применима как для бюджетных организаций, так и для автономных образовательных учреждений. В качестве примера предлагается схема организационного механизма нормативно-подушевого финансирования образовательной деятельности вуза в организационно-правовой форме «бюджетное учреждение» (рис. 2) и в организационно-правовой форме «автономное учреждение» (рис. 3).

---

<sup>8</sup> Там же.



Особенность представленного механизма заключается в том, что его главным элементом является вуз, поскольку именно образовательное учреждение самостоятельно разрабатывает смету доходов и расходов и предоставляет ее в вышестоящий орган управления образованием.

<sup>9</sup> Федеральный закон Российской Федерации от 08.05.2010 № 83-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с совершенствованием правового положения государственных (муниципальных) учреждений». URL: <http://www.consultant.ru/>



**Рисунок 3. Организационный механизм нормативно-подушевого финансирования образовательной деятельности вуза в организационно-правовой форме «автономное учреждение»<sup>10</sup>**

Как видно из рисунка 5, главным отличием механизма нормативно-подушевого финансирования автономного учреждения от бюджетного является то, что автономное получает бюджетную субсидию, которая рассчитывается заказчиком (органом управления образованием соответствующего уровня), тогда как бюджетное учреждение самостоятельно разрабатывает смету доходов и расходов.

Закон РФ «Об образовании» 2012 года гарантирует гражданам общедоступное и бесплатное образование в пределах государственного образовательного стандарта, а также устанавливает принцип финансирования образовательных учреждений на основе государственных и местных нормативов финансирования, определяемых в расчете на одного обучающегося, воспитанника, по каждому типу, виду и категории образовательного учреждения (ст. 5, п. 3; ст. 41, п. 2)<sup>11</sup>.

Нормативный метод финансирования в образовании, т.е. «деньги следуют за учеником», предполагает определение объемов бюджетных ассигнований, выделяемых образовательной организации, в объеме, установленном на основе специальных показателей (контингент учащихся, количество учебных часов и т.п.), рассчитанном на одного учащегося.

В современном федеральном законодательстве отсутствует термин «подушевое финансирование», в связи с чем практический переход на такую методику расчета представляется достаточно сложным на том основании, что бюджетные ассигнования можно планировать только по закону. Однако п. 2 ст. 41 Федерального закона «Об образовании»

<sup>10</sup> Там же.

<sup>11</sup> Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об Образовании в Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru/popular/edu/>

№ 273-ФЗ (с изменениями и дополнениями) установил, что финансирование образовательного учреждения должно осуществляться на основе государственных и местных нормативов финансирования, определяемых в расчете на одного обучающегося, а это практически тождественно термину «подушевое финансирование».

С принятием нового законодательства, связанного с изменением принципов разграничения бюджетных полномочий и реформой административной системы, меняется и представление о бюджетных нормативах финансирования в образовании. Федеральным законом от 07 июля 2003 года № 123-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в части, касающейся финансирования общеобразовательных учреждений» вносятся дополнения в модель нормативно-подушевого финансирования. В частности, законом вводится новый порядок, при котором финансовое обеспечение государственных гарантий прав граждан на получение общедоступного и бесплатного общего образования в муниципальных образовательных учреждениях должно идти путем выделения целевых субвенций местным бюджетам в размере, необходимом для реализации государственного стандарта общего образования. Субвенции должны выделяться в соответствии с утвержденными законами субъектов РФ нормативами расходов на реализацию государственного стандарта общего образования.

Этот же порядок подтверждается и Федеральным законом от 04 июля 2003 года № 95-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в федеральный закон Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации», который относит к полномочиям субъектов РФ выделение субвенций местным бюджетам<sup>12</sup>.

Принципиально новым с точки зрения нормативов бюджетного финансирования является то, что законодательство субъекта Российской Федерации, предусматривающее предоставление местным бюджетам субвенций из регионального фонда компенсаций, содержало *порядок расчета нормативов* для определения общего объема субвенций на исполнение соответствующих расходных обязательств муниципальных образований. Так как субвенция должна обеспечить реализацию основных образовательных программ (образовательных стандартов), то ее расчет должен определяться потребностями в бюджетных средствах, достаточных для этой реализации. То есть региональный закон о субвенциях должен не только содержать абсолютные значения тех сумм, которые будут перечислены муниципалитетам на выполнение этого полномочия субъекта, но и порядок расчета нормативов для осуществления этого расходного обязательства.

Переход на нормативный характер формирования бюджетов образовательных учреждений и распределения бюджетных средств на подушевой основе не требует внесения изменений в существующее федеральное законодательство. И закон «Об образовании» 2012 года, и вводимое законодательство по разграничению бюджетных полномочий, и бюджетное законодательство дают возможность реализовать нормативный принцип. В то же время возрастает роль регионального уровня, так как именно на него законодателем возложена обязанность разработки нормативов бюджетного подушевого финансирования в образовании.

Одно из направлений предполагает участие организаций различных организационно-правовых форм в предоставлении государственных (муниципальных) услуг и нацеливает на формирование нового набора бюджетных инструментов, основными из которых являются нормативно-подушевое финансирование и государственный (муниципальный) социальный заказ. Нормативно-подушевое финансирование подразумевает возмещение (путем предоставления субсидий) расходов организации на оказание стандартизируемых услуг конкретным категориям потребителей по единым нормативам, рассчитываемым в

<sup>12</sup> Федеральный закон от 04.07.2003 № 95-ФЗ «О внесении изменений и дополнений в Федеральный закон «Об общих принципах организации законодательных (представительных) и исполнительных органов государственной власти субъектов Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru/>

административном порядке, в том числе в соответствии с утвержденными отраслевыми нормативами финансовых затрат на оказание государственных (муниципальных) услуг.

Базовый норматив подушевого бюджетного финансирования обучения одного учащегося включает следующие нормативные объемы.

**1. Нормативный объем расходов на обучение учащегося, в том числе:**

- нормативный объем расходов на оплату труда преподавательского состава;
- нормативный объем расходов на обеспечение и социальную поддержку учащегося;
- нормативный объем прочих расходов на обучение.

**2. Нормативный объем расходов на обеспечение образовательного процесса, в том числе:**

- нормативный объем расходов на оплату труда и обеспечение деятельности учебно-вспомогательного персонала;
- нормативный объем расходов на материально-техническое обеспечение учебного процесса;
- нормативный объем расходов на обеспечение учебного процесса библиотечно-информационной базой.

**3. Нормативный объем расходов на руководство и хозяйственное обслуживание учебного заведения, в том числе:**

- нормативный объем расходов на оплату труда административно-управленческого персонала учебного заведения;
- нормативный объем расходов на хозяйственное и коммунальное обслуживание зданий и сооружений учебного заведения.

В настоящее время реализуются две модели нормативно-подушевого финансирования

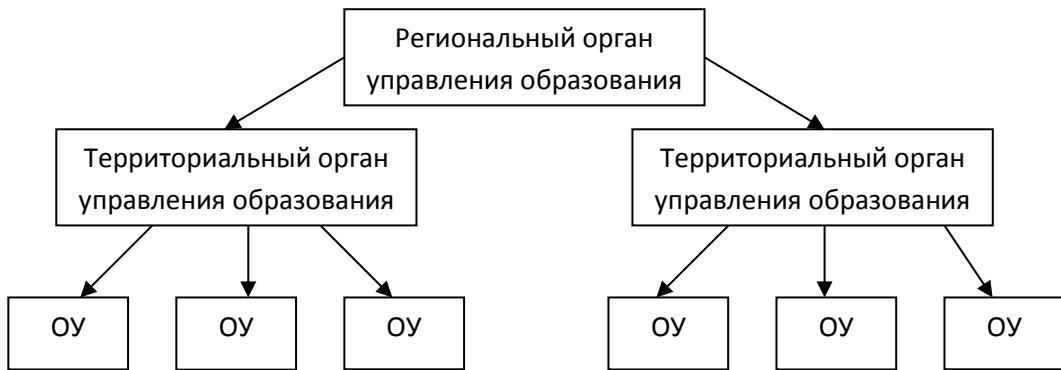
– двухуровневая и одноуровневая. В условиях реализации *двухуровневой модели* (рис. 4), муниципальные образовательные учреждения имеют бюджетное финансирование из регионального и муниципального бюджетов.

