

ориентированного и лично­стно центрированного подходов; переход образовательных учреждений из режима функционирования в режим устойчивого развития; создание в образовательных учреждениях диагностических служб; управление качеством образования на диагностической основе; осуществление непрерывного процесса повышения квалификации педагогических кадров; развитие творческой инициативы, профессиональной компетентности и педагогической культуры работников системы образования.

Существенным сдвигом в общественном сознании явилась переориентация образования на новые базовые ценности: с обеспечения потребностей промышленного производства и экономики в рабочей силе определенного качества на обеспечение потребностей самого человека в получении образовательных услуг определенного качества.

Общеввропейская тенденция «учеба через всю жизнь» сформулирована и принята к руководству в странах с развитой рыночной экономикой. Поскольку и наша страна вступила на этот путь развития, то опыт других стран необходимо анализировать и использовать. Такие ключевые идеи принципа «учеба через всю жизнь», как базовые умения – для всех, больше инвестиций в человеческие ресурсы, повышение ценности образования, переосмысление подходов к воспитанию подрастающего поколения, являются актуальными и для системы российского образования. Общей основой современной стратегии образования является гуманистическая концепция, в основе которой лежит безоговорочное признание человека как высшей ценности.

Л. А