



## К вопросу о применении критериев оценки образовательных учреждений

**Аннотация.** Статья освещает результаты маркетингового исследования критериев деятельности высших учебных заведений на рынке образовательных услуг. Проведенное исследование показало, что одни и те же критерии, используемые при выборе высшего учебного заведения, имеют различные значения для опрошенных групп. Рассмотрена необходимость введения нового показателя для оценки эффективности вуза. Учебное заведение, проанализировав информацию, полученную от студентов и абитуриентов, получает данные для расширения деятельности и закрепления позиций вуза на рынке образовательных услуг.

**Ключевые слова:** высшее учебное заведение, критерии выбора вуза, респонденты, рейтинг вуза, показатели.

**Раздел:** (04) экономика.

Перед современным вузом стоит важнейшая задача обеспечения конкурентоспособности своих выпускников, поскольку усвоение будущим специалистом совокупности профессиональных знаний, умений и навыков уже не является достаточным условием для его трудоустройства. Первоочередным качеством, которым должно обладать любое высшее учебное заведение на сегодняшний день – способность сформировать у выпускника умение предложить себя на рынке труда. Повышение конкурентоспособности своих выпускников – это не только забота об их будущем, но и способ выживания для самих вузов. Таким образом, для обеспечения конкурентоспособности выпускника и вуза необходимо прибегнуть к маркетингу образовательных услуг.

Маркетинг сферы образования имеет существенную особенность, которая связана с спецификой образовательного продукта образовательными услугами. Данная специфика заключается не только в маркетинге услуг, но и в особенностях образовательной сферы, которая предъявляет жесткие требования к интеллектуальной составляющей научно-образовательной деятельности и интеллектуальному капиталу сотрудников, занятых в образовательной сфере деятельности.

В сфере образования на сегодняшний момент преобладает ресурсно-компетентный подход предполагающий управление по ключевым компетенциям, которые имеют следующие характеристики, представленные на рис. 1.

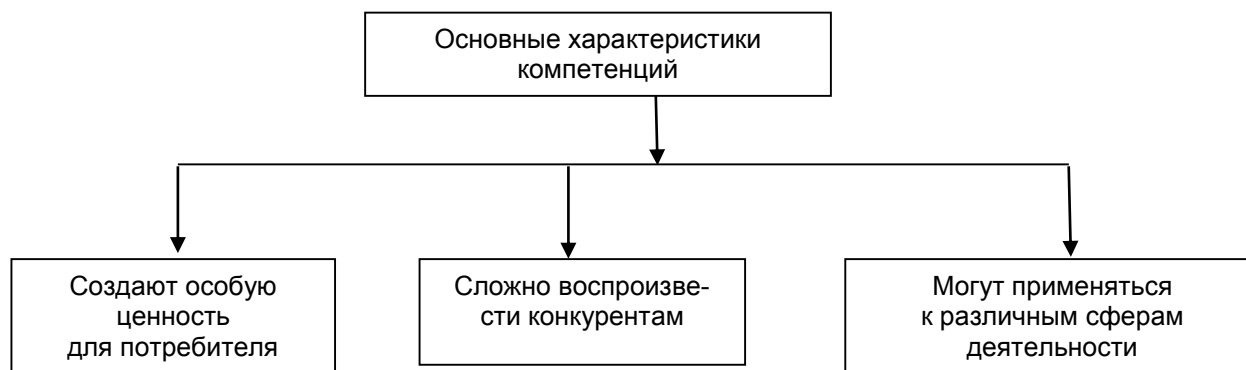


Рис. 1. Основные характеристики ключевых компетенций



Следовательно, потребности обучающихся в знаниях должны совпадать с возможностями вуза предоставить эти компетенции, причем на достаточно высокого качества.

Для определения особенностей поведения потребителей образовательных услуг учебному заведению необходимо провести исследование и узнать предпочтения потенциальных поступающих в вуз. Было проведено анкетирование по унифицированной форме для потенциального абитуриента среди выпускников одиннадцатых классов. В совокупности было опрошено 250 потенциальных абитуриентов. По результатам исследования были выявлены ключевые критерии при выборе вуза для поступления.

Данные анкетирования абитуриентов приведены на рис. 2.