Из регионального бюджета финансируются расходы по нормативу, обеспечивающие выполнение государственного стандарта образования – оплата труда, социальный налог, учебные и прочие расходы.

Дополнительно к расходам по нормативу за счет средств регионального бюджета финансируются приобретение учебников федерального компонента для учащихся области из малообеспеченных семей, социальные выплаты педагогическим работникам на книгоиздательскую продукцию, расход на подвоз учащихся сельских школ.

Кроме того, территории, имеющие собственные дополнительные доходы, могут планировать в своих бюджетах расходы на образование сверх предоставляемых по нормативу. К таким расходам, например, относятся доплаты к заработной плате работников системы образования, реализация муниципальной программы развития, поддержка гимназий, лицеев и т.п.

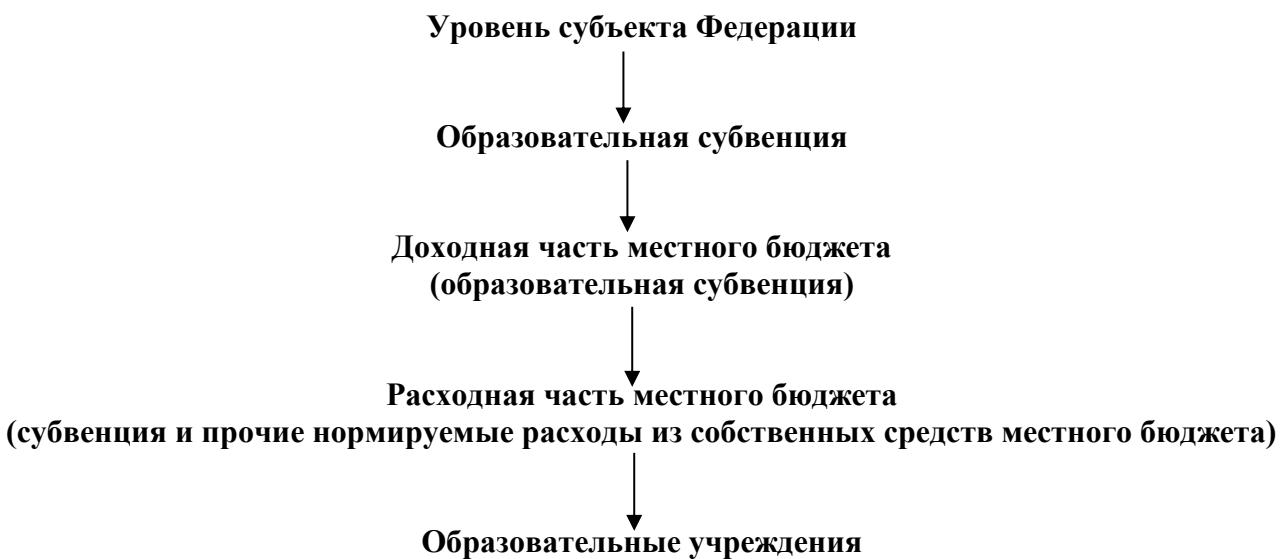
Муниципальные органы власти как собственники зданий, оплачивают расходы по содержанию зданий – коммунальные услуги, капитальный ремонт, приобретение оборудования длительного пользования.



**Рисунок 4. Двухуровневая модель подушевого финансирования образования**

Денежные средства из регионального бюджета в соответствии с договорами о соучредительстве образовательных учреждений перечисляются на расчетные счета образовательных учреждений региональным органом управления (через территориальные управление), который в соответствии с региональным законом определен получателем средств. Финансирование осуществляется в объеме, рассчитанном на нормативной основе.

Одноуровневая модель нормативного подушевого финансирования (рис. 5) предполагает финансирование учебных заведений непосредственно из муниципальных бюджетов. Формирование расходов на образование в муниципальном бюджете осуществляется, в том числе, с участием средств регионального бюджета. Данная модель закреплена законодательно – ФЗ № 122 и ФЗ № 95, которыми предполагается финансовое обеспечение учебного процесса в рамках основных общеобразовательных программ осуществлять с уровня субъекта.



**Рисунок 5. – Одноуровневая модель нормативного подушевого финансирования**

Из рисунка 5 видно, что обязательным условием реализации данной модели является зачисление средств региональных бюджетов в виде *образовательных субвенций* в доходную часть соответствующих бюджетов муниципальных образований для выполнения требования законодательства.

Показатели регионального норматива подушевого финансирования утверждаются законодательным актом региона при определении образовательных субвенций. Муниципальным образованиям выделяются субсидии, рассчитанные с учетом регионального норматива подушевого финансирования.

В данных условиях вышестоящий орган имеет прямое влияние на местные органы, контролируя целевое использование местным бюджетом средств, направляемых в форме субсидии для финансирования конкретных образовательных учреждений.

Методические подходы к планированию бюджетных средств на образование и распределению их на подушевой основе состоят из двух взаимосвязанных частей:

- порядка планирования и формирования бюджета образования с применением подушевых нормативов и коэффициентов удорожания;
- порядка доведения бюджетных средств до уровня образовательного учреждения и распределения их на подушевой основе.

Такой подход учитывает вводимые законодательством разграничения бюджетных полномочий между уровнями бюджетной системы в области общего образования, особенности финансового обеспечения этих полномочий, а также требования к процедурам по реализации этих полномочий. Методика планирования финансовых средств при определении норматива бюджетного финансирования на одного учащегося базируется на следующих показателях:

- планирование осуществляется на основе определения стоимости стандартной бюджетной услуги на учащегося;
- учитывается специфика контингента обучаемых (наличие коррекционных классов, обучение на дому, типы образовательных программ и др.);
- в нормативе осуществляется учет законодательно определенных натуральных норм (наполняемость классов, санитарные нормы и др.);
- для определения стоимости стандартной образовательной услуги используются нормы федерального законодательства, обязательные для исполнения и влияющие на стоимость образовательной услуги;
- учет различий в стоимости образовательной услуги по ступеням обучения, по видам образовательных программ, по типам и видам образовательных учреждений осуществляется при помощи коэффициентов удорожания.

При этом нормативно-подушевой принцип используется на всех уровнях формирования бюджета и его доведения до бюджетополучателя: региональном, муниципальном, уровне образовательного учреждения. На региональном уровне это выражается в формировании целевых образовательных субвенций на обеспечение образовательного процесса, расчет которых должен осуществляться с применением подушевых нормативов. На муниципальном уровне при формировании бюджетов образовательных учреждений должны использоваться нормативы (областные или собственные, муниципальные), позволяющие формировать бюджеты образовательных учреждений на тех же принципах.

1. Внедрение механизма нормативного бюджетного финансирования возможно только при выполнении следующих условий<sup>13</sup>:

- необходима четкая регламентация полномочий между региональными, муниципальными властями и образовательными учреждениями по формированию и реализации норматива бюджетного финансирования;
- необходима согласованность положений о переходе к принципам нормативного бюджетного финансирования с основными положениями уже существующей нормативно-правовой базы в сфере обеспечения бюджетного процесса, прежде всего с Бюджетным кодексом Российской Федерации. Важно учесть, что возможные противоречия могут разрешаться и путем изменения существующих законов, а не только приспособлением необходимых новых нормативных актов к уже действующим;
- обязательными условиями введения нормативного финансирования является реализация образовательными учреждениями предусмотренного Законом Российской

---

<sup>13</sup> Экономика образования: инновационные подходы. URL:<http://www.bibliotekar.ru/economika-9/83.htm>.

