

да высшего образования в экономическое и инновационное развитие стран-участниц;

– фундаментализация содержания образования, преемственность, непрерывность и вариативность форм высшего образования;

– сочетание в образовательных системах традиций и инноваций, углубление интеграции образования, науки и производства;

– повышение квалификации профессорско-преподавательского состава учреждений высшего образования путем погружения в систему непрерывного профессионального образования, самообразования или в ходе подготовки научных или научно-педагогических кадров высшей квалификации в аспирантуре и докторантуре.

*Л. Ф. Голикова, начальник отдела менеджмента качества образования, кандидат искусствоведения, доцент;
Н. Н. Дедюля, ведущий специалист отдела менеджмента качества образования*

МЕНЕДЖМЕНТ КАЧЕСТВА В СИСТЕМЕ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ: ОРИЕНТАЦИЯ НА ПОТРЕБИТЕЛЯ КАК ОСНОВНОЙ ПРИНЦИП ОЦЕНКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В БГУКИ

Главная тенденция эволюции образования в современном мире гениально сформулирована пушкинской строкой: «...и в просвещении стать с веком наравне». Чтобы оказаться достойным XXI в., образование должно соответствовать мировому уровню развития общей и профессиональной культуры и даже «работать на опережение» [4].

В постиндустриальном мире уже недостаточно обеспечить человека знаниями на десятилетия вперед. На рынке труда более востребованными становятся способность и готовность постоянно учиться, а от лозунга «Образование на всю жизнь» общество плавно переходит к лозунгу «Образование в течение всей жизни». Это и есть новое качество образования, которое определяется тем, насколько его результат соответствует потребностям заказчика.

Не вызывает сомнений, что качество деятельности учреждения высшего образования (как деятельности любой организации) в конечном итоге оценивает потребитель, а потому оно должно быть соотнесено с его (потребителя) требованиями и ожиданиями. Ориентация на потребителя в образовании является одним из важнейших, но одновременно самым неоднозначным принципом международного стандарта ISO 9001 [2].

Для белорусской высшей школы проблема качества образования никогда не теряла актуальности, а его конечной целью являлся выход системы высшего образования страны на международный образовательный рынок, установление долгосрочных отношений с зарубежными партнерами. В этой связи Белорусский государственный университет культуры и искусств, сохраняя позицию ведущего учреждения высшего образования Республики Беларусь в сфере культуры и искусства и стремясь получить международное признание, эффективно решает проблемы менеджмента качества образования. Сегодня гарантом, подтверждающим соответствие образовательных услуг, которые предоставляет БГУКИ, международным стандартам, является сертификат качества № ВУ/112 05.01. 080 02571 от 27 октября 2014 г.

В современных условиях любое учреждение высшего образования зависит от потребителей: внутренних (абитуриентов, студентов первой и второй ступеней высшего образования, профессорско-преподавательского состава) и внешних – прямых потребителей образовательных услуг (работодателей) и косвенных (государства и общества в целом) [3]. И потому каждое учреждение высшего образования должно учитывать требования потребителей, стремиться превзойти их ожидания, что, безусловно, является важным при разработке и внедрении принципов менеджмента качества в учреждениях высшего образования [1]. Гарантировать высокий уровень образовательных услуг способно только такое УВО, которое постоянно изучает рынок труда, четко идентифицирует основные категории потребителей и контролирует степень их удовлетворенности качеством образования [4].

Подобный контроль является одним из важнейших источников определения результативности и эффективности работы системы менеджмента качества в Белорусском государственном университете культуры и искусств. Здесь разработана и

утверждена методика получения и использования необходимой информации, которая собирается в ходе мониторинга путем ежегодного анкетирования и опроса респондентов. Результаты мониторинга применяются для оценки качества подготовки специалистов – выпускников БГУКИ – работодателями и направлены на исследование потребностей рынка образовательных услуг.

В БГУКИ постоянно анализируются требования потребителей. Анализ осуществляется при подготовке образовательных программ, планировании изменений в номенклатуре специальностей, направлений специальностей и специализаций; при составлении рекламы и доведении до сведения потенциальных потребителей возможностей образовательной, научной и творческой деятельности, осуществляемой в университете, а также при оценке степени удовлетворенности обучающихся. Записи результатов анализа и последующих действий, вытекающих из него, поддерживаются в рабочем состоянии.

Так, в 2012–2013 учебном году в мониторинговых исследованиях приняли участие 1084 внутренних и внешних потребителя (студенты (включая выпускников), ППС, работодатели). Рассматривались следующие показатели качества: оценка организации образовательного процесса, его управления; оценка квалификации ППС, уровня преподавания; оценка информационного обеспечения и материально-технического оснащения образовательного процесса; качество организации НИРС; качество производственной практики, а также уровень социально-бытового обеспечения студентов; мотивационные ожидания первокурсников и др.

Расстановку приоритетов и вклад каждого показателя в обеспечение качества выявляли сами потребители. Так, например, мотивационные ожидания абитуриентов при поступлении в БГУКИ были связаны: с «возможностью получения обучающимися после окончания БГУКИ престижной и высокооплачиваемой работы» (39,8 % в 2013 г. и 32 % в 2012 г.); со «стремлением к реализации личных планов для получения интересующей специальности» (68 % в 2013 г., 77 % в 2012 г.); с «возможностью стать высококвалифицированными специалистами» (66,7 % в 2013 г. и 61 % в 2012 г.) и «раскрыть свои творческие возможности (способности, талант)» (41,3 % в 2013 г. и 43,9 % в 2012 г.); «стать культурным, высокообразованным

человеком» (52,2 % в 2013 г. и 45 % в 2012 г.), а также получить «необходимый уровень практической (65,5 % в 2013 г. и 68 % в 2012 г.) и теоретической (44,2 % в 2013 г. и 45,4 % в 2012 г.) подготовки по специальности».

