

КАЧЕСТВО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ КАК ОДИН ИЗ ФАКТОРОВ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБРАЗА ВЫСШЕГО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ

О. В. Мартысевич¹, О. В. Сидоренко²

¹ *Белорусский государственный экономический университет*
Минск, Беларусь
E-mail: olivka.by@mail.ru

² *Академия управления при Президенте Республики Беларусь*
Минск, Беларусь
E-mail: olsidorenko@mail.ru

Приведены результаты научного исследования проблем адаптации образования к современным требованиям рынка труда и повышения конкурентоспособности образовательных услуг на основе управления качеством образовательных услуг и информационным образом учреждения образования. Разработана и представлена функциональная модель организованного управления качеством образовательных услуг и виртуальным информационным образом учреждения образования.

Ключевые слова: образовательная услуга, качество, информационный образ учреждения образования, управление, конкурентоспособность.

Современный этап развития общества характеризуется в первую очередь ориентацией на специализированные умения и высокий уровень профессионализма работника. Рынок труда предъявляет все более серьезные и даже жесткие требования к специалисту в вопросах полученного им образования. Однако до сих пор требования работодателя не находят должного отражения в качестве предоставляемой образовательной услуги (ОУ). В экономике образования наиболее распространенным остается административный способ регулирования, предполагающий ориентацию, главным образом, на требования Государственных стандартов Республики Беларусь и международных стандартов в сфере образования. Тогда как ориентация прежде на требования конечных потребителей (обучающегося и работодателя) ОУ, характеризующая рыночный механизм регулирования, дает потребителю возможность самостоятельно оценить общественную значимость той или иной ОУ. Именно в последнем случае можно говорить об адаптации образования (соответствии уровня качества подготовки и квалификации выпускников) современным требованиям рынка труда.

Это стимулирует появление и развитие инновационных идей модернизации образования соответственно положениям Болонского процесса [1], на котором в 2001 году качество образовательной услуги было признано фундаментальным принципом формирования ОУ и основным условием для доверия, совместимости и привлекательности в высшем образовании. В таких условиях значение создания прочной репутации учреждения образова-

ния (УО), как учреждения, предоставляющего, прежде всего, ОУ несомненно высокого качества, резко возрастает.

В настоящее время число УО, ориентированных на разработку пакета качественных ОУ, увеличивается. Однако среди них немного УО, которые целенаправленно и умело используют все те преимущества, которые вытекают из тщательно разработанного информационного образа (ИО), формирующего репутацию УО у широкого круга общественности. Под ИО организации понимается вся совокупность сведений, являющихся достоянием в равных правах широкого круга общественности и формирующих единый, целостный виртуальный информационный образ (ВИО) организации, отождествляемый в дальнейшем общественностью с реально существующим объектом (организацией), а также имеющий способность к дальнейшему самостоятельному существованию и развитию (стихийному или управляемому).

Экономика, основанная на знаниях, опирается на приоритетную значимость таких ресурсов производства, как интеллектуальный и информационно-коммуникационный ресурсы. Это, в свою очередь, предопределило выделение среди прочих факторов производства (земля, капитал, труд, предпринимательский талант) еще одного фактора – знания (и, более того, как обязательный его компонент – постоянное приращение нового знания). Не ставится под сомнение и значение таких факторов, как информация и коммуникация, в своем единстве слагающих информационно-коммуникационный ресурс [2–3] и формирующих ВИО всех без исключения хозяйствующих субъектов той или иной сферы деятельности (независимо от степени участия/ неучастия самих субъектов хозяйствования в данном процессе) [5–7].

УО есть хозяйствующий субъект. С точки зрения процессно-ориентированного подхода к управлению социально-экономическими системами [8], основными результатами (выходами) образовательного бизнес-процесса (ОБП) являются ОУ и ВИО УО. Конечными потребителями, в узком понимании, являются обучающийся (участник ОБП, включенный в процессы подготовки, переподготовки и повышения квалификации) и потенциальный работодатель (участник ОБП, заинтересованный в специалисте конкретной квалификации), а в широком смысле – общество и государство.