Федерации «Об образовании» принципа юридической и финансовой самостоятельности; выделение бюджетных средств образовательной организации не посттатейно, а общей суммой, при государственном (с последующим переходом к общественно-государственному) контроле за соблюдением минимальных нормативов по социально значимым выплатам;

– обеспечение прозрачности бюджетных и внебюджетных финансовых потоков, поступающих в систему общеобразовательных учебных заведений путем развития общественно-государственных форм управления образовательными заведениями (что может быть реализовано через усиление общественной составляющей управления образованием. Формой участия общественности в управлении являются Попечительские и Управляющие советы);

– для эффективного использования средств, выделяемых образовательным организациям на нормативной основе, необходимы подготовленные кадры менеджеров, обеспечивающих эффективное управление общеобразовательным заведением, особенно в части рационального использования бюджетных и внебюджетных средств, поступающих в учебное заведение.

2. Формирование системы нормативного бюджетного финансирования базируется на следующих ключевых *принципах*:

– единая методология расчетов;

– учет законодательно утвержденных нормативов минимальной бюджетной обеспеченности (стоимости государственной услуги) и минимальных государственных социальных стандартов;

– расчет нормативов финансовых затрат в расчете на одну услугу (как совокупность расходов на единицу нормирования) – для системы образования расчет норматива бюджетного финансирования на одного учащегося (НПФ).

3. При формировании бюджетов образовательных учреждений с применением подушевых нормативов используются только два *показателя*:

– величина норматива на одного обучающегося по типу программы и ступени обучения;

– число обучающихся по этим программам.

При таком порядке достигается наиболее эффективное использование бюджетных средств. Руководители и муниципального уровня, и уровня образовательного учреждения сами производят реструктуризацию в рамках выделенных им финансовых средств, так как «сэкономленные средства» остаются в их распоряжении и идут на нужды образования, а не изымаются в бюджет.

Кроме того, соблюдается принцип равенства доступа и прозрачности, так как и при формировании бюджета, и при выделении финансовых ресурсов используется величина подушевого норматива и числа учащихся. Никакие сетевые показатели в расчете не присутствуют (например, число классов-комплектов или число ставок), что позволяет сокращать эти параметры, которые перестают быть «фондообразующими».

Задачу выравнивания финансирования на одного учащегося предполагается решать поэтапно и по мере увеличения финансирования общего образования, а не одномоментно за счет резкого перераспределения бюджетных средств внутри отрасли в момент введения принципов нормативного подушевого финансирования.

С этой целью на адаптационный период перехода на принципы нормативного подушевого финансирования (не более 3-х лет) устанавливаются адаптационные надбавки для муниципальных образований и поправочный коэффициент для образовательной организации.

Формирование данного вида расходов осуществляется также на основе принципа нормативного подушевого финансирования в расчете на одного обучающегося.

Таким образом, введение нормативного подушевого финансирования в условиях фактически сложившегося неравенства условий организации образовательного процесса (различная наполняемость классов, наличие деления классов на группы и т.д.) не исключает

неравенство фактических расходов в отдельных образовательных организациях и, как следствие, может повлечь за собой разную стоимость бюджетной образовательной услуги<sup>14</sup>.

Предусмотренный данной методикой механизм нормативного подушевого финансирования создает условия для повышения заработной платы руководителей и работников образовательных учреждений, оптимизации учебной нагрузки, тем самым стимулируя их заинтересованность в проведении мероприятий по выравниванию условий осуществления образовательного процесса и положительно сказываясь на социальной ситуации.

Полноценное нормативное финансирование возможно лишь в случае, если средства на обеспечение учебного процесса поступают непосредственно на счета образовательных учреждений, которые обладают правом распоряжаться ими по своему усмотрению.

Таким образом, у нормативно-подушевого финансирования есть как достоинства, так и недостатки. Вместе с тем внедрение данного механизма в планирование расходов на финансирование образовательных организаций позволит решить целый ряд проблем, связанных с достаточностью поступлений денежных средств, целевым характером их использования, повышением конкурентоспособности образовательных организаций и качества предоставляемых услуг.

## **Привлечение дополнительных источников финансирования системы образования**

*Общая политика по отношению к внебюджетной деятельности.* Для успешного осуществления внебюджетной деятельности должна быть создана максимально благоприятная обстановка, сформулированы и объявлены принципы политики в этой области, такие как: заинтересованность каждого сотрудника в увеличении объемов внебюджетных средств и их эффективном использовании; стабильность принятого порядка финансовых отношений между руководством и педагогическим коллективом; единство политики по отношению ко всем видам деятельности.

Наличие лицензии и её параметров является необходимым условием для осуществления большей части внебюджетной деятельности.

Также это определяет ряд важнейших количественных и качественных ограничений: предельный контингент обучающихся и, соответственно, потенциальные объемы набора в учебные группы, виды учебной деятельности, по которым осуществляется образовательная деятельность.

Территориальное размещение образовательного учреждения определяет внешние условия его работы. К ним относятся: демографическая ситуация, обширность рынка труда для выпускников, уровень благосостояния населения, состояния экономики региона и её специализация, вектор потребности экономики в образовательных услугах, структура образования в регионе, социальная мобильность населения, наличие сложившихся связей с другими регионами в сфере образования, наличие других конкурирующих образовательных учреждений.

В условиях реформирования образования и неустойчивости экономической ситуации в России важное значение приобретает стабильность финансового обеспечения образовательного процесса в образовательных учреждениях.

Система образования все больше включает в себя рыночные формы организации работы. Бюджетные средства крайне ограничены и не всегда доступны, поэтому образовательные учреждения осваивают новую для себя задачу – удовлетворение потребностей общества в дополнительных образовательных услугах. Выявление и учет

---

<sup>14</sup> Там же.

запросов различных категорий заказчиков становится обязательным условием деятельности образовательных организаций<sup>15</sup>.

Для большинства образовательных учреждений система многоканального и многоуровневого финансирования стала действующей моделью, и иного пути они не предполагают. В данной таблице представлены разные источники по уровню бюджетных и внебюджетных средств образовательных учреждений и внебюджетных.

**Таблица 1**

**Дополнительные источники финансирования общего образования**

<b>Бюджетное</b>	<b>Внебюджетное</b>
<p>Текущие расходы:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– нормативное финансирование текущих расходов образовательного учреждения.</li></ul> <p>Капитальные расходы:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– программно-целевое финансирование: финансирование расходов по выполнению федеральной, городской или муниципальной программы развития; целевое финансирование эксперимента или инновации</li></ul>	<p>Благотворительные взносы:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– юридических лиц;</li><li>– физических лиц.</li></ul> <p>Благотворительные гранты от иностранных организаций и фондов.</p> <p>Деятельность, связанная с образовательным процессом:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– организация дополнительных образовательных услуг;</li><li>– организация учебно-производственной деятельности</li></ul> <p>Деятельность, не связанная с образовательным процессом:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>– аренда;</li><li>– торговые и посреднические операции;</li><li>– операции с банковскими вкладами и ценными бумагами;</li><li>– производство товаров и услуг</li></ul>

Внебюджетные средства – это все средства, получаемые образовательным учреждением от выполнения работ, оказания услуг, реализации продукции на договорной основе гражданско-правового характера и иные поступления, кроме бюджетного финансирования.

Любая образовательная организация имеет право привлекать и зарабатывать внебюджетные средства, закрепленное Гражданским кодексом РФ ст. 120 и Законами РФ «О некоммерческих организациях» и «Об образовании» 2012 года.

Образовательное учреждение может осуществлять предпринимательскую деятельность лишь постольку, поскольку это служит достижению целей, ради которых оно и создано. Главное, чтобы школа, занимаясь предпринимательской деятельностью, не отклонялась от выполнения основной деятельности, направляла полученный доход полностью на выполнение уставных целей.

В соответствии с законом «Об образовании» 2012 года (ст. 41), помимо бюджетного финансирования образовательных учреждений на основе государственных и местных нормативов, образовательные учреждения, независимо от их организационно-правовой формы, вправе привлекать в порядке, установленном законодательством РФ, дополнительные финансовые средства. Такими средствами являются<sup>16</sup>:

<sup>15</sup> Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора и некоммерческих организаций: учебное пособие. – М.: Изд-во МГУ, 2011.

