

# Политические процессы и практики

**БОРИСОВА Ирина Игоревна** –

к.э.н., доцент, руководитель центра качества образования Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И.Лобачевского  
sco4@unn.ru

**ЛИВАНОВА Елена Юрьевна** –

к.э.н., доцент кафедры мировой экономики и бизнеса экономического факультета Национального исследовательского Нижегородского государственного университета им. Н.И. Лобачевского.  
elli1@bk.ru

## МОНИТОРИНГ КАК ИНСТРУМЕНТ ГАРАНТИИ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И ОБЕСПЕЧЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗА

В статье рассматривается современное состояние системы высшего образования в рамках мирового рынка труда. Показана взаимосвязь управления качеством вузов с конкуренцией на российском рынке образовательных услуг и роль мониторинга как инструмента системы менеджмента качества образования. Обсуждаются особенности взаимодействия вузов с потребителями образовательных услуг и учета их потребностей. Обосновывается целесообразность проведения внутренней экспертизы образовательных программ вуза посредством анкетирования. Обобщены результаты анкетирования студентов в области оценки качества образовательного процесса, выявлены ценностные ориентиры студентов.

**Ключевые слова:** анкетирование студентов; мониторинг; система менеджмента качества вуза; рынок образовательных услуг; экспертиза качества образования.

*The today's state of the higher education system within the global labour market is considered in the article. Interconnection of management by universities' quality with competitiveness on the Russian education market and the role of monitoring as an instrument of the education quality management are shown. Peculiarities of interaction between universities and education services consumers and their needs are discussed. The feasibility of conducting an internal examination of higher school educational programs through questionnaires is substantiated. The results of the survey of students in the field of evaluating the quality of the educational process are summarized; values of students are revealed.*

**Keywords:** students' survey; monitoring; university quality management system; educational services market; education quality review.

Основным признаком формирующегося мирового образовательного рынка является высокий уровень конкуренции. Позиции страны на глобальном рынке труда и международном рынке инновационных технологий во многом зависят от эффективности образовательной системы, а высшее образование постепенно превращается в один из ведущих элементов геополитики и экономической стратегии государства.

Вхождение России в Болонский процесс предоставляет новые возможности для продвижения российского образования на международной арене. Демографический спад, который характерен не только для России, но и для Западной Европы, уже в ближайшей перспективе приведет к острой конкуренции за студентов высших учебных заведений как на международном, так и на национальном уровне. Контингенты обучающихся в высших учебных заведениях формируются в зависимости от конкрет-

ной демографической ситуации. Снижение числа выпускников общеобразовательных школ, а следовательно и абитуриентов вузов, начавшееся в 2002 г., будет наблюдаться до 2015 г., что является результатом демографического спада в РФ. К 2015 г. в российских вузах останется около 4,5 млн студентов (против 7,5 млн в 2009 г.). Во время приемной кампании 2011–2013 гг. часть вузов уже испытывали недостаток абитуриентов, причем поступающих как на внебюджетную, так и на бюджетную форму обучения [Резник, Пономаренко 2012: 87–88].

Число обучающихся студентов является базой для формирования состава профессорско-преподавательских кадров, что также делает необходимым исследование тенденций на рынке образовательных услуг и разработку стратегии развития вузов на ближайшую перспективу. Инструментами в подобной конкурентной борьбе становятся эффек-

тивность управления образовательным процессом, качество высшего образования, гибкость образовательных программ, возможность для студента войти в международные сети непрерывного образования [Белых 2006: 47-48].

Большое значение для реализации большинства направлений модернизации образования имеет принятая Министерством образования и науки РФ в 2010 г. Стратегия Российской Федерации в области развития образования на период до 2015 года, в которой обозначены основные проблемы развития системы образования в России, в частности усиливающийся разрыв между содержанием образования, образовательными технологиями и всей инфраструктурой образовательной сферы, уровнем кадрового потенциала системы образования и потребностями новой экономики. Для обеспечения эффективности механизмов предоставления качественного образования и его доступности необходима структурная перестройка системы российских вузов, направленная на более эффективное взаимодействие образования и рынка труда.