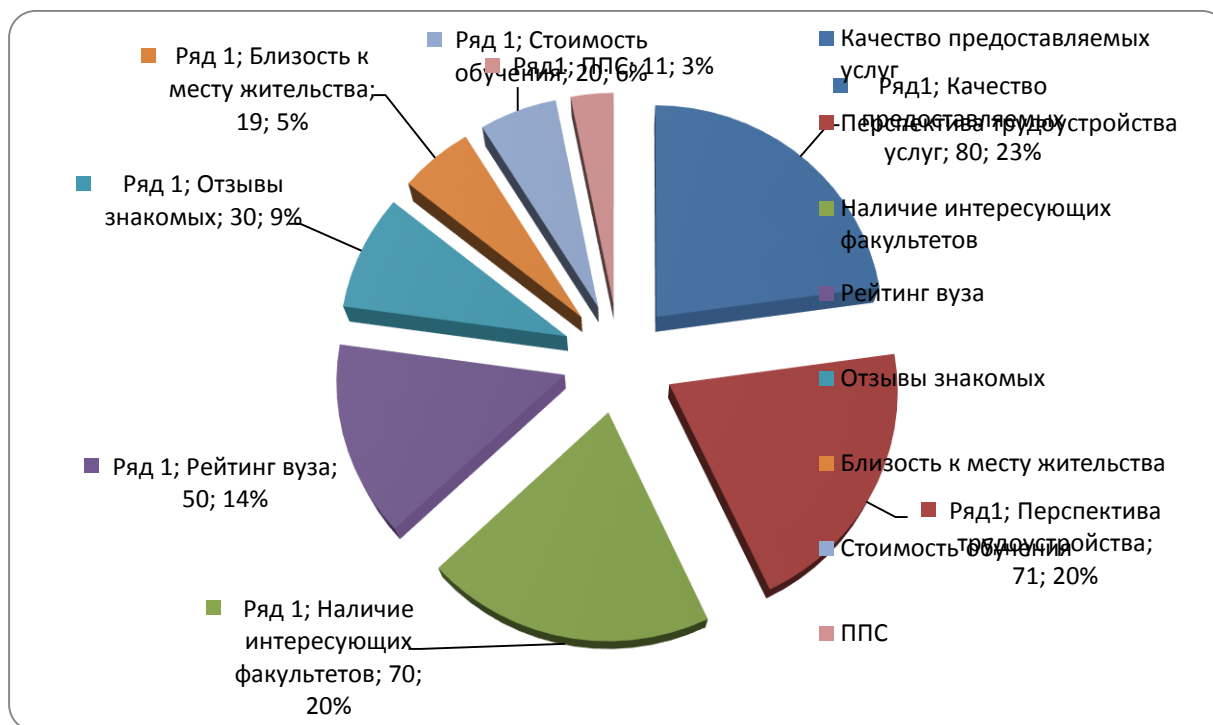


Рис. 2. Основные критерии при выборе вуза абитуриентами (%)

Большинство респондентов на первое место поставили качество образования, следующим показателем выступает перспектива трудоустройства, которая на сегодняшний момент подчиняется условиям рынка. При этом критерий наличия соответствующих специальностей (направлений) идет с небольшим отрывом в % соотношении к критерию трудоустройства, это связано с тем, что респонденты не желают получать не интересные для них специальности. Большая часть абитуриентов уже определились со специальностью (направлением) и целенаправленно выбирали факультет.

Меньшую долю составляют абитуриенты, которые «нашли себя» благодаря системе тестирования для определения потенциальной сферы применения имеющихся у выпускника способностей и склонностей, такие системы применяются в ряде гимназических школ города.

Заключительным критерием является рейтинг или известность вуза, хотя многие из абитуриентов не понимают этот показатель, потому, что еще не получали образовательную услугу данного рода, возможно поэтому данный критерий занимает последнюю позицию. Некоторые из абитуриентов недоверчиво относятся к рейтин-



гам, считая, что этот показатель не соответствует действительности, и больше доверяют отзывам знакомых или студентов.