<sup>16</sup> Федеральный закон Российской Федерации от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об Образовании в Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru/>

- доходы, полученные за счет оказания дополнительных платных образовательных услуг;
- добровольные пожертвования и целевые взносы физических и юридических лиц, в том числе иностранных граждан и (или) иностранных юридических лиц;
- доходы, полученные образовательным учреждением от предпринимательской деятельности, предусмотренной его уставом.

В соответствии с Законом РФ «Об образовании» 2012 года (ст. 46) государственные и муниципальные учреждения вправе оказывать населению, предприятиям, учреждениям и организациям платные дополнительные услуги.

Дополнительные услуги осуществляются за счет внебюджетных средств:

- средств родителей (законных представителей):
- спонсорских средств:
- сторонних организаций:
- частных лиц.

Платные образовательные услуги, их оказание и доходы от них заполняют дефицит государственных ресурсов, предоставляемых школе. Привлечение внебюджетных источников не влечет за собой снижения размеров финансирования образовательного учреждения на основе нормативов бюджетного финансирования, выделяемых на одного обучающегося, воспитанника по каждому типу, виду и категории образовательного учреждения.

*Механизм привлечения внебюджетных средств в образовательное учреждение.* Необходимо выбрать вид внебюджетной деятельности государственного /муниципального образовательного учреждения, который не финансируется из бюджета. Это делается сверх государственного/ муниципального заказа на комплекс бесплатных образовательных услуг, определяемых каждому конкретному образовательному учреждению учредителем.

Деятельность по привлечению и использованию внебюджетных средств подразделяется на основную и прочую.

Основная деятельность заключается:

- в реализации одной или нескольких образовательных программ, содержании, воспитании обучающихся;
- в осуществлении научно-методической деятельности, являющейся неотъемлемой частью образовательной деятельности;
- в обеспечении и обслуживании образовательного процесса.

Прочая деятельность заключается в осуществлении иной разрешенной деятельности, приносящей доходы и не относящейся к указанным видам основной деятельности.

Виды основной деятельности, позволяющей получить внебюджетные средства:

Образовательные услуги:

- обучение по дополнительным образовательным программам (за пределами государственных образовательных стандартов);
  - тестирование школьников;
  - репетиторство;
  - обучение на курсах по отдельным дисциплинам;
  - дополнительное образование, включая кружки, секции, клубы;
  - прочие образовательные услуги.

Научно-методическая деятельность:

- создание и передача научной (научно-методической) продукции, объектов интеллектуальной собственности;
- выполнение научно-исследовательских работ на конкурсной основе, включая гранты.

Деятельность по обеспечению образовательного процесса:

- учебно-производственная деятельность, реализуемая учебными и учебно-производственными мастерскими, предприятиями и подразделениями общественного питания, предприятиями по оказанию услуг;
- предоставление услуг библиотек, транспорта, спортивных сооружений, вычислительной техники, оргтехники;
- предоставление информационно-коммуникационных услуг в рамках основной деятельности;
- проведение культурных, спортивно-оздоровительных мероприятий и выставок;
- предоставление ресурсов образовательного учреждения – помещений, оборудования, земельных участков, юридического адреса – в аренду, пользование;
- взносы юридических и физических лиц – благотворительные и попечительские, целевые благотворительные и другие, а также пожертвования, подарки и т.п.

Образовательным учреждением выбираются те виды внебюджетной деятельности, для осуществления которых имеются потенциальные возможности.

Основными факторами, определяющими направления и эффективность внебюджетной деятельности образовательного учреждения, являются характеристики его потенциальных возможностей для осуществления различных видов такой деятельности – учебной, научной и иной. К таким факторам относятся следующие<sup>17</sup>.

Научно-методический потенциал, который позволяет привлекать средства на выполнение учебно-методических разработок, научных исследований, грантов.

Внутренняя нормативная база. Наличие полной и отработанной базы в образовательном учреждении обеспечивает развитие разнообразных видов внебюджетной деятельности, минимизацию финансовых и материальных потерь, сокращение организационного периода внебюджетной деятельности в связи с ясным пониманием последовательности и порядка действий, «прозрачность» отношений по поводу внебюджетной деятельности и места каждого работника в ней.

Наличие необходимого учебного оборудования определяет возможность качественного осуществления образовательной деятельности, использования новых методик преподавания.

Информационные ресурсы создают условия для поддержки современных образовательных технологий (в том числе дистанционного обучения), реализации дополнительных образовательных услуг, оказания услуг по использованию Интернета. Они являются фундаментом для разработки и реализации программных продуктов, баз данных информационных систем, в том числе коммерческих, создают возможности решения организационных и управлеченческих задач на современном уровне.

Библиотечный фонд дает возможность оказывать услуги по пользованию литературой, ксерокопированию, поддержке широкого спектра образовательных услуг.

Помещения создают условия для наращивания платного контингента в соответствии с лицензионными требованиями. Наличие площадей определяет возможность сдачи их в аренду.

Наличие достаточного числа преподавательского и учебно-вспомогательного персонала соответствующей квалификации дает возможность увеличения видов и объема платных дополнительных образовательных услуг.

Методическая база является источником получения прямых доходов от реализации методических материалов, создает возможность расширения спектра и повышения качества образовательных услуг, способствует росту привлекательности учебного заведения.

Бюджетное финансирование российского образования невелико, для многих образовательных учреждений его хватает только на выплату заработной платы учителям и решение самых неотложных материально-технических проблем. Однако финансовая основа

---

<sup>17</sup>Жуков В.И. Российское образование: перспективы и проблемы развития. – М.: ЗАО «Финстатинформ», 2010.

деятельности образовательных учреждений может не исчерпываться финансированием из бюджета. Согласно ст. 41.8 Закона РФ «Об образовании» 2012 года, образовательное учреждение имеет право привлекать в порядке, установленном законодательством Российской Федерации, дополнительные финансовые, в том числе валютные, средства за счет добровольных пожертвований и целевых взносов физических или юридических лиц, в том числе иностранных граждан или иностранных юридических лиц.

Граждане и организации, желающие на безвозмездной основе помочь образовательному учреждению материально, оформляют договор пожертвования, заключенный в письменной форме.

Пожертвование, согласно ст. 582.1 ГК РФ, представляет собой дарение вещи или права в общеполезных целях. Договор пожертвования является особым видом договора дарения, по которому одна сторона безвозмездно передает или обязуется передать другой стороне вещь в собственность или имущественное право (требования) к себе или к третьему лицу в общеполезных целях.

Таким образом, успешная деятельность образовательного учреждения в современных условиях во многом определяется тем, насколько она согласована с изменениями внешней среды, как часто проводятся внутренние изменения с учетом особенностей предоставляемых образовательных услуг. Наличие внебюджетных доходов в образовательном учреждении продиктовано существенной разницей между усредненным государственным заказом-минимумом и социальными ожиданиями от системы образования. Время требует высоких образовательных цензов – общество реализует свои потребности, оплачивая дополнительные возможности образовательного учреждения.

## **МАРКЕТИНГ ОБРАЗОВАНИЯ**

Развитие рыночных отношений в России обусловило тот факт, что образование из бесплатной привилегии, оплачиваемой государством, превратилось в товар, а точнее, услугу нематериального характера. За достаточно короткий промежуток времени в России сложился рынок образовательных услуг, предложение которых за последние 5–7 лет сделало колossalный скачок. Во многих случаях предложение даже превышает спрос. Вместе с тем, если инструменты маркетинга уже достаточно продолжительное время применяются в бизнесе, экономике, рекламе, то образование и коммерция еще недавно воспринимались общественным мнением как антагонистические понятия. Поэтому в сфере образования маркетинговые и рыночные инструменты управления используются в недостаточной степени. Однако проблема актуальности применения маркетинга в области образования вызывает огромный интерес. Реальная жизненная практика, опыт деятельности процветающих образовательных учреждений наглядно демонстрируют, что надежным залогом успешной деятельности образовательного учреждения в условиях рынка является использование маркетингового подхода в управлении своей деятельностью, в частности сбытом и продвижением услуг.