Обеспечение на основе ВИО УО постоянной двусторонней связи с конечным потребителем дает возможность отслеживать уровень его удовлетворенности качеством потребленной ОУ, а значит, формировать пакет предложений ОУ, адекватных требованиям внешней и внутренней сред, то есть способных удовлетворить рыночный спрос на ОУ.

В данном случае правомерно выделить несколько отдельных аспектов, определяющих проблемное поле такой сферы деятельности, как формирование ВИО УО как УО, предоставляющего качественную услугу:

- 1) качество образовательной услуги;
- 2) формирование ВИО УО: стихийное и управляемое.

Качественная ОУ – это услуга, прежде всего, удовлетворяющая потребности конечных потребителей (обучающегося, работодателя) и соответствующая стандартам Республики Беларусь и международным стандартам в сфере образования [9–13]. Понятие «качество образовательной услуги» является субъективно-объективным. Объективным, потому что оно должно иметь «врожденные качества», т. е. соответствовать нормативным требованиям. Субъективным, потому что должно максимально соответствовать ожиданиям и потребностям потребителей, т. е. обладать «приобретенным качеством».

Однако чаще всего качество ОУ рассматривается с точки зрения удовлетворения требований стандартов, но не с учетом требований конечных потребителей (внутренних и внешних) ОУ, возникающих на основе обусловленных и предполагаемых потребностей.

Обусловленные потребности формируются Государственными образовательными стандартами, устанавливающими минимальный уровень и объем содержания образования, которые УО должны обеспечить обучающимся.

Предполагаемые потребности отражают мнения, запросы и ожидания, социальный заказ потенциальных работодателей, заинтересованных в выпускниках УО, потребность обучаемых во внимании и реализации личного интеллектуального и творческого потенциалов. Предполагаемые потребности меняются со временем, испытывают влияние моды, зависят от материального положения и социального статуса потребителя. Поэтому необходим их постоянный мониторинг, приведение в соответствие спроса и предложения на рынке ОУ и своевременное отражение этих изменений в ВИО УО.

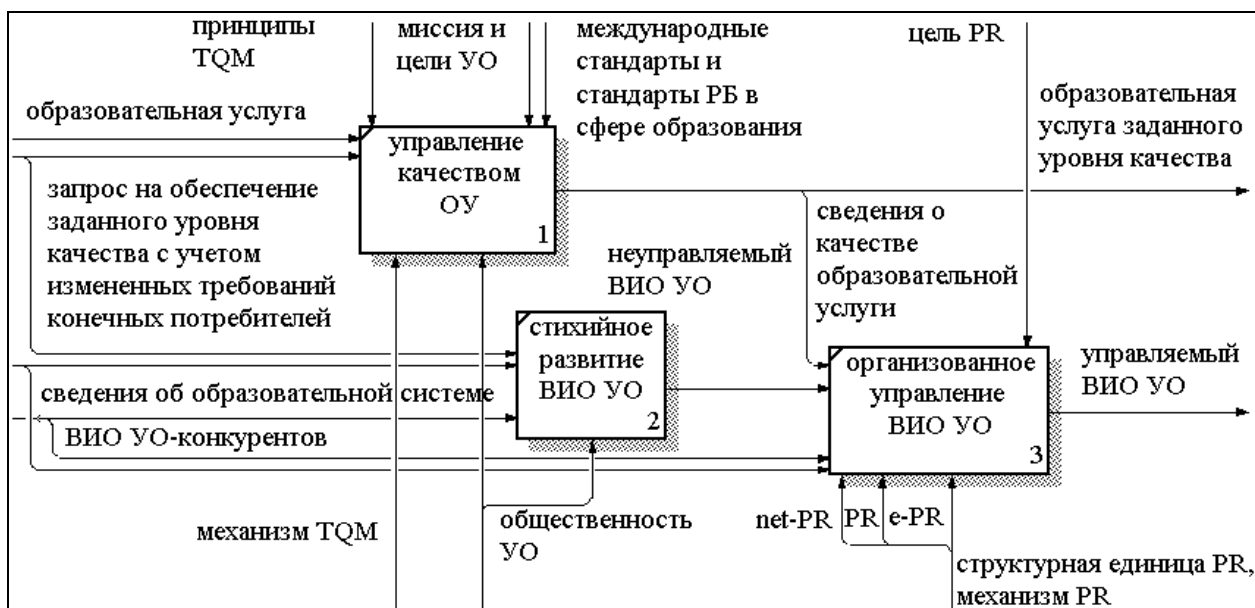
То есть качество ОУ формируется под воздействием внешней и внутренней сред. Внешняя среда проявляется во мнениях внешних и внутренне-внешних групп общественности УО (органы управления образованием, абитуриенты, родители абитуриентов, работодатели, СМИ, конкуренты, деловые партнеры, органы государственной власти, профессиональные ассоциации, фонды и грантодатели [12]), представители которых формулируют требования к организации ОБП исходя из необходимости в конкретных знаниях (теоретических знаниях, практических навыках и умениях), например, такие как квалификационные требования к выпускаемому специалисту. Внутренний потребитель (обучающиеся, родители обучающихся, выпускники, попечители, учредители, спонсоры [12]) испытывает необходимость постоянного удовлетворения конкретных потребностей, определенных не только воздействием внешней среды, но и личными амбициями.