Вопросы управления качеством вузов также напрямую связаны с обострением конкуренции на российском рынке образовательных услуг. Система менеджмента качества (СМК) является частью системы менеджмента вуза и должна быть нацелена на получение результатов в соответствии с реализацией процессов достижения целей в области качества, направленных на удовлетворение потребностей, ожиданий и требований заинтересованных сторон. Важным аспектом обеспечения качества образования является уровень удовлетворенности различных групп потребителей вуза качеством предоставления образовательных услуг [Ильин 2007: 61-63].

Так, стандарт ИСО 9000:2005 прямо указывает на необходимость достижения удовлетворенности лиц, заинтересованных в успехе организации, «владельцев, работников организации, поставщиков, банкиров, профсоюзов», как на задачу менеджеров и системы менеджмента любой организации. Это положение конкретизируется в Руководстве по концепции и применению процессного подхода к системам менеджмента, 544R3: п. 5.1.1: «Организация должна идентифицировать своих потребителей и другие заинтересованные стороны, а также их требования,

потребности и ожидания» [Спиридонова, Хомутова 2012: 91-92].

В ряду частных проблем российского образования обозначено отставание системы образования от требований социально-экономического развития, выраженное в отсутствии адекватной реакции профессионального образования на потребности рынка труда. Согласно данным Минобрнауки, более четверти выпускников высшего профессионального образования не трудоустраиваются по полученной в учебном заведении специальности.

Вузы России действительно находятся в сложной ситуации, обусловленной формированием рыночной экономики и гражданского общества. Инновационные изменения последних лет повлекли за собой перемены в характере взаимоотношений между высшими учебными заведениями, предприятиями и организациями различных форм собственности в вопросах подготовки специалистов. Ликвидация системы государственного распределения выпускников вузов привела к серьезным социальным проблемам, связанным с угрозой безработицы для молодых специалистов – выпускников вузов. В результате значительное число выпускников, в т.ч. окончивших вуз по престижным сегодня экономическим и юридическим специальностям, остаются невостребованными, т.е. государственные вложения в образование используются нерационально.

Следовательно, необходимы серьезные научные исследования проблем, связанных с «синтезом» высшего образования и рынка труда как на уровне государства, так и на уровне регионов и отдельных вузов. Ведомства, занимаясь исследованиями рынка занятости в масштабах государства, должны определять приоритетные направления развития высшего образования, потребности в специалистах различных категорий, обосновывать необходимость введения новых учебных дисциплин в образовательные стандарты специальностей. В то же время каждому конкретному вузу необходимо прогнозировать спрос на специалистов того или иного профиля как в краткосрочном, так и в долгосрочном плане и отвечать на него изменениями в учебных планах и программах.

Таким образом, определение, понимание и предвидение потребностей и ожиданий потребителей и заинтере-

сованных сторон является ключевым фактором успеха любого вуза. Система менеджмента качества, в свою очередь, должна постоянно реагировать на изменение баланса интересов всех заинтересованных сторон. Для этого необходимо активное взаимодействие с потребителями в целях обсуждения и удовлетворения их потребностей и ожиданий, использование регулярных обследований и других форм сбора структурированной информации, а также данных, получаемых в ходе повседневных контактов с потребителями с целью определения и повышения уровня их удовлетворенности. Улучшение системы менеджмента качества требует осуществления постоянного наблюдения за процессами в вузе и измерения его результативности через внедрение методики исследования внутренних и внешних потребителей.

В качестве потребителей и заинтересованных сторон результатов образовательного процесса выступают: студенты; родители или работодатель (в случае целевого приема); промышленные предприятия, фирмы, бизнес-сообщество; профессорско-преподавательский состав; правительственный или регулирующий орган, орган аккредитации и т.п.; предприниматели или правительственные агентства, получающие консалтинговые услуги и (или) использующие исследовательские разработки, сделанные профессорско-преподавательским составом; государство и общество в целом [Спиридонова, Хомутова 2012: 91-92].

В настоящее время вузы работают одновременно на двух рынках – образовательных услуг и труда. Особенностью современного образовательного рынка является то, что вуз (в отличие от любого другого субъекта рыночных отношений) получает денежные средства за оказываемые образовательные услуги от промежуточного потребителя – студентов (абитуриентов), в то время как конечные потребители – фирмы и предприятия – оказываются освобожденными от оплаты готового продукта – молодого специалиста. Деятельность вуза оказывается направленной на промежуточное звено в лице студентов (абитуриентов) и их родителей, у которых есть свои ожидания от системы образования, т.е. определенные образовательные потребности.