### **Основы маркетинга образования**

Понятие маркетинга является одним из наиболее часто встречающихся в экономической науке и бизнесе. Основатель теории маркетинга Филипп Котлер дал следующее определение маркетингу: «Маркетинг – вид человеческой деятельности, направленной на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена»<sup>18</sup>.

---

<sup>18</sup> Котлер Ф. Основы маркетинга. Краткий курс: пер. с англ. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2007.

Маркетинг (от англ. market – рынок) – рыночная концепция управления производственно-сбытовой деятельностью предприятия, направленная на изучение рынка и конкретных запросов потребителей. В процессе маркетинга производится сегментирование рынка, затем определяются те его части – целевые сегменты, которые компания способна обслужить наилучшим образом. Далее разрабатываются планы создания и доведения продукции до потребителя, а также стратегий «маркетинг-микс» воздействия на спрос через товар, цену, каналы распределения и методы продвижения товара. Таким образом, маркетингом является любая деятельность, направленная на доведение товара от сферы производства до сферы потребления, т.е. по удовлетворению потребностей в соответствии с покупательским спросом.

Цели маркетинга:

- 1) формирование и стимулирование спроса;
- 2) обеспечение обоснованности принимаемых управленческих решений и планов работы фирмы;
- 3) расширение объема продаж, рыночной доли и прибыли.

Важнейшей характеристикой экономического роста в современном мире является качество жизни населения, которое непосредственно взаимосвязано со сферой услуг, особенно образовательных, являющихся главным «двигателем» постиндустриальной экономики непроизводственного характера. В связи с этим возрастает значимость маркетинга образовательных услуг.

Сфера образования производит и распространяет продукцию (знания, мировоззрение, культурный опыт) и является одной из самых перспективных сфер деятельности экономики. Она играет особую роль в развитии страны, так как способствует развитию инноваций, позволяющих повысить конкурентоспособность, занять особую нишу на мировом рынке, поэтому маркетинг услуг образования представляет особый интерес для исследования.

Маркетинг образования – это принципиально новая, поисковая сфера маркетинга, которая формируется как научная, прикладная и учебная дисциплина.

Он изучает и формирует стратегию и тактику взаимоотношений субъектов рынка образовательных услуг, образовательных учреждений, организаций-потребителей, личностей обучающихся, посреднических структур, которые производят, продают, покупают и потребляют эти услуги<sup>19</sup>.

В результате перехода нашей страны к новой системе экономического развития маркетинговые исследования стали актуальны для системы отечественного образования, так как есть необходимость в структурной трансформации (по направлениям, специальностям и специализациям подготовки) в соответствии с новым качеством спроса на специалистов.

Маркетинг образовательных услуг определяется как отношения и взаимодействия, ведущие к наиболее эффективному удовлетворению потребностей:

- человека – в образовании;
- образовательного учреждения – в развитии и благосостоянии его персонала;
- общества – в расширенном производстве совокупного личностного и интеллектуального потенциала<sup>20</sup>.

Система управления маркетингом включает в себя анализ рынка образовательных услуг, разработку плана маркетинга образовательного учреждения и его реализацию. К маркетинговым методам относятся: реклама, продвижение товара, анализ рынка.

На основе существующих критериев определения маркетинга в экономической литературе можно дать следующую характеристику маркетинга образовательных услуг – это научно обоснованная система мероприятий по изучению рынка образовательных услуг, обеспечивающая выявление нужд потребителей, разработку соответствующих этим

<sup>19</sup> Атаманчук Г.В. Теория государственного управления. – М.: Омега-Л, 2007.

<sup>20</sup> Бухарова Г.Д., Старикова Л.Д. Маркетинг в образовании: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. – М.: Издательский центр «Академия», 2010.

потребностям услуг, их продвижение (реализацию) от производителя к потребителю и получение на этой основе максимального эффекта, в том числе и прибыли.

Особенностями образовательных услуг, с точки зрения маркетинга, являются:

- определенные личностные качества, которыми должен обладать потребитель (например, иметь определенный уровень общего образования для получения профессионального образования);
- одновременность производства и потребления образовательных услуг;
- доверительный характер образовательных услуг связан со сложностями определения их качества;
- индивидуальный и социальный характер выгоды от потребления;
- участие потребителя образовательной услуги в ее производстве, связанное с активностью прикладываемых усилий;
- длительность, многоаспектность процесса оказания образовательных услуг;
- высокая стоимость образовательных услуг;
- необходимость дальнейшего сопровождения услуг;
- контроль за качеством образовательных услуг со стороны органов государственного, общественного, муниципального управления образованием.

В качестве участников конкретных отношений выступают:

- потребители образовательных услуг: семья, которая выбирает условия образования детей, его направленность, уровень, содержание, качество, объем дополнительных образовательных услуг; в дальнейшем потребителем становится сам молодой человек;
- образовательные учреждения, которые заинтересованы в сохранении (развитии, расширении) объемов предоставляемых услуг, повышении их качества, улучшении условий труда работников;
- непосредственные производители образовательных услуг, т.е. педагоги, которые заинтересованы в реализации своего интеллектуального и творческого потенциала, улучшении условий труда и его оплаты;
- органы управления образованием, которые осуществляют организационное, финансовое, содержательное, методическое, кадровое обеспечение деятельности образовательных учреждений государственной (муниципальной) принадлежности, а также контроль за соблюдением государственных стандартов образования в образовательных учреждениях всех форм собственности, создание условий для развития системы образования в регионе, городе и т.д. в соответствии с потребностями;
- хозяйствственные субъекты и другие организации, выступающие в качестве работодателей и заинтересованные в рабочей силе определенного профиля и качества подготовки, культурного и интеллектуального уровня, играющие роль конечных потребителей образовательных услуг. Современные крупные хозяйствственные структуры имеют образовательные учреждения в своем подчинении или ведении и в перспективе будут выступать непосредственными заказчиками образовательных услуг;
- другие субъекты рынка, например, педагоги-индивидуалы.

В настоящее время образование характеризуется значительным разнообразием и высокой конкуренцией образовательных услуг, предоставляемых как государственными, так и негосударственными образовательными учреждениями.

Во многих регионах функционирует большое количество образовательных учреждений, предоставляющих возможность получить образование с выдачей диплома государственного образца по одинаковым направлениям подготовки или специальностям. В данной ситуации образовательным учреждениям, в частности высшим учебным заведениям, требуются серьезные маркетинговые исследования рынка образовательных услуг, которые будут способствовать совершенствованию процесса управления образовательным процессом, методов поиска и набора абитуриентов, качественному изменению образовательных технологий. При этом образовательное учреждение выступает как открытая

экономическая система, особенностями которой являются: долгосрочные и крупные капиталовложения, достаточно высокий уровень риска, активный информационный обмен.

Как современной экономической системе образовательному учреждению требуется управление на принципах маркетинга – анализ рыночных возможностей, отбор целевых рынков, планирование и разработка комплекса маркетинга, претворение в жизнь и контроль за проведением мероприятий, рассчитанных на установление, укрепление и поддержание выгодных обменов с целевыми покупателями ради достижения определенных целей организации, в том числе и таких, как получение прибыли, увеличение доли рынка образовательных услуг и т.д.

В организационной структуре учреждения должно формироваться 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.

Очень важно, чтобы образовательные учреждения предоставляли услуги, которые реально необходимы потребителям в выбранных учреждением сегментах рынка с возможностью выбора потребителем формы обучения (дневной, вечерней и заочной); специальности; уровня подготовки (магистр, бакалавр). В данных условиях образовательному учреждению необходимо непрерывно осуществлять сбор и обработку информации о конъюнктуре рынка труда данного региона, происходящих на нем изменениях; привлекать потенциальных потребителей образовательных услуг.