Внутренние условия функционирования УО, определяющие особенности (психологические, педагогические, технологические и др.) протекания ОБП в конкретном УО, позволяют потребителям сделать выбор в пользу того или иного УО.

Обучающийся (студент, аспирант, магистрант, слушатель, в том числе собственный персонал в процессе повышения квалификации) имеет обусловленные потребности в приобретении знаний в строго определенной области, практических навыков и умений по конкретному профилю. Его предполагаемые потребности выражаются в последующей востребованности на рынке труда, карьерном росте, в возможности самореализации и творческом самовыражении.

Обусловленные потребности работодателя выражены необходимостью в специалистах с базовым уровнем знаний, то есть с необходимо-достаточным объемом теоретических знаний и практических навыков и умений в определенной предметной области для профессиональной деятельности. Предполагаемые потребности работодателя – в специалистах, подготовленных по конкретному профилю (квалификации) и с заданным уровнем компетентности (способностью и готовностью специалистов применять приобретенные знания и опыт для решения задач в социально-профессиональной сфере деятельности).

Удовлетворение предполагаемых потребностей возможно лишь в случае ориентации на установление долгосрочного сотрудничества потенциальных работодателей с УО. Причем данная заинтересованность должна быть двусторонней (как со стороны работодателя, так и со стороны УО). Реализация такого двустороннего взаимодействия осуществляется на основе ВИО УО. Однако, исходя из характерных особенностей ВИО, проявляющихся в способности к самостоятельному существованию вне поля УО и дальнейшему саморазвитию, требуются значительные усилия по поддержанию ВИО УО на должном качественном уровне. Дабы предотвратить стихийное развитие ВИО и во избежание его деформации из-за непроверенной, порою, заведомо ложной информации следует применять организованный подход к управлению качеством ОУ и ВИО УО, представленный в виде функциональной модели на рисунке.



Функциональная модель организованного управления ВАО УО и качеством ОУ, представленная в нотации IDEF0

Базовые ориентиры организованного подхода к управлению качеством ОУ и ВАО УО.

1. Основными результатами ОБП являются ОУ заданного уровня качества и управляемый ВАО УО.

Качество ОУ не ниже установленного стандартами уровня формируется с учетом миссии (удовлетворение потребности в образовании) и целей (повышение конкурентоспособности УО на рынке ОУ за счет обеспечения заданного, ожидаемого конечными потребителями, уровня качества) УО, принципов TQM (Total Quality Management), Государственных стандартов Республики Беларусь и международных стандартов в сфере образования.

Заданный уровень качества определяется на этапе анализа ОУ в процессе управления качеством (рис., блок 1) с учетом требований конечных потребителей к качеству ОУ.

2. ВАО формируется на основе совокупности всех сведений об УО.

Важно предотвратить стихийное развитие ВАО (рис., блок 2). Иначе необходимо блокировать результат данного развития – неуправляемый ВАО УО – контрмерами организованного управления (рис., блок 3). Таким образом, одним из выходов (результатов) ОБП будет управляемый ВАО УО. Это позволит свести риск деформации ВАО к допустимому минимуму.