Мотивационные ожидания первокурсников были связаны также с оценкой престижности БГУКИ: за последние два года имидж университета значительно вырос: 13,4 % респондентов в 2012 г. и 26,9 % в 2013 г. считают наш университет престижным. Кроме того, более трети первокурсников мотивировали свое поступление в БГУКИ именно престижностью учебного заведения и востребованностью специальностей, которыми в нем овладевают (39,8 % в 2013 г. и 32 % в 2012 г.).

По мнению студентов всех курсов, большое влияние на качество образовательного процесса в БГУКИ оказывает квалификация ППС, умение преподавателей университета четко и доступно излагать материал и заинтересовывать аудиторию, используя новые педагогические технологии (так считают 80,5 % респондентов). К наиболее значимым показателям удовлетворенности качеством образовательных услуг относятся и организация образовательного процесса, которую положительно оценивают почти 90 % студентов. Опрос также показал, что с первых лет учебы студенты задумываются о последующем трудоустройстве, считая, что именно специальные дисциплины пригодятся в будущей профессиональной деятельности (89,4 % респондентов).

Еще один важный показатель – качество производственной практики. Анкетирование выявило заинтересованность студенческой аудитории в практической направленности образования. Для респондентов оказалось очень важным наличие связи БГУКИ с учреждениями культуры и искусств, студенты уже в процессе обучения хотят иметь возможность познакомиться с будущей специальностью на практике и получить необходимые профессиональные навыки. Так считают на ФИДК 77,2 % студентов, ФМИ – 71,4 %, ФТБКиСИ – 67,9 %, на ФКиСКД – 43,7 % респондентов.

Всего 76,8 % студентов 1–4 курсов БГУКИ положительно оценили уровень подготовки специалистов на первой ступени высшего образования по всем качественным показателям (в 2012 г. таковых было 72,6 %). Из выпускников 2013 г. каче-

ством полученного в университете образования были удовлетворены 77,5 % (66,2 % – в 2012 г.).

В свою очередь, 95,2 % внешних потребителей – работодателей, руководителей учреждений культуры и искусств (при предыдущем анкетировании таких было 92,5 %) – удовлетворены уровнем профессиональной подготовки специалистов в БГУКИ. Кроме того, более трети работодателей заинтересованы в формировании долгосрочного/краткосрочного контракта на такого рода подготовку для собственных учреждений и организаций, более половины из них заинтересованы в трудоустройстве именно выпускников БГУКИ в их учреждения культуры и искусств, а также в открытии в университете новых специальностей и направлений специальностей посредством конкретного заказа.

Сравнительный анализ основных показателей оценки качества образования в БГУКИ позволяет сделать вывод, что различные категории потребителей в целом позитивно оценивают это качество.

Помимо анализа степени удовлетворенности потребителей качеством образовательных услуг в БГУКИ, позиция, которую занимает университет среди других УВО, постоянно отслеживается и в популярных мировых рейтингах. Так, в международном рейтинге Webometrics БГУКИ улучшает свои показатели: в 2013 г. он занимал 32-ю позицию среди 58 УВО Республики Беларусь, в 2014 г. – 28-ю [5]. В соответствии же с национальным рейтингом, опубликованным Министерством образования Республики Беларусь в январе 2014 г., БГУКИ занял 19-ю позицию среди 54 вузов [4]. Нахождение в данных рейтингах – своего рода PR-акция для университета. Важно также зафиксировать тенденцию постоянного улучшения, что повышает степень доверия к БГУКИ со стороны потребителей внутри страны и за ее пределами.

Таким образом, одним из главных инструментов оценки качества оказываемых БГУКИ образовательных услуг является потребительская оценка. Анализ степени удовлетворенности респондентов становится и элементом самооценки, и дополнительным ресурсом эффективной деятельности учреждения высшего образования, при котором реализуется основной принцип менеджмента качества: ориентация на потребителя. Следование этому принципу способствует повышению конкурентоспособности БГУКИ на рынке образовательных услуг.

1. Горшенина, М. В. Реализация основных принципов менеджмента качества в социальных системах образования / М. В. Горшенина, В. П. Сухинин, Ю. К. Чернова // Актуальные проблемы качества образования и пути их решения в контексте европейских и мировых тенденций : материалы XVI Всерос. науч.-метод. конф. – Уфа : Исслед. центр проблем качества подготовки специалистов, 2006. – 30 с.

2. Гринкруг, Л. С. О неоднозначности смысла принципа «ориентация на потребителя» в образовании / Л. С. Гринкруг, Б. Е. Фишман, Б. С. Кузьмина // Фундаментальные исследования. – 2007. – № 10. – С. 96–98.

3. Гринкруг, Л. С. Основопологающие принципы аксиологически ориентированного образования / Л. С. Гринкруг, Б. Е. Фишман // Высшее образование в России. – 2006. – № 12. – С. 26–32.

4. Рейтинг учреждений высшего образования Республики Беларусь по приемной кампании 2013 года и методика его расчета // М-во образования Респ. Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://edu.gov.by/>. – Дата доступа: 16.03.2014.

5. Ranking Web of Universities: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.webometrics.info/en/Previous_editions. – Дата доступа: 21.01.2014.