Чтобы сбалансировать спрос и предло-

жение на рынке образовательных услуг, необходимо знать, каких специалистов и в каком количестве нужно готовить сегодня и в перспективе, какими профессиональными знаниями и навыками они должны обладать, чтобы быть способными к трудовой деятельности на предприятиях [Самсонова 2009: 7-16].

Идея предпринимательского университета, сформулированная в конце XX в., отражает умонастроение ученых и преподавателей, студентов и аспирантов. В предпринимательском университете сотрудники и студенты не только приобретают новые знания, но и думают о применимости и пользе этих знаний. Если общество и государство считают полезным развитие тех или иных направлений фундаментальной науки, то общественные и государственные фонды выделяют на конкурсной основе финансирование для их развития. Важнейшим же направлением деятельности предпринимательски настроенных сотрудников университетов является трансфер знаний во всех его проявлениях: от трансфера технологий до всевозможных форм тренинга и консультаций, направленных на решение рыночных задач потребителя [Грудзинский и др. 2012: 57-58].

Что касается требований к подготовке специалиста, зафиксированных ФГОС, то они имеют самый общий характер. Ни профессиональные запросы реформирующегося российского производства, ни специфику предпочтений регионального рынка труда этот стандарт не отражает, да и не должен.

На сегодняшний день практически отсутствует обратная связь вуза с выпускниками и анализ их трудоустройства в связи с потерей вузами ранее сформированной клиентуры заказчиков. Вместе с тем представители предприятий и организаций основным источником пополнения кадров считают вузы, а не биржи труда или кадровые агентства.

Создание системы мониторинга становится одним из основных инструментов системы обеспечения качества образования, которая значительно ускорит маркетинговый анализ окружающей среды вуза, диагностику кадрового потенциала и его функций на предприятиях различных отраслей, а также оценку соответствия потенциала вуза требованиям регионального рынка и разработку рекомендаций

по их трансформации в учебный процесс. В итоге данных мероприятий можно создать полноценную схему сделок «купли-продажи» специалистов.

Такое решение проблемы будет выгодным как для вуза и специалиста, так и для предприятия и государства. Вуз приобретет дополнительные источники финансирования на основе повышения качества подготовки специалиста. Студент получит качественное образование и базу для практики, гарантию трудоустройства. Предприятие будет обеспечено высококвалифицированными кадрами. Государство же обретет возможность повышения собственного статуса в глазах иностранных партнеров.

Важным направлением данной деятельности является определение удовлетворенности студентов различными аспектами деятельности вуза, позволяющее выявлять слабые стороны деятельности вуза и целенаправленно осуществлять меры по их преодолению. Привлечение студенчества к оценке качества образовательного процесса заложено в образовательных стандартах 3-го поколения и является новшеством для организаций сферы образования.

Существенной частью внутренней экспертизы качества программ и квалификаций является наличие обратной связи между участниками образовательного процесса. Для выявления удовлетворенности потребителей вуза проводятся социологические исследования с помощью набора измерительных индикаторов. Универсальным подходом к определению уровня удовлетворенности являются экспресс-опросы, механизм реализации которых связан с анкетированием [Одинцова 2006: 67-69].

При проведении внутренней экспертизы целесообразно смещать акценты с задачи выявления недостатков в системе с целью их ликвидации на задачу выявления достоинств с целью их сохранения и развития.

Практика проведения экспертизы образовательных программ и квалификаций к настоящему моменту определила 5 целевых аудиторий для проведения анкетирования, это: 1) абитуриенты в период приема документов или в период зачисления; 2) студенты 2–4 курсов; 3) дипломники во время вручения дипломов; 4) выпускники во время проведения дней встреч; 5) рабо-

датели в момент прохождения студентами практики.

Первые три аудитории откликаются на анкетирование очень охотно. Студенческий возраст и присутствие в системе вузовского образования позволяют учесть мнения довольных и недовольных, исследовать разные особенности образовательных программ с учетом последних изменений в них. Собрать же достоверную выборку по выпускникам и работодателям достаточно сложно. Как правило, в анкетировании соглашаются принять участие только те, кто доволен своим образованием или знаниями и навыками своих молодых специалистов.