Из этого можно сделать вывод, что недостаточная осведомленность нынешних абитуриентов зачастую является препомом при выборе учебного заведения. При этом студенты придерживаются стратегии вуз – факультет – направление, по определенным для него причинам он выбирает только этот вуз (престиж, близость к дому и др.), потом он выбирает факультет и только потом выбирает направление [Ладыга А. И., Вандрикова О. В. Теоретические аспекты организации и управления внутриорганизационным маркетингом образовательного учреждения высшего образования. 2014. № 7. С. 660–666].

Проанализировав полученные данные, можно сделать вывод, что критерии ценностей абитуриентов и студентов отличаются, поскольку мнение абитуриентов базируется на информации из интернета, на мероприятиях, проводимых в вузе, таких как день открытых дверей, от родителей и знакомых. В то время как студент погружившийся в внутреннюю среду вуза оценивает приведенные критерии иначе. Данные анкетирования студентов приведены на рис. 3.

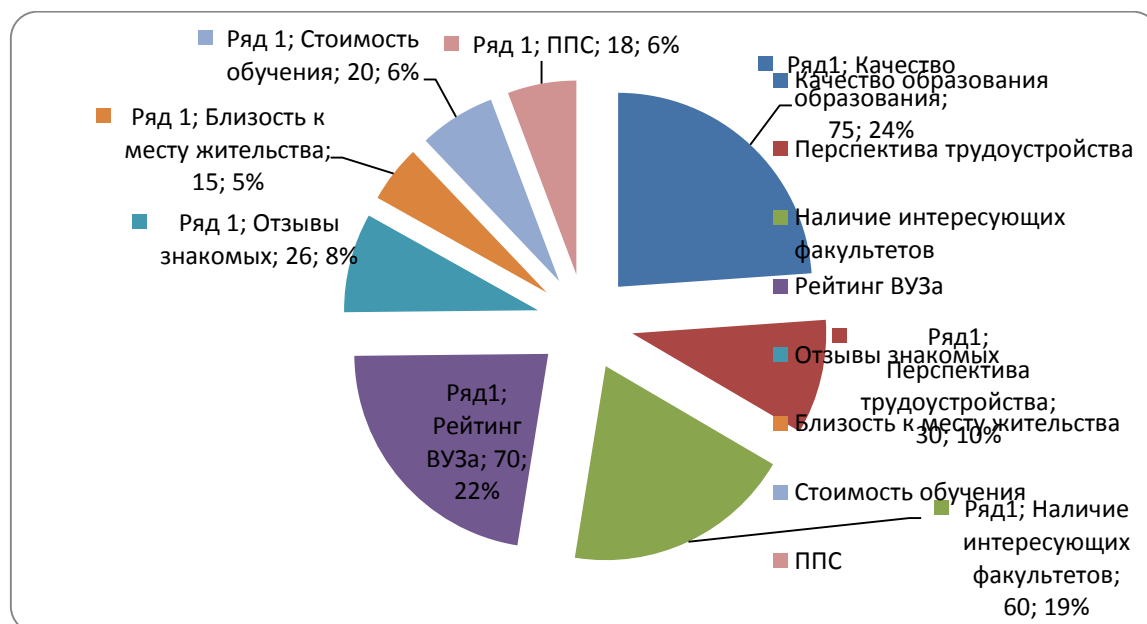


Рис. 3. Ключевые критерии для студентов (%)

При формировании рейтинга вуза большую роль играют маркетинговые коммуникации. Для поиска информации абитуриент в основном прибегает к услугам интернета, где и расположена информация о позиции вуза на рынке образовательных услуг. При этом официальные данные могут расходиться с мнением студентов и выпускников учебного заведения, но данный показатель пока не учитывается при составлении рейтингов. Хотя в планы Министерства образования для оценки эффективности деятельности вуза входит введение еще одного показателя удовлетворенности студентов условиями и результатами обучения.

Тогда к уже действующим показателям, среднему балу ЕГЭ, материально-технической базе добавиться показатель внутренней оценки самими студентами учебного заведения. В каком формате будет происходить данное голосование пока не



ясно, возможно так же проведение независимой оценки знаний студентов в рамках промежуточной аттестации.

