

*В. С. Дьяченко,
кандидат психологических наук*

КАСТОМИЗАЦИЯ – ТЕХНОЛОГИЯ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ КУЛЬТУРЫ

Особенность современной подготовки менеджеров-культурологов – большой выбор образовательных услуг, высокий уровень конкуренции со стороны государственных и негосударственных образовательных учреждений. Следствием этого является необходимость поиска новых путей для повышения конкурентоспособности факультетов, кафедр, осуществляющих подготовку менеджеров-культурологов.

Под кастомизацией понимается приспособление конкретной продукции к специфическим потребностям индивидуальных клиентов [3]. Когда на массовой основе начинают выпускать товары и услуги, удовлетворяющие индивидуальные нужды потребителей, это становится массовой кастомизацией, являющейся новой альтернативой сегментированию целевого рынка. Однако кастомизация может привести к ряду проблем и обладает некоторыми ограничениями в использовании; они касаются возможности платить премиальную наценку за кастомизированный товар или сервисное предложение; неспособности менеджеров наладить диалог со своими сотрудниками и потребителями; производства товаров и услуг с разными характеристиками, что ведет к росту издержек и т. д. Существует ряд значимых предпосылок того, что в XXI в. массовая кастомизация станет одной из главных маркетинговых стратегий и будет определять успех. Это конкурентная обстановка, сверхсегментированность рынка, профессионализм покупателей, дифференциация предпочтений, позволяющих потребителям демонстрировать свою индивидуальность или выгоду.

К особым чертам образовательных услуг относится нефизическое действие их в отношении сознания клиентов. Невозможность сохранения образовательной услуги обусловлена тем, что услуги нельзя в полном объеме заготовить и складывать как материальный товар, хотя сам образовательный материал может быть сохранен как в печатном, так и в электронном виде. Сфера образовательных услуг становится многообещающим рынком, на

котором потребители начинают ценить возможность мобильности, доступность и удобство потребления, экономическую эффективность, а также последующую коммерческую реализуемость знаний и умений. Хотя образовательные услуги невещественны, потребляя их, человек накапливает определенный опыт и знания, тем самым развивая свои личностные возможности. Кроме того, помимо желания и возможности приобретения, потребитель обязан обладать начальным уровнем образования и соответственным набором знаний и навыков, необходимых для получения образовательной услуги. Но при этом важно учитывать, что образовательная услуга производится и потребляется одновременно, процесс ее длителен во времени и динамичен. Именно динамичность является одним из ключевых параметров, который должен лежать в основе построения учебно-воспитательного процесса при подготовке менеджеров-культурологов.

Современный контингент студентов факультета заочного обучения можно разделить на группы, различающиеся не только по возрасту, полу, но и имеющие опыт работы (не только в сфере культуры), или группы, для которых ведущим фактором становится необходимость профессионального обучения. Эти и другие факторы приводят к изменению роли обучаемого в процессе обучения. Студенты дневной формы обучения составляют группы, имеющие культурологическое образование и владеющие навыками в сфере культуры, и выпускники общеобразовательных школ. Большое разнообразие контингента студентов требует построения учебно-воспитательного процесса на принципах сотрудничества и ненасилия. По мнению М. С. Барановской, Е. И. Луговцовой, О. М. Савчик [1], идея формирования привязанности может быть эффективна при условии соблюдения принципов ненасильственного образования. Авторы приводят [2] следующие основные принципы сотрудничества и ненасилия в учебно-воспитательном процессе: паритентность; индивидуальный подход; свобода выбора; доверие и открытость; разделенная ответственность; взаимопомощь; осознанная деятельность, активность; конструирование знаний; использование самооценки и обратной связи. Опираясь на эти принципы, нами формировались образовательные услуги, при этом учитывались, во-первых, образовательный стандарт, а во-вторых, интересы и особенности конкретных групп студентов. Так, кроме образовательной программы «Основы менеджмента», студенты выполняли работы,

