лучше знаешь – легче жить

инновационные принципы управления образовательным процессом в региональном университетском комплексе

Менеджмент в сфере образования должен исходить из многообразия предоставляемых образовательных услуг и, одновременно, из условий особенностей рыночных отношений при их потреблении. Это определяется спецификой диверсифицированного, т.е. все более разнообразного производства этого вида услуг, широта ассортимента которых формируется, прежде всего, за счёт различий в их содержании: по типу услуг (воспитательные, образовательные, научные); по профилю подготовки; степени фундаментальности; прикладной направленности и т.п. Их формируют и такие критерии различий, как ступени образования, наличие или отсутствие определённых требований к психофизиологическим особенностям обучающегося, состоянию его здоровья.

Соловьев В.Н.
заведующий кафедрой «Экономика и управление предприятиями сервиса», докт. экон. наук, профессор

Гаврильчак И.Н.
заведующий кафедрой «Управление предпринимательской деятельностью», докт. экон. наук, профессор
Санкт-Петербургский университет сервиса и экономики

Сущность комплексного подхода к управлению образовательным учреждением определяется, прежде всего, структурой этих отношений, их функциями и характером действий на рынке образовательных услуг, а также объектами маркетинга, его целевой ориентацией и проблемным содержанием. Их рассмотрение даёт возможность более чётко очертить предмет менеджмента, охарактеризовать основные принципы и возможности их реализации.

В состав участников рыночных отношений субъектов маркетинга в образовании входят как производители образовательных услуг, так и их потребители (отдельные личности и предприятия, организации), а также широкий круг пос-

редников (служба занятости, биржи труда, органы регистрации, лицензирования, различные ассоциации образовательных учреждений, рекламные агентства).

Типология образовательных услуг может быть структурирована на основе такого критерия, как форма оказания этих услуг. Среди них можно выделить:

- длительность и периодичность оказания услуг (продолжительность учёбы, режим занятий);
- степень контакта с преподавателем и мера самостоятельности в приобретении и освоении новых знаний, т.е. степень «отрыва от производства»: очное, заочное, очно-заочное, экстернат;
- место оказания услуг (по месту жительства, по месту работы, в региональном или межрегиональном учебном заведении, за рубежом и т.п.).

Такое разнообразие услуг, широта их классификации, несомненно, должны учитываться при формировании стратегии образовательного комплекса, стратегический подход к управлению которыми нельзя использовать, не учитывая специфику образования, многие принципиальные особенности этой категории услуг.

С точки зрения маркетинга, в функции образовательных учреждений входит формирование предложения, производство (оказание) и продвижение образовательных и сопутствующих им (дополнительных) услуг. Эта наиболее активная часть субъектов маркетинга.

Особая роль среди субъектов маркетинга образовательных услуг принадлежит личности обучаемого (учащегося). Это не просто материальный носитель образовательных услуг и их пользователь в процессе труда, но и единственный конечный потребитель, который отличается тем, что, использует образовательный потенциал не только для будущего зарабатывания средств существования, но и для создания разнообразных благ и, одновременно, прямого удовлетворения своих познавательных потребностей. Это и главное лицо в рыночном выборе, которое, в то же время, является единственным непрофессиональным и наименее информиро-

ванным субъектом маркетинга образовательных услуг.

Другие потребители образовательных услуг, к которым относятся предприятия, выступают как их *промежуточные потребители*. Однако именно они формируют организованный спрос на услуги и предъявляют его на рынке.

особая роль среди субъектов маркетинга образовательных услуг принадлежит личности обучаемого (учащегося)

Посреднические структуры на рынке образовательных услуг содействуют их эффективному продвижению на рынке и выполняют такие функции как: *информирование, консультирование, участие в аккредитации, организации сбыта образовательных услуг, ресурсная поддержка образования и др.*

В целом, *менеджмент образования* – это совокупность управления в части стратегии и тактики рыночных отношений, взаимодействий потребителей, посредников и производителей образовательных услуг в условиях регионального рынка, а также свободный выбор приоритетов и действий с различных сторон, ведущих к наиболее эффективному удовлетворению потребностей:

- *личности* – в образовании и получении профессии;
- *учебного заведения* – в развитии и обеспечении его жизнедеятельности, благосостояния сотрудников;
- *предприятий и организаций* – в росте кадрового потенциала;
- *общества* – в расширенном воспроизводстве совокупного интеллектуального потенциала.