На реализацию данной программы планируется 2 года и проходить она будет в 2 этапа. На первом этапе тестируется внутренняя система оценки научно-педагогических работников нескольких вузов. На втором этапе предполагается оценить удовлетворенность студентов условиями и результатами обучения на примере ведущих вузов России. После завершения этих этапов можно будет вынести окончательное решение, о том, как именно учитывать эти показатели при мониторинге вузов.

Данный подход применяется во многих странах, так, в Великобритании данные опроса студентов о качестве их обучения являются весьма значимыми, а в Швеции независимая организация проводит выборочную проверку дипломных работ, на основе которой вузу дается оценка. Данная практика формировалась в этих странах годами, прежде чем войти в систему показателей.

В отличие от нашей страны, на Западе к определению рейтинга высших учебных заведений подошли серьезно. И основное отличие в том, что их составители рейтинга – негосударственные организации и средства массовой информации (такие как Sunday Times в Великобритании и US News в США). Причём это право ещё нужно заслужить.

На Западе механизм определения качества образования отточен до мелочей. Роль проверяющего/оценивающего здесь выполняют независимые общественные организации. Они осуществляют мониторинг деятельности ВУЗов и составляют их рейтинги. Философия качества наработана европейским академическим сообществом и составляет профессиональный кодекс высших учебных заведений, которые обладают автономией и академическими свободами.

В России тоже ежегодно проводятся разнообразные опросы студентов по качеству образования, по их отношению к преподавателю и прочее, при этом нельзя говорить, что студенты четко и объективно могут дать оценку квалификации преподавателя или образовательной программе.

К тому же не стоит забывать, что учебные программы по одинаковым специальностям в каждом вузе различны, поскольку один вуз делает упор на базовые знания, а другой на практические. Получается, что для эффективной и правдивой оценки студенту необходим вводный курс о том, что такое учебные программы, какие элементы являются обязательными, а какие выборочными. Но данные нормативы не заложены в учебных планах, следовательно, учебным заведениям необходимо более широко освещать данного рода информацию, к примеру, на дне открытых дверей, чтобы абитуриенты смогли четко понять подходит им данный вуз, программа или нет.

Большое значение в методике расчета рейтинга МО придается профессорско-преподавательскому составу, но здесь не все так однозначно. 25% участников упомянутого опроса хотят, чтобы их обучали педагоги, которые имеют практический опыт работы по преподаваемой специальности. Четырнадцать же критериев МО просто перечисляют преподавателей с научными степенями, не учитывая того факта, что зачастую предмет преподает профессор, являющийся специалистом совсем в другой области знаний.

Повышает рейтинг вуза по критериям МО также большое количество студентов. Однако, согласно упомянутому опросу, большинство абитуриентов предпочитает учиться в небольших группах.

Не понятно, как улучшает образование критерий наличие иностранных студентов, если вуз сам принимает их по межправительственным соглашениям.



Неоднозначно значение критериев, характеризующих материально-техническую базу институтов. В крупных государственных вузах количественные показатели по современному оборудованию, помещениям, библиотечным фондам несомненно выше, чем в небольших коммерческих, но ведь они приходится на большее число студентов и не показывают процент использования их одним студентом. Очевидно, в рейтинге было бы целесообразно использовать ряд критериев в пересчете на одного студента.

Таким образом, на сегодняшний момент ключевые факторы формирующие рейтинг вуза представлены на рис. 4.