Важную роль играет временной интервал, в течение которого образовательные программы видоизменились. В памяти у выпускников остались программы их обучения, и при анкетировании сторонам сложно понять, что именно имеется в виду. При анкетировании работодателей проблема достоверности усугубляется влиянием человеческих качеств выпускника, который работает с фирмой, или вовсе его отсутствием, что существенно укрупняет вопросы, актуальность которых удастся выявить.

Таким образом, недостатки экспертной оценки, присущие данному способу, по сути, полностью отражаются в процедурах анкетирования. В связи с этим основной задачей организации процесса анкетирования при внутренней экспертизе является ориентированность на целевую аудиторию и корректировка в этой связи опросного листа.

Не менее важным аспектом анкетирования, чем обеспечение достоверности результатов, является задача выявления зон для предложений и изменений. Чем меньше диапазон поиска, тем больше пользы от результатов анкетирования. Практика экспресс-опросов показывает, что на общие вопросы даются общие ответы, пользы от которых для развития образовательных программ и квалификаций мало. Точные вопросы позволяют выявить степень удовлетворенности более достоверно, но требуют большей подготовительной работы.

В Нижегородском госуниверситете им. Н.И. Лобачевского разработана сводная анкета, нацеленная на внутреннюю экспертизу качества образования сразу двух целевых аудиторий: студентов 2–4

курсов и выпускников (дипломников). Цель анкеты – получение информации как о выборе студентом вуза и специальности, так и о качестве образования в университете. Оценка выбора абитуриентом университета производится по следующим ключевым параметрам: достаточность выбора специальностей в вузах города; способ получения информации о вузе и выбранной специальности; степень самостоятельности абитуриента в выборе вуза и специальности; своевременность и эффективность форм подготовки к поступлению в вуз.

Оценка качества образования осуществляется с учетом наиболее важных жизненных ценностей студента по множеству параметров, среди которых информационные возможности, предоставляемые вузом студенту; степень использования новых образовательных технологий; уровень теоретической и практической подготовки; уровень компетентности ППС; качество учебных планов в теоретическом и практическом аспектах; достаточность подготовки по иностранному языку для успешной профессиональной и научной деятельности; недостающие области знания.

Практика проведения процедуры анкетирования в различных вузах России показала важность момента оглашения результата. Так, оглашение выявленных отрицательных фактов лучше проводить камерально, без широкой огласки. В противном случае их устранение будет более затруднительным.

С другой стороны, публичное оглашение только положительных явлений увеличивает недоверие к внутренней экспертизе и оказывает негативное влияние на последующую работу.

Нижегородский государственный университет предпринимает активные действия для обеспечения качества образования с целью повышения конкурентоспособности выпускников на рынке труда. Определение слабых мест в работе является неотъемлемой частью повышения эффективности функционирования ННГУ в перспективе. Проводимое в ННГУ тестирование опирается на опыт факультета социальных наук, что позволяет привлечь студентов в качестве социологов в рамках производственной практики на 5-м курсе.

В ходе исследования, проведенного в 2012/2013 учебном году, были опрошены

студенты старших курсов 15 факультетов ННГУ. В опросном листе выделяются 3 направления (блока) исследования.

Первый блок содержит вопросы, оценивающие особенности выбора абитуриентом ННГУ как образовательного учреждения: информированность при выборе вуза, специальности; степень влияния окружения на выбор вуза. При выборе вуза у студентов возникали сложности, из них наиболее часто указываемые: 1) желаемая специальность не предложена вузами города; 2) невозможность оплатить образование; 3) сложность вступительных экзаменов.

49,6% опрошенных отметили, что сложностей не возникало. Опрошенные студенты отметили, что начало подготовки к вступительным испытаниям (на момент поступления ЕГЭ не был обязательной формой подготовки) начинается с 10–11-го классов (38% и 42% соответственно), на более узкие специальности – с 9 класса (11,8%). Для большинства респондентов (78%) предложенный выбор специальностей был достаточным. Информирование о предоставленных специальностях получено с помощью родителей (21%), спривочника абитуриентов (20,7%), друзей/знакомых (28,9%). Таким образом, выбор вуза абитуриентами во многом определяется известностью и авторитетностью образовательного учреждения в социуме.

Второй блок вопросов касается оценки университета в целом и его участия в международной деятельности в частности. Студентам очного отделения заданы вопросы о приоритетности ННГУ по сравнению с другими вузами города, о качестве образования, научной работы, перспективах трудоустройства и международной деятельности.