Сложность менеджмента образования состоит в том, как увязать в единый процесс обучающие и экономические цели образовательного учреждения, его внутреннюю среду, реальные возможности (образовательные, интеллектуальные, материальные, финансовые) с внешней средой, с требованиями рынка и отдельных потребителей.

В теории менеджмента эту задачу решает *мультипликативный подход,* который в укрупнённом плане представляет собой выстроенную замкнутую модель, содержащую:

1. Ситуационный анализ информации и маркетинговые исследования рынка.
2. Аналитический синтез или определение целей менеджмента.
3. Выбор стратегии развития или стратегическое управление.
4. Реализация стратегии или оперативное управление.
5. Контроль и сравнение результатов.

Современные методы и принципы управления качеством подготовки специалистов базируются на том, что образование рассматривается как один из решающих факторов формирования интеллектуальных ресурсов общества, обеспечения высокого уровня качества производительных сил.

Сегодня рынок труда предъявляет все более жесткие требования к квалификации выпускника, к авторитету высшего учебного заведения, диплом которого предъявляет выпускник потенциальному работодателю. В связи с этим при рассмотрении вопросов современного функционирования и развития системы непрерывного профессионального образования в ряд центральных все больше выдвигаются *проблемы качества образования, управления качеством* в региональных университетских комплексах.

Главной сегодня является задача повышения престижности университета как на региональном, так и на федеральном уровнях, то есть создания таких условий его «жизнедеятельности», которые гарантируют высокое качество образования.

сложность менеджмента образования состоит в том, как увязать в единый процесс образовательные и экономические цели образовательного учреждения

На необходимость решения этой проблемы нацеливает и содержание приказа МО РФ № 864 от 12.11.99. «О комплексной оценке деятельности высшего учебного заведения», где впервые введен показатель государственной аккредитации «Внутривузовский механизм гарантии качества образования».

Поэтому в последние годы в образовательных учреждениях высшей школы все

чаще стали использоваться методы управления на основе качества, стандарты в области качества Международной организации по стандартизации.

Литература

1. 1.Всемирная декларация о высшем образовании для XXIвека: подходы и практические меры (EO-98/CONE 202/3, Париж, 1998) // Дистационное образование №4, №5.-М., 1999.
2. Келс Г.Р. Процесс самооценки. Руководство по самооценке для высшего образования /Пер. с англ. в сокр. О. Букиной. – М.: ООО «Издательский центр научных и учебных программ», 1999.
3. Шишков Г.М., Шелапутина С.В. Менеджмент качества в ВУЗе. – М.: Электронный журнал «Проблемы качества в сфере образования» (http://tqm.stankin.ru), №2, 2001.
4. Никитин С.И., Овчаренко Л.В. Эффективность функционирования деятельности ВУЗа в условиях реформирования образования в России. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, 2003.
5. Овчаренко Л.В., Соловьев В.Н. Инвестиционное обеспечение функционирования высшего учебного заведения России. – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного университета сервиса и экономики, 2004.
6. Гаврильчак И.Н., Никитин С.И. Качество подготовки студентов экономических специальностей и непрерывное математическое образование: Материалы XII Международной конференции «Современное образование: содержание, технологии, качество». – СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского государственного электротехнического университета ЛЭТИ им. В.И. Ульянова (Ленина), 2006.
7. Гаврильчак Н.И., Никитина А.С. Многофакторный подход в управлении качеством образовательного процесса. // Российское предпринимательство, 2006, №6.