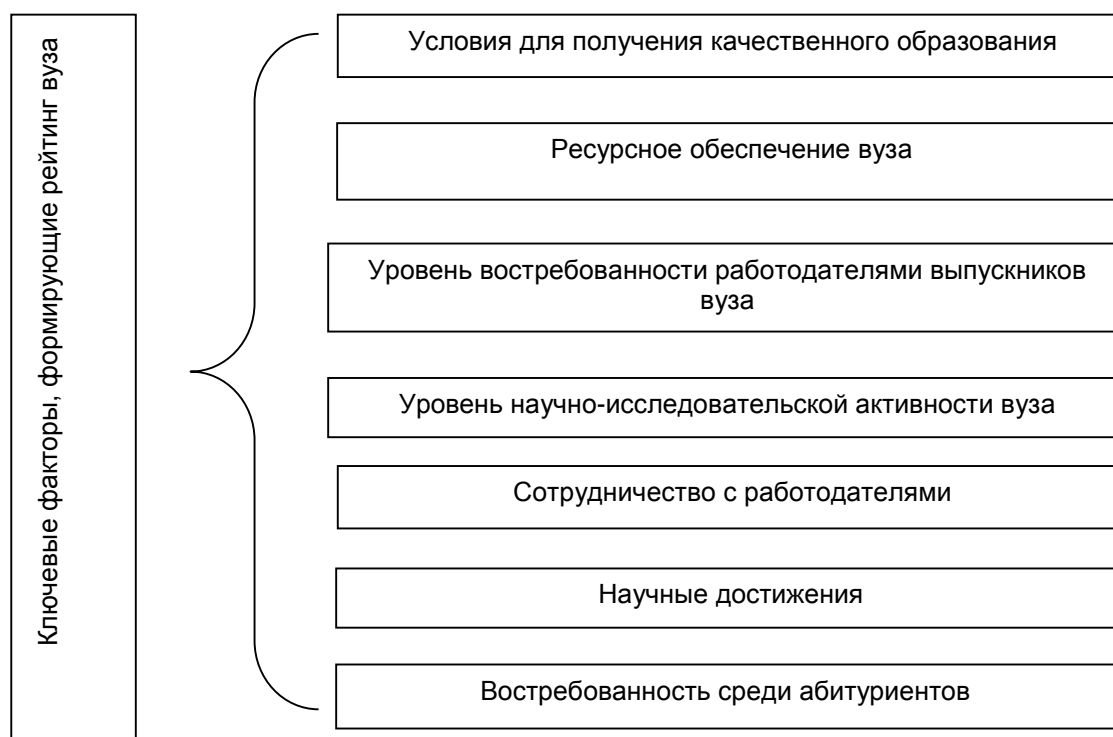


Рис. 4. Факторы, формирующие рейтинг вуза

Методика рейтинга регулярно обсуждается с преподавателями ведущих вузов Росси и дорабатывается с учетом их мнений, возможно в скором будущем некоторые факторы претерпят изменения или будут упрощены.

Чтобы решить проблему качества образования, по словам председателя российской общественной организации «Деловая Россия» Бориса Титова, необходимо оценить качество каждого вуза согласно тому, как они готовят специалистов, и насколько их выпускники востребованы на рынке труда. «Сейчас мы готовим такую методологию вместе с Высшей школой экономики и другими общественными организациями и надеемся создать рейтинг вузов, о котором говорилось в послании президента РФ», – подчеркнул он. Таким образом, проблему несостоятельности официального рейтинга высших учебных заведений заострили в общественных кругах

Конкуренция между вузами как государственными, так и коммерческими представляет собой вполне определенный рыночный механизм, частично определяющий результаты операционной деятельности вуза на выбранных рынках образовательных услуг и продуктов. Отказ от единых учебных планов и программ дисциплины, требований к обязательному минимуму содержания основных образовательных про-



ART 14824

УДК 378

грамм, дали свободу вузам в формировании новых образовательных программ, но с другой стороны привело к проблемным моментам, решение которых может занять продолжительное время.

**Oxana Vandrikova,**

*teacher, FGBOU VPO "Kuban State University", Tikhoretsk*

[azksen@mail.ru](mailto:azksen@mail.ru)

## **Market research of criteria of an assessment of educational institutions**

**Abstract.** The scientific article is devoted to the coverage results of the market research activities of higher education institutions in the market of educational services. The study showed that the same criteria used to select higher education institutions have different values for the surveyed groups. Considered the need to introduce a new measure for assessing the effectiveness of the institution. Educational institution after analyzing the information received from students and prospective students receive the data for the expansion and consolidation of positions of the University on the educational services market.

**Key words:** higher educational institution, the selection criteria of the University, respondents, ranking of University performance.

## **Рекомендовано к публикации:**

*Королук Е. В., доктором экономических наук, заведующей кафедрой экономики и менеджмента филиала ФГБОУ ВПО «Кубанский государственный университет» в Тихорецке, г. Тихорецк*



4 0



9 772304 120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142

11

120142