При оценке образовательных возможностей ННГУ большинство опрошенных отмечают, что в целом вуз способен удовлетворить образовательные запросы, считают его идеалом высшего образования, высоко оценивая престижность ННГУ (см. рис. 1). 48% старшекурсников считают, что образование, полученное в ННГУ, соответствует требованиям работодателей.

В ходе исследования, тем не менее, выделены слабые места в организации процесса обучения, в частности, большинство студентов всех специальностей отмечают необходимость получения



*Рисунок 1.* Оценка приоритетности выбора ННГУ студентами



*Рисунок 2.* Оценка потребностей студентов в дополнительном образовании

дополнительных знаний в области права, психологии, компьютерной грамотности (см. рис. 2). На наш взгляд, это отражает общую тенденцию к расширению квалификационных требований к выпускникам вузов со стороны современных работодателей (адаптивность, стрессоустойчивость). Отмечен также растущий интерес студентов к совершенствованию знания иностранного языка для повышения мобильности и адекватного участия в международном рынке труда (рис. 2).

В рамках второго блока вопросов в т.ч. изучены вопросы участия в инновационных проектах, региональных конкурсах научных работ, перспективы дальнейшей научной деятельности. Больше половины выпускников собираются получать дополнительно второе высшее образование либо продолжить обучение в аспирантуре.

Практически 70% опрошенных заинтере-

сованы в обучении по выбранной специальности и готовы работать по ней.

Третий блок вопросов был посвящен оценке деятельности факультетов, квалификации преподавателей, обеспеченности учебного процесса.

Большая часть опрошенных студентов считает выбранную специальность приоритетной, желаемой (см. рис. 3). Отмечается в целом высокий уровень теоретической подготовки на факультетах; 54,2% опрошенных отмечают, что преподаваемые дисциплины необходимы им в будущей профессии.

Несмотря на высокую оценку деятельности факультетов, большинство студентов отмечают необходимость увеличения роли производственной практики на факультетах. Кроме того, 73% опрошенных считают, что в учебном плане следует расширить спектр дисциплин по



*Рисунок 3.* Оценка приоритетности для студентов выбранной специальности

выбору, учитывающих постоянно изменяющиеся условия внешней среды. В заключительной части анкеты предложено соотнести друг с другом жизненные ценности, в числе которых любовь, уважение, политическая свобода, личная свобода, материальная независимость, карьера, любимая работа, семья, религия, дружба, развлечения. Высоко оцениваются семья, любовь, материальная независимость. Немаловажными являются политическая и личная свобода, карьера и дружба.

В заключение отметим, что в России в настоящее время не сложилась практика

привлечения студентов к оценке качества образования. Немногие вузы учитывают мнение студенческой среды относительно качества преподавания и организации обучения. Регулярный мониторинг мнения студентов и выпускников относительно качества предлагаемого вузом образования обеспечивает ценную и объективную обратную связь, которая позволяет своевременно и корректно реагировать на постоянно меняющиеся предпочтения одной из самых заинтересованных групп потребителей образовательных услуг, тем самым обеспечивая конкурентоспособность вуза.

### Литература

- Белых И. 2006. Формирование профессиональных компетенций: проблема управления. — *Высшее образование в России*, № 11. С. 46-49.
- Грудзинский А.О., Бедный Б.И., Плехова Ю.О., Бедный А.Б. 2012. Роль и структура инновационного предпринимательского образования в исследовательском университете. — *Университетское управление: практика и анализ*, №3. С. 56-63.
- Ильин В.Г. 2007. Востребованность выпускников как зеркало востребованности вуза. — *Аккредитация в образовании*, № 16. С. 61-63.
- Одинцова Т. 2006. Отдел маркетинга в инновационном вузе. — *Высшее образование в России*, № 6. С. 65-70.
- Самсонова М.В. Планирование процесса формирования компетентностного специалиста в высшем профессиональном образовании. — *Качество, инновации, образование*. 2009, №9. С. 7-16.
- Спиридонова А.А., Хомутова Е.Г. 2012. Исследование удовлетворенности студентов: подход, ориентированный на запросы потребителей. — *Университетское управление: практика и анализ*, № 3. С. 91-96.
- Резник Г.А., Пономаренко Ю.С. 2012. Управление профориентационной деятельностью в вузе на основе клиентоориентированного подхода. — *Университетское управление: практика и анализ*, № 3. С. 87-91.