Можно сказать, что маркетинговая ориентация образовательного учреждения влияет на возможность разрешения противоречий между спросом и фактическим предложением образовательных услуг, между государственным и негосударственным образованием, пропорциями между гуманитарными и техническими специальностями, потребностями народного хозяйства и подготовкой специалистов образовательными учреждениями. Она включает в себя:

- производство только тех образовательных услуг, которые пользуются и будут пользоваться спросом на рынке;
- обновление ассортимента образовательных услуг с учетом требований научно-технического прогресса;
- формирование цен на образовательные услуги с учетом динамики платежеспособного спроса и активности конкурентов;
- активную коммуникационную деятельность, направленную на конкретные целевые группы потребителей образовательных услуг;
- децентрализованное продвижение образовательных услуг;
- прогнозы и научно-педагогические исследования по профилю учреждения и по конъюнктуре рынка образовательных услуг.

## **Предпринимательская деятельность образовательного учреждения**

Высокий уровень интереса и поиск новых форм маркетинга образования связан и с источниками финансирования образовательных учреждений, которые достаточно разнообразны.

В частности, образовательная деятельность, финансируемая за счет средств физических и (или) юридических лиц по договорам об оказании платных образовательных услуг, регулируется Федеральным законом № 273-ФЗ «Об образовании в Российской Федерации» от 29 декабря 2012 года. В ст. 101 сказано, что:

«1. Организации, осуществляющие образовательную деятельность, вправе осуществлять указанную деятельность за счет средств физических и (или) юридических лиц по договорам об оказании платных образовательных услуг. Платные образовательные услуги

представляют собой осуществление образовательной деятельности по заданиям и за счет средств физических и (или) юридических лиц по договорам об оказании платных образовательных услуг. Доход от оказания платных образовательных услуг используется указанными организациями в соответствии с уставными целями.

2. Платные образовательные услуги не могут быть оказаны вместо образовательной деятельности, финансовое обеспечение которой осуществляется за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов.

Средства, полученные организациями, осуществляющими образовательную деятельность, при оказании таких платных образовательных услуг, возвращаются оплатившим эти услуги лицам.

3. Организации, осуществляющие образовательную деятельность за счет бюджетных ассигнований федерального бюджета, бюджетов субъектов Российской Федерации, местных бюджетов, вправе осуществлять за счет средств физических и (или) юридических лиц образовательную деятельность, не предусмотренную установленным государственным или муниципальным заданием либо соглашением о предоставлении субсидии на возмещение затрат, на одинаковых при оказании одних и тех же услуг *условиях*<sup>21</sup>.

Система образования обладает не только финансовым потенциалом, но и материальным, интеллектуальным, который можно применить для получения дополнительных доходов, используя законодательно предоставленное право вести предпринимательскую деятельность.

К предпринимательской деятельности образовательного учреждения относятся:

- долевое участие в деятельности других учреждений (в том числе образовательных) и организаций;
- оказание посреднических услуг;
- реализация и сдача в аренду основных фондов и имущества учреждения;
- торговля покупными товарами и оборудованием;
- приобретение акций, облигаций, иных ценных бумаг и получение доходов (дивидендов, процентов) по ним;
- ведение иных внереализационных операций, приносящих доходы и непосредственно не связанных с собственным производством предусмотренных уставом продукции, услуг и с их же реализацией. Например, изготовление товаров народного потребления, оказание транспортных услуг, осуществление издательской деятельности и пр.

Учредитель или органы местного самоуправления вправе приостановить предпринимательскую деятельность образовательного учреждения, если она идёт в ущерб образовательной деятельности, предусмотренной уставом, до решения суда по этому вопросу.

Предпринимательская деятельность наряду с деятельностью по оказанию дополнительных платных услуг составляют основу внебюджетной деятельности образовательного учреждения и являются основными источниками поступления внебюджетных средств (к вспомогательным внебюджетным доходам можно отнести взносы юридических и физических лиц, в том числе пожертвования, подарки, включая благотворительные и попечительские, спонсорские и пр.).

Основными факторами, определяющими направления и эффективность внебюджетной деятельности образовательного учреждения, являются характеристики его потенциальных возможностей для осуществления различных видов внебюджетной деятельности – учебной, научной, хозяйственной и иной.

---

<sup>21</sup> Федеральный закон от 29.12.2012 № 273-ФЗ «Об Образовании в Российской Федерации». URL: <http://www.consultant.ru/>

Начиная ту или иную деятельность, нужно по возможности оценить потенциал учебного заведения для её осуществления. Особенно это важно сделать, если имеются несколько вариантов использования имеющихся ресурсов.

В качестве доступного метода оценки (самооценки) потенциала учебного заведения для развития внебюджетной деятельности можно предложить следующий метод: составить перечень факторов, определяющих потенциал образовательного учреждения, его возможности по осуществлению приносящей доходы деятельности; оценить каждый из факторов в контексте условий конкретного образовательного учреждения.

Степень влияния факторов на выбор направлений (оценку потенциальных возможностей) внебюджетной деятельности может быть оценена экспертом, например, преподавателями, родителями, обучаемыми. Несколько экспертов оценивают каждый фактор внебюджетной деятельности по степени его разработанности, реализованности, определяют слабые стороны учреждения и конкурентные преимущества.

Переход нашей страны к рыночным отношениям не только повлек определенные изменения в части деятельности учреждений образования, но и определил особое положение в системе налогообложения. Это обусловлено государственными гарантиями, которые были установлены законодательно с целью придания приоритета образованию в государственной политике.

Система налогообложения Российской Федерации представляет собой совокупность предусмотренных Налоговым кодексом налогов и сборов, принципов, форм и методов их установления, изменения и отмены, уплаты и применения мер по обеспечению их уплаты, а также форм и методов налогового контроля и ответственности за нарушение налогового законодательства.

Задачами системы являются: обеспечение государства финансовыми ресурсами с помощью перераспределения национального дохода; противодействие спаду производства (в качестве «встроенных амортизаторов»); создание благоприятных условий для развития предпринимательства; реализация социальных программ.

Главная функция налоговой системы – фискальная (формирование доходной части государственного бюджета). Другие функции – ослабление дифференциации общества по доходам; воздействие на структуру и объем производства через механизм спроса и предложения; стимулирование научно-технического прогресса; регулирование внешнеэкономической деятельности.

Особый режим налогообложения образовательных учреждений заключается в том, что налогообложению подлежит доход, полученный образовательным учреждением от предпринимательской деятельности, предусмотренной уставом, который не был инвестирован непосредственно в образовательное учреждение или на непосредственные нужды обеспечения, развития и совершенствования образовательного процесса в данном образовательном учреждении. Доходы, полученные образовательными учреждениями от предпринимательской деятельности, инвестированные в образовательный процесс, освобождаются от уплаты всех видов налогов, в том числе и на землю. Необходимым и достаточным условием для пользования данной льготой является наличие у налогоплательщика лицензии на ведение образовательной деятельности.

Объектами налогообложения в сфере образования (и в других сферах) являются:

- обороты по реализации продукции, выполненных работ, оказанных услуг – перемещение денежных сумм в той или иной форме;
- выручка от реализации продукции, выполненных работ, оказанных услуг;
- прибыль – разница между выручкой от реализации за определенный период и затратами на ее получение (итог экономической деятельности за определенный период);
- объекты собственности, в том числе имущество, земельные участки;
- другие объекты в соответствии с действующим налоговым законодательством.

Специфических объектов налогообложения, характерных для системы образования, нет, т.е. учебные заведения не выделяются в ряду иных организаций.

Изменение режима налогообложения, т.е. установление налоговых льгот, освобождение от уплаты налогов, изменение ставки налога и объекта налогообложения, осуществляется путем внесения изменений и дополнений в действующий законодательный акт по конкретному налогу: либо в Налоговый кодекс, либо в законы субъектов Российской Федерации или решения муниципальных органов.