Управляемый ВАО УО, в свою очередь, позволяет сформулировать четкое, адекватное представлениям всех групп общественности УО требование на обеспечение заданного уровня качества ОУ и тем самым повысить конкурентоспособность ОУ.

Управление ВАО УО происходит в рамках деятельности по связям с общественностью (PR, public relations) с учетом степени погружения ОБП в электронную (e-PR) и сетевую (net-PR) среды. Выбор подходящего механизма PR (PR, e-PR, net-PR) зависит от форм и способов создания и трансляции ВАО общественности и определяется на основании трех компонент: формы представления данных, способа коммуникации и уровня развития корпоративных коммуникаций (коммуникаций УО).

Результаты исследования в области качества ОУ, формирования ВИО УО и применения организованного управления качеством ОУ и ВИО УО частично приведены в заключительном отчете о НИР [14].

Таким образом, в условиях динамично развивающейся окружающей среды УО может существенно повысить свой конкурентный статус на основе комплексного подхода к адаптации собственных предложений ОУ требованиям рынка труда, основанного на комбинации мер по организованному управлению качеством ОУ и ВИО УО. Предложенный подход может быть использован в практике УО, действующих в сферах профессионально-технического, средне-специального, средне-технического и высшего образования, с учетом особенностей целевых аудиторий.

ЛИТЕРАТУРА

1. Bologna Process [Electronic resource] – The official website, 2007–2009. – Mode of access: <http://www.ond.vlaanderen.be/hogeronderwijs/bologna/>. – Date of access: 14.12.2007.
2. Орлова, Т. М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами : автореф. дис. ... д-ра экон. наук : 08.00.05 / Т. М. Орлова ; Рос. акад. гос. службы при Президенте РФ. – М. :, 2002. – 41 с.
3. Коммуникационный менеджмент / под ред. В. М. Шепеля. – М. : Гардарики, 2004. – 352 с.
4. Симионов, Ю. Ф. Информационный менеджмент / Ю. Ф. Симионов, В. В. Бормотов. – Ростов н/Д : Феникс, 2006. – 250 с.
5. Кастельс, М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / М. Кастельс ; пер. с англ. ; под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 608 с.
6. Почепцов, Г. Г. Теория коммуникации / Г. Г. Почепцов. – М. : Киев, 2001. – 651 с.
7. Тоффлер, Э. Третья волна / Э. Тоффлер ; пер. с англ. – М. : ООО «Издательство АСТ», 2004. – 781 с.
8. Репин, В. В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В. В. Репин, В. Г. Елиферов. – 3-е изд., испр. – М. : РИА «Стандарты и качество», 2005. – 408 с.
9. Система стандартов в сфере образования. Термины и определения: СТБ 22.0.4-2005. Введ. 20.03.05. – Минск : Белорусский национальный технический университет, 2005. – 8 с.
10. Система стандартов в сфере образования. Подсистема повышения квалификации и переподготовки кадров. Основные положения: СТБ 22.7.1-2001. Введ. 12.12.01. – Минск : Республиканский институт профессионального образования Министерства образования Республики Беларусь, 2001. – 24 с.
11. Система стандартов в сфере образования. Основные положения: СТБ 22.0.1-96. Введ. 01.09.96. – Минск : Белорусский государственный институт стандартизации и сертификации. – 9 с.
12. Менеджмент, маркетинг и экономика образования : учеб. пособие для сист. повыш. квалиф. и переподгот. пед. работ. / А. П. Егоршина [и др.] ; под ред. А. П. Егоршиной. – Н. Новгород : НИМБ, 2001. – 618 с.
13. Морозевич, А. Н. Система формирования качества: концептуальное представление / А. Н. Морозевич [и др.] // Белорусский экономический журнал. – 2004. – № 3. – С. 92–101.
14. Управление сетевым образовательным бизнес-процессом (теоретико-методологическое, методическое и инструментальное обеспечение): отчет о НИР (заключ.) / Белорусский государственный экономический университет ; рук. темы О. А. Сосновский. – Минск, 2007. – № 37-07 ФУ. – 116 с.