связанные с анализом профессиональной деятельности. Наглядно представляли схему организационной структуры своего предприятия, организации, отдела. К должностной инструкции специалисты добавляли взаимодействие своей ответственности с работниками и подразделениями по примерной схеме. Студенты письменно характеризовали методы менеджмента при решении одной из задач своей организации, также составляли проекты бизнес-планов на свою идею или проект в сфере культуры и искусства. Группами студентов факультета заочного отделения анализировался личный опыт решения основных проблем менеджмента (производительность и качество услуг, высокие производственные затраты, отсутствие и необоснованность норм труда, недостаточно эффективная система оплаты труда и др.). Процессом подготовки менеджеров-культурологов охвачено 90–95% женщин. Женское начало привносит в менеджмент свою специфику. Студентам предлагалось сделать анализ руководства организацией женщиной или мужчиной на своих рабочих местах.

Студентам дневной формы обучения по материалам образовательного стандарта моделировались ситуации и события для формирования опыта их решения и управления развитием профессиональных компетенций. При этом решались две основные задачи менеджера проекта: управление строительной цепочки (потребности клиентов, идеи, позволяющие их реализовать, маркетинг, сценарий, бизнес-планирование, показатели эффективности); управление цепочкой приращения стоимости. Все, что зарабатывает менеджер, он получает не только от реализации проекта, но и свой доход, и свою репутацию он зарабатывает на общей добавленной стоимости. Добавленная стоимость прирастает благодаря способности менеджера проекта сокращать издержки (в реальном выражении) и экономить время. Чтобы улучшать нашу добавленную стоимость, мы должны регулярно проводить переоценку наших рабочих процедур, и в этом процессе должны участвовать все менеджеры и специалисты проектов. Фактически должно соблюдаться золотое правило [4]: если на вход поступают и используются в системе некоторые ресурсы, то выходы системы должны быть измеряемы. Это соответствует профессии менеджера, так как в силу природы этой профессии всегда учитывается использование ресурсов [4, с. 77]. Завершая работы по изучению курса «Основы менеджмента», студенты готовили индивидуальный отчет, по которому можно судить о замысле (концепции) нового проекта, что конкретно должен делать менеджер, чтобы

специалисты проекта работали лучше, как проводить анализ и оценку деятельности организации.

Развитие кастомизированного подхода к образовательным услугам при подготовке менеджеров-культурологов позволяет достичь следующих целей:

1. Создавать творческие задания, которые не поддаются плагиату (проекты на основе открытых данных, совместное обсуждение презентации проекта, конкурсы), усиливать ориентацию на индивидуализированные потребности и вовлечение потребителя образовательных услуг в процесс создания учебных программ.

2. Использовать новые методики обучения, позволяющие в короткие промежутки времени формировать не только ключевые компетенции профессии, но и новые знания с наименьшей затратой сил обучаемого.

3. Посредством использования кастомизированного подхода к образовательным услугам создавать профессиональные компетенции, способствующие росту конкурентоспособности и дающие больше возможностей для карьерного роста.

1. Барановская, М. С. Искусство жить в мире с самим собой, с другими, с природой : цикл классических часов для старшеклассников / М. С. Барановская, Е. И. Лугавцова, О. М. Савчик. – Минск : Новое знание, 2007. – С. 8–9.

2. Карниевич, Д. В. Сотрудничество и ненасилие в учебно-воспитательном процессе : основные подходы и принципы / Д. В. Карниевич, О. М. Савчик // Адукатор. – 2006. – № 1(7). – С. 44.

3. Тоффлер, Б. Э. Словарь маркетинговых терминов / Б. Э. Тоффлер, Дж. Имбер. – М. : ИНФРА-М, 2000. – С. 230.

4. Уорд, Майкл. 50 методик менеджмента : пер. с англ. / Майкл Уорд. – М. : Финансы и статистика, 2004. – С. 170.