Образовательные учреждения в области налогообложения практически не отличаются от организаций других типов и сфер деятельности.

## **Маркетинговые коммуникации в сфере образования**

С возрастанием роли маркетинга одновременно повышается и роль маркетинговых коммуникаций, так как в современном обществе недостаточно иметь хорошие продукты и услуги – для увеличения объемов их продаж и получения прибыли нужно донести до сознания потребителей выгоды от использования этих продуктов и услуг. Маркетинговые коммуникации позволяют осуществить передачу сообщений потребителям с целью сделать продукты и услуги компаний привлекательными для целевой аудитории.

Образовательные учреждения постоянно продвигают свою продукцию, стремясь к реализации следующих целей:

- проинформировать потенциальных потребителей о своем продукте, услугах, условиях продаж;
- убедить потребителя отдать предпочтение именно этим товарам и услугам и выбрать для учёбы именно это образовательное учреждение;
- заставить потребителя действовать, т.е. купить ту образовательную услугу, которую рынок предлагает в данный момент, не откладывать покупку на будущее.

Комплекс маркетинговых коммуникаций включает несколько направлений деятельности:

1) реклама, информация о товарах, идеях и начинаниях, распространяемая точно установленным заказчиком в любой форме, с помощью любых средств, предназначенная для неопределенного круга лиц и призванная формировать или поддерживать интерес к рекламируемым идеям, товарам, начинаниям;

2) формирование благоприятного общественного мнения об учреждении, его услугах и продукции, личные контакты, устное представление товара в ходе беседы с одним или несколькими потенциальными покупателями с целью последующей продажи плюс стимулирование сбыта (кратковременные меры поощрения покупки или продажи товара или услуги);

3) презентации, рассылка литературы, раздача бесплатных образцов, купонов, пресс-релизов;

4) событийный маркетинг.

Многие специалисты относят к комплексу коммуникаций также стимулирование сбыта – кратковременные побудительные меры поощрения покупки или продажи товара или услуги.

В более широком плане, сюда же относятся практически все детали, способные сообщить нечто существенное о продукции, а также о стратегии и политике фирмы, учреждения: цены на продукцию, поведение и внешний вид продавцов товара и исполнителей услуг и многое другое.

Чтобы убедить потенциальных клиентов в том, что им стоит выбрать, например, данный вуз, приобрести именно его услуги, необходима конкурентоспособная образовательная программа обучения.

Обычно для промо-кампании, нацеленной на достижение этой «убежденности», пресс-службой вуза разрабатывается пакет оперативных рабочих информационно-презентативных документов (пресс-релиз, информационная справка/ бэкграунд, заявление для печати, интервью для печати (очное, заочное, комбинированное, виртуальное), информационный буклет, комплект рекламных листовок), рассказывающих о работодателях, о выполнении государственных стандартов обучения.

Потенциального покупателя на рынке образовательных услуг необходимо ознакомить с содержанием, этапами, методами, технологиями обучения и контроля знаний, возможностями выбора профессий, специальностей и учебных дисциплин, материально-техническим и социальным обеспечением вуза. Также важно конкретизировать предлагаемый продукт: что учащиеся смогут в процессе обучения увидеть, услышать, чему конкретно они научатся, где и как применят приобретенные знания, каковы будут их перспективы. Это позволит заложить базис дальнейшего спроса на образовательные услуги.

В качестве дополнительной информации или дополнительных стимулов, побуждающих сделать покупку именно сейчас и в этом месте – подать заявление на обучение в данном вузе могут, выступать промо-сообщения о скидках в цене, действующих в ограниченный период времени, или премиях за совершение покупки.

Во время реализации программы коммуникационных действий образовательного учреждения для обеспечения ее эффективности нужно обладать конкретной информацией о том, на каком этапе (осведомленность, знание и т.д.) находится основная часть потенциальных клиентов и как они ведут себя в отношении возможных покупок услуг образовательного учреждения, т.е. с помощью исследования общественного мнения осуществлять контроль и коррекцию выбранной маркетинговой стратегии, в том числе в отношении средств коммуникации.

Важную роль в маркетинговых коммуникациях образовательных учреждений играют устные рекомендации выпускников вуза, слушателей курсов.

Образовательная программа, востребованная слушателями, существенно облегчает маркетинговую работу на следующий год. Если же программа плохо посещалась, то обратная связь с рынком сигнализирует о потерях.

Для успешного функционирования вуза в условиях рыночных отношений необходимы личная заинтересованность и личное участие руководства вуза в маркетинговых коммуникациях. При продвижении имиджа своего вуза, образовательных программ на рынке топ-менеджмент должен иметь развитую сеть контактов с ведущими образовательными учреждениями в разных регионах мира, участвовать в специализированных международных конференциях и симпозиумах, программах по обмену студентами.

Проектирование коммуникаций на рынке образования должно удовлетворять требованиям трех сторон, принимающих решение о выборе: потенциальных участников образовательного процесса, самих образовательных учреждений (в том числе учреждений довузовской системы образования) и организаций – спонсоров образования, для которых инвестиции в образование являются наиболее эффективными и имеют наивысший приоритет. Для крупных и успешно действующих на рынке компаний инвестиции в образование очень важны, потому что стабильное развитие фирмы по намеченным этапам возможно только через обучение и переобучение кадров. Соответственно, компании-спонсоры могут определять направления деятельности, в том числе кадровой политики самого учебного заведения.

Применительно к сфере образования выделяют следующие элементы маркетингового комплекса услуг образования.

1. Услуга образования может пониматься как товар, поскольку удовлетворяет потребности в знаниях, личностном совершенствовании, профессиональных навыках целевого потребителя. Этот социальный эффект является «товарным предложением» образовательной организации, на рынке ему соответствует определённый платёжеспособный спрос.

Для образовательного учреждения такой продукцией являются, в первую очередь, знания и навыки обучаемых, однако в число образовательной продукции включают исследования, сочинения, художественные произведения, технические изобретения, методическую продукцию, зрелищные мероприятия. В узком коммерческом смысле эти виды продукции соответствуют реальным товарам, предназначенным для товарного обмена.

Характер образовательной продукции в различных типах образовательных учреждений может быть своим. В дошкольных учреждениях такой продукцией могут быть поделки детей, сценарии развлекательных мероприятий, разработанные педагогами, дизайнерские и технические решения по специальному оборудованию помещений. В образовательных учреждениях профессиональной подготовки – это компьютерные программы, новые материалы или оборудование.

2. Система цен на услуги образования связана с понятием тарифов. Тарифы на образовательные услуги, как правило, устанавливаются один раз в год. Изменение расценок на образовательные услуги вузов, школ и других образовательных учреждений привязывается к началу учебного года. Но во всех документах финансовой отчетности принято указывать доходы и убытки на конец календарного года.

В сфере услуг принято разделять твёрдые тарифы и гибкие тарифы. Под твёрдым тарифом понимают фиксированную ставку, которую оплачивает потребитель услуг, вне зависимости от их особенностей. Гибкие тарифы учитывают объём работы, её уникальность, значимость клиента для компании и другие условия. В образовании твёрдые тарифы установлены на оплату за период обучения, за участие в различных мероприятиях (например, за участие в методическом семинаре, за посещение концерта учащихся и пр.). Гибкие тарифы могут применяться, например, при оказании услуг повышения квалификации или переподготовки: размер оплаты может варьироваться от численности группы или от индивидуальных отношений с заказчиком таких услуг.

Цена образовательных услуг связана с их качеством, с финансовыми возможностями образовательного учреждения, с конъюнктурой рынка образования в конкретном регионе или муниципальном образовании.

Ценообразование может быть рассмотрено как относительно себестоимости услуг, так и с учётом имиджа образовательной организации и престижности её услуг.

3. Место оказания услуг, обстановка обучения значимы как для позитивного имиджа организации, так и для самого процесса взаимодействия педагогов и учащихся.

С позиции маркетинга некоммерческой сферы социальную эффективность услуг образовательного учреждения обеспечивают такие приемы, как введение школьной формы, выставки литературных новинок библиотеки образовательного учреждения, различные формы публичного поощрения успешных учеников или студентов («доска почёта», стенды с кубками за спортивные достижения, организация экспозиций музея образовательного учреждения).

4. Содействие сбыту или продвижению услуг в системе образования нашей страны находится в стадии становления.

Как правило, образовательные организации заботятся о контакте с потенциальными учащимися накануне вступительных экзаменов. Для этого распространяется печатная полиграфическая продукция, развешиваются плакаты об организации, выпускаются рекламные ролики в СМИ, проводятся дни открытых дверей, выезды руководителей и преподавателей в учреждения низших ступеней образовательной лестницы. Школьные учителя посещают детские сады, преподаватели колледжей, техникумов, вузов организуют встречи с родителями школьников.

Эти действия являются системой маркетинговых коммуникаций образовательного учреждения. С усилением конкуренции на рынке образования возникает необходимость в более активных маркетинговых коммуникациях образовательных учреждений.

5. Среда организации образования – это комплекс специально разработанных предметов, символов, цветового решения, отражающих философию организации, её

принципы – всё то, что придаёт товару или услуге специфическое лицо, «торговая марка или «знак обслуживания». Коммуникация должна оставаться у клиента в памяти, не только запечатлеться в виде результатов труда, но и быть связанной в его сознании с конкретными образами, тогда он будет идентифицировать с данными образами и данный тип услуг.

Основное назначение символики образовательного учреждения в том же, что и фирменной упаковки товаров, их лейблов, бирок и в целом маркировки товаров компании.

Образовательные учреждения, которые давно существуют на рынке и имеют сложившиеся традиции, как правило, имеют и свою символику. Флаг школы, логотип университета, цветовое решение полиграфических материалов о бизнес-школе, символичное название детского сада – эти средства формируют среду, в которой оказываются образовательные услуги. Подобные средства задают стиль маркетинговым коммуникациям организации и на невербальном уровне говорят о ней вместо многих слов.

6. Процесс получения образовательных услуг – элемент маркетингового комплекса, связанный с процедурами оказания услуги.

Организация является сложной системой, большая часть которой закрыта от потребителя услуг. Факторами внутренней среды организации являются и специфика её управления, и корпоративная культура. В организационной культуре находят отражение как философия организации, так и её практическое воплощение. Они, в свою очередь, зависят от индивидуальных ценностей, установок, целей, а также и от индивидуальных личных качеств сотрудников организации. Стиль управления, характер совместной деятельности сотрудников и даже личные отношения между ними определяют эмоциональный фон образовательной деятельности.

При оказании образовательных услуг, как никаких других, значимым является характер отношений педагога и учащихся. То есть формирование эмоционального комфорта в процессе оказания услуг является условием, обеспечивающим их социальный эффект – качественные изменения в личности обучающихся.

7. Субъекты, участвующие в осуществлении образовательных услуг, – это не только педагог и ученик.

Если потребителям комфортно в школе, в колледже или в вузе, они активно «продвигают» услуги данной образовательной организации на рынке.

В процессе оказания услуг большая роль принадлежит родителям. Во многих образовательных организациях есть традиции совместного проведения досуговых, спортивных и иных мероприятий совместно с родителями. Кроме того, с экономической стороны родители – необходимые субъекты оказания образовательных услуг, поскольку от них зависит оплата за обучение. Они сегодня могут стать полноправными субъектами управления образовательным учреждением, так как они наделены юридической ответственностью за несовершеннолетних учащихся, для этого формируются попечительские советы.

Ученики, студенты, воспитанники детского сада как участники образовательного процесса также являются частью внутренней среды организации и одним из элементов её маркетингового комплекса. Как носители «образовательного продукта» – знаний, навыков, культуры в широком смысле слова, они делают имя образовательному учреждению. Поэтому поддержка связи с выпускниками полезна и с маркетинговой стороны, так как успехи выпускников могут стать лучшей рекламой образовательной организации.

В аспекте маркетинговых коммуникаций прочно вошло в сферу образования понятие «паблик рилейшнз», или PR-деятельность. Оно имеет целый ряд различных определений, которые сходятся в том, что ключевым признаком в нем являются «понимание», «согласие», «информированность общественности» и «интересы общественности». Пониманию способствуют репутация, имеющийся опыт и культурные факторы. Важные составляющие части большинства программ PR по завоеванию надежной репутации – создание атмосферы доверия и осуществление единой стратегии.

Понятие PR, по мнению классиков его теории и практики, включает в себя:

- 1) все, что может предположительно улучшить взаимопонимание между организацией и теми, с кем эта организация вступает в контакт как внутри, так и за ее пределами;
- 2) рекомендации по созданию «общественного лица» организации;
- 3) мероприятия, направленные на выявление и ликвидацию недостоверных слухов и других источников непонимания;
- 4) любые действия, направленные на улучшение потенциальных и реальных контактов между людьми или организациями.

Теоретическое обоснование появления PR как деятельности, направленной на обеспечение социального согласия через выстраивание коммуникации, было сформулировано в математической теории игр. В соответствии с положениями математической теории игр полнота информации является достаточным условием преодолимости конфликта, а PR – инструментом профилактики конфликтов за счет обеспечения общественности (и внешней и внутренней) полной информацией.

В качестве PR-технологий, как правило, могут использоваться:

- 1) устное сообщение (пресс-конференции, выступления перед различными социальными группами, планирование и резервирование наиболее значимых мест выступления, а также подготовка речей для других сотрудников и их тренинг в области ораторского искусства);
- 2) паблисити (в том числе через контакты с прессой, радио и ТВ, издателями для содействия последующей публикации материалов с новостями об организации);
- 3) написание репортажей, пресс-релизов, текстов к буклетам, рекламных статей и пр., а также любых технических материалов и описания продукции;
- 4) издательская работа;
- 5) специальные мероприятия по представлению организации, ее товаров и услуг, например выставки, специальные показы новой продукции, дни открытых дверей, способные восприниматься как интересные для аудитории новости и обеспечивать атмосферу доверия к организации;
- 6) распространение с наибольшей эффективностью печатных, фото- и видеоматериалов среди различных групп общественности;
- 7) спонсорство;
- 8) аналитические и консалтинговые технологии;
- 9) имиджевая реклама (имени и репутации фирмы).

Под имиджем образовательного учреждения понимают устойчивый образ субъекта в общественном сознании. Среди имиджевых средств выделяют такие элементы, как качество, ассортимент предоставляемых услуг, известность в соответствующих деловых кругах, профессионализм, компетентность, оперативность работы организации, презентабельность руководства, фирменный стиль (логотип, флаг, корпоративные цвета), архитектурное решение и др.

Создание устойчивого образа образовательного учреждения способствует эффективной деятельности в области производства и сбыта образовательных услуг. Поэтому деятельность на базе маркетинговой концепции предполагает поиск нешаблонных решений, активность практически по всем направлениям деятельности.

Общественность любого региона не однородна, не монолитна, а часто состоит из разнообразных социальных групп, поэтому имиджи субъекта в каждой из них не могут совпасть в принципе. Для организации эта проблема усложняется тем, что ее общественность делится на внутреннюю и внешнюю, а они не могут не находиться в конфликте друг с другом.

В конечном счете имидж образовательного учреждения определяется качеством, ценой, доступностью товаров и услуг (основной и сопутствующих), профессионализмом персонала, востребованностью выпускников, историей учреждения, его статусом и рейтингом и, конечно, рекламой.

**Виталий Александрович Филинов**

**Финансирование системы образования.  
Маркетинг образования**

**(В помощь руководителю образовательной организации)**

Подписано в печать 21.12.2015 г. Бумага офсетная.

Формат 60x84/16. Гарнитура «Times new Roman».

Печать лазерная. Усл. печ. л. 2,0

Тираж 50 экз.

ГАУ ДПОС «СОИРО»

214000, г. Смоленск, ул. Октябрьской революции, 20а