

### МОДУЛЬ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ УСИЛИВАЮЩЕЙСЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ

Данная статья посвящена разработке модуля оценки качества образовательной услуги на рынке образовательных услуг высшего образования в условиях усиливающейся конкурентной среды. Определена роль государства на образовательном рынке, проявляющаяся как со стороны предложения, так и со стороны спроса. Обосновано значение оценки качества образовательной услуги для эффективного функционирования рынка образовательных услуг высшего образования и его конструктивного взаимодействия с рынком труда. Представлены условия повышения конкурентоспособности вуза с точки зрения благополучателей и благоприобретателей в контексте таких категорий как имидж, репутация, престиж учебного заведения. Рассмотрение указанных аспектов деятельности рынка образовательных услуг высшего образования позволило автору разработать Модуль оценки качества образовательной услуги в условиях усиливающейся конкурентной среды, что привело к группированию критериев выбора того или иного учебного заведения благополучателями и благоприобретателями.

**Ключевые слова:** образовательные услуги, рынок образовательных услуг высшего образования, оценка качества образовательных услуг, человеческий капитал, конкурентоспособность, модуль оценки качества образовательных услуг, благополучатели, благоприобретатели.

L. R. Slepneva, E. A. Tsyrempilova

### MODULE OF EVALUATION OF THE QUALITY OF EDUCATIONAL SERVICES THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET OF HIGHER EDUCATION IN AN INCREASINGLY COMPETITIVE ENVIRONMENT

This article is devoted to the development module assessing the quality of educational services the educational services market of higher education in an increasingly competitive environment. Defined the role of the state in the education market, as manifested on the supply side and demand side. It justifies the importance of evaluating the quality of educational services for the effective functioning of the market of educational services of higher education and its constructive engagement with the labour market. The present conditions of increasing the competitiveness of the University from the point of view of the beneficiaries and blagopriyatny in the context of such categories as image, reputation, prestige of the institution. Consideration of these aspects of the educational services market of higher education has allowed the author to develop the Module for assessing the quality of educational services in an increasingly competitive environment that has led to the grouping criteria of choice of the educational institution beneficiaries and blagopriyatnye.

**Keywords:** educational services, market of educational services of higher education, evaluation of educational services quality, human capital, competitiveness, module assessing the quality of educational services, beneficiaries, blagopriyatno.

Высшее образование сегодня представляет собой динамично развивающуюся часть российской экономики. Поскольку трансформация всей экономической системы в России привнесла элементы рыночных отношений и в сферу высшего образования, оказалось, что чем больше в этой сфере появляется новых видов услуг и учебных заведений разных форм собственности и организации, тем выше конкуренция, тем чаще возникает проблема оценки качества предоставляемых услуг.

При этом тенденции последних лет свидетельствуют об усилении государственного регулирования на рынке образовательных услуг, чему способствует существующая система лицензирования и аккредитации образовательных учреждений, унифицирующая и стандартизирующая образовательные программы. Кроме того, государственные федеральные программы поддержки высшего образования позволяют вузам выигрывать конкурсы и гранты, благодаря чему последние получают возможность повысить свой рейтинг, укрепить материальную базу и, как следствие, увеличить контингент студентов.

Доминирующее регулирование государства на образовательном рынке проявляется как со стороны предложения, когда государство выступает основным производителем образовательных услуг, так и со стороны спроса, когда государство выступает основным плательщиком за образовательные услуги. Кроме того, государство выполняет традиционные функции — это правовая защита рыночных субъектов (прежде всего, его потребителей) от монополизма, от недобросовестности в бизнесе, рекламе; обеспечение качества товаров; ведение статистики; содействие проведению масштабных рыночных исследований.

Государство вынуждено финансировать образовательную отрасль, так как за счёт инвестиций в образование и подготовку рабочей силы формируется человеческий капитал, один из основных факторов успешного развития экономики [3].

Эту же мысль поддерживает Н. Г. Багаутдинова [1, с. 11], считая, что в настоящее время решающая роль в реализации нового качества макроэкономической динамики принадлежит инвестициям в человеческий капитал, которые осуществляются с использованием институтов социальной сферы, прежде всего, институтов рынка образовательных услуг, и обеспечивают до 60–70 % прироста ВВП развитых стран. Сфера образования обеспечивает одновременно преемственность и революционные изменения в социально-экономическом развитии, решает стратегические задачи кадрового обеспечения процесса продуцирования и освоения инноваций, вооружает экономических агентов методами принятия и реализации действенных решений в условиях неопределенности рыночных отношений, тем самым определяет конкурентоспособность государства в мировом экономическом пространстве и обуславливает приоритеты его долгосрочной политики.

Состояние рынка образовательных услуг напрямую зависит от положения дел в обществе — его экономической и социальной сферы, духовной и политической жизни. Ограничение возможностей общества в развитии рынка образовательных услуг ведет к снижению качества человеческого капитала [3, с. 120].

Следовательно, оценка качества образовательной услуги и эффективности функционирования рынка образовательных услуг приобретают ключевое значение, как для субъектов самого рынка образовательных услуг, так и для субъектов рынка труда.

Оценка эффективности образовательных услуг — залог успешного функционирования высшего учебного заведения на рынке и повышения его конкурентоспособности, о чем говорилось выше.

Конкурентоспособность образовательного учреждения определяется, в том числе, и ее ценностью в глазах потребителя. У вузов основным потребителем является абитуриент, выбирающий «площадку» для прохождения обучения. Каждый вуз жизненно заинтересован в том, чтобы обеспечивать непрерывный поток абитуриентов (благополучателей), отбирать из них лучших и выпускать высококачественный «продукт» — специалистов, успехи которых косвенно «работают» на имидж альма-матер. Заботиться о конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг — значит, управлять всеми основными элементами его деятельности.

Еще одной категорией потребителей в контексте рассмотрения конкурентоспособности вуза являются работодатели (благоприобретатели), для которых репутация, престиж, имидж учебного заведения выступают первостепенными критериями отбора при найме на работу выпускников.

В этой связи нами был составлен Модуль оценки качества образовательной услуги, объединяющий критерии выбора учебного заведения благополучателями и благоприобретателями (рис. 1).

Следует пояснить, что фактор репутации и престижности вуза и профессии, выделяемый в качестве основного критерия выбора, является во многом интегральным, обобщающим другие критерии и на который могут влиять все перечисленные параметры. Репутация и престижность вуза складываются из многих перечисленных критериев, таких как качественное обучение, наличие квалифицированных преподавателей и эффективный контракт, большой контингент учащихся, гарантированное трудоустройство и т. д. Вместе с тем репутация вуза может также зависеть от успешности взаимодействия вуза с органами власти, СМИ, работодателями, объема финансирования и т. д. Кроме того, репутация и престижность вуза имеют временной лаг. Престижность профессии в основном зависит от того, насколько она может обеспечить высокооплачиваемую работу, отсутствие трудностей с приемом на работу и общественным мнением, связанным с этой профессией.

Необходимость повышения конкурентоспособности применительно к вузу вытекает из новых социально-экономических реалий (включающих в себя появление и развитие сектора негосударственных высших учебных заведений), вхождения нашей страны в мировое образовательное пространство. Соответственно, меняется содержание понятия «конкурентоспособность вуза».

Вопрос о сравнительных преимуществах одних вузов перед другими по качеству и цене предоставляемых услуг, об их имиджевых, финансовых и других параметрах долгое время вообще не ставился. Между тем сама по себе способность оказывать образовательные услуги не означает, что вуз в состоянии противостоять реальным конкурентам, а его учебные программы

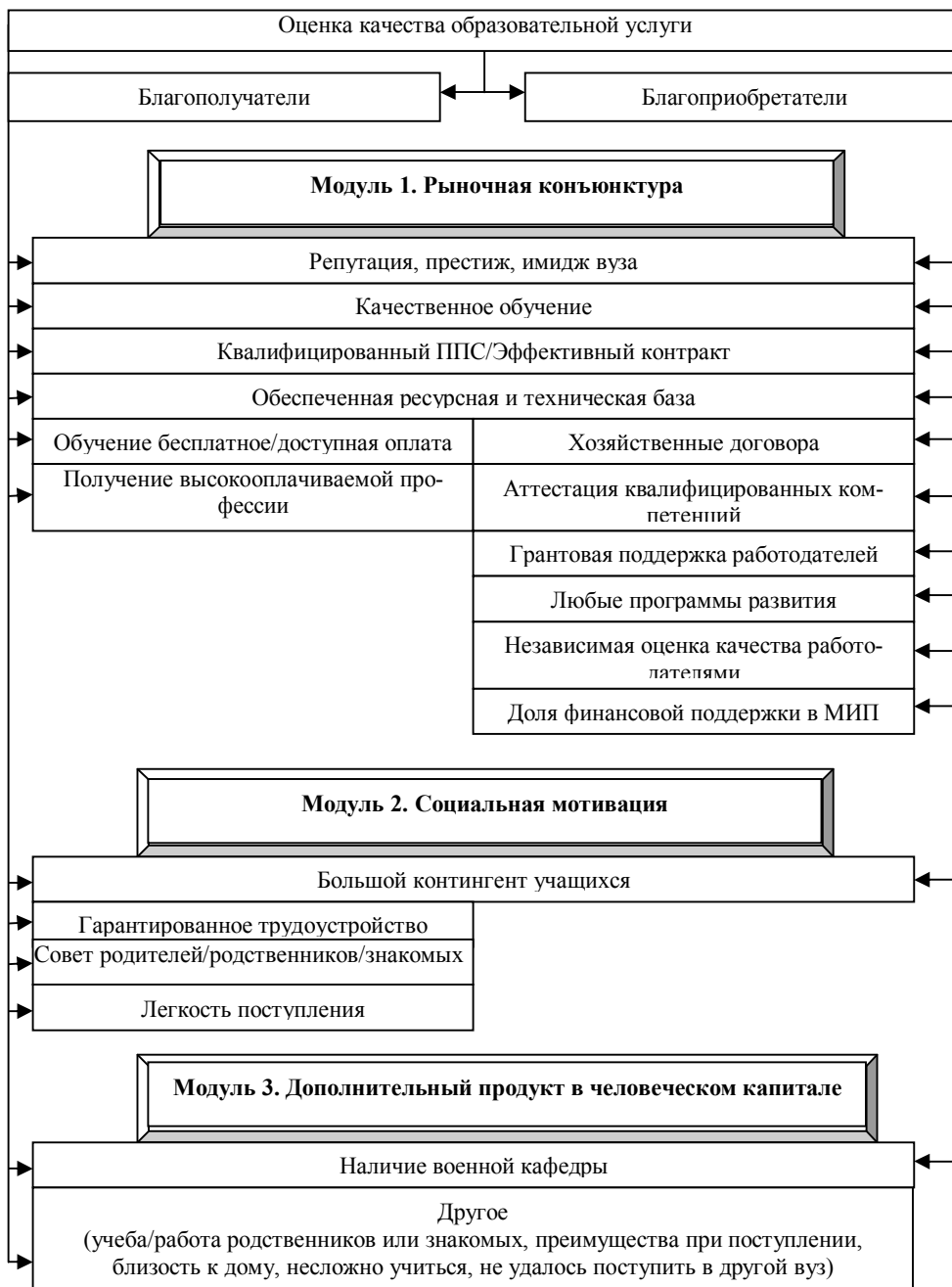


Рис. 1. Модуль оценки качества образовательной услуги благополучателями и благоприобретателями

лучше, чем у них. По мере развития рыночных отношений в работе вузов и, соответственно, в определении их конкурентоспособности приоритеты смещаются от удовлетворения общественных интересов к удовлетворению интересов личности [2, с. 80]. Так, в Федеральном законе «Об образовании в Российской Федерации» (ст. 69) закреплено, что одной из основных задач высшего образования является обеспечение подготовки высококвалифицированных кадров по всем основным направлениям общественно полезной деятельности в соответствии с потребностями общества и государства, удовлетворение потребностей личности в интеллектуальном, культурном и нравственном развитии, углублении и расширении образования.

Таким образом, разработка Модуля оценки качества образовательной услуги благополучателями и благоприобретателями позволила сгруппировать критерии выбора того или иного учебного заведения и выяснить, что репутация и имидж вуза является приоритетным интегральным критерием для всех категорий потребителей образовательной услуги в условиях усиливающейся конкурентной среды.

Определение конкурентоспособности образовательных учреждений, эффективное функционирование рынка высшего образования, оказание качественных образовательных услуг позволят максимально оптимизировать и ускорить переход страны от сырьевой экономики к экономике инновационной, что имеет фундаментальное значение для современного этапа развития рынка, образования и процессов мировой глобализации, где знания выступают капиталом и движущей силой развития страны и мира в целом, а высшие учебные заведения — полноправные структурные звенья всех названных систем.

#### **Литература**

1. Багаутдинова Н. Г. Менеджмент качества образовательных услуг: от кафедры к вузу // Российское предпринимательство. 2010. № 10(1). С. 10–16.
2. Мохначев С. Вуз: составляющие конкурентоспособности // Человек и труд. 2007. № 11. С. 79–81.
3. Сиротина М. А. Управление формированием имиджа вуза и продажами образовательных услуг // Менеджмент в России и за рубежом. 2009. № 5. С. 116–122.

*Слепнева Людмила Романовна*, доктор экономических наук, профессор, Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, 670013, г. Улан-Удэ, ул. Ключевская, 40в, E-mail: slluro@mail.ru

*Цыремпилова Екатерина Андреевна*, соискатель, Восточно-Сибирский государственный университет технологий и управления, 670013, г. Улан-Удэ, ул. Ключевская, 40в, e-mail: ekabr2000@mail.ru

*Slepneva Lyudmila Romanova*, Doctor of Economic Sciences, Professor, East-Siberian State University of Technology and Management, 40v Klyuchevskaya st., Ulan-Ude, 670013 Russia

*Tsyrempilova Ekaterina Andreyevna*, Applicant, East-Siberian State University of Technology and Management, 40v Klyuchevskaya st., Ulan-Ude, 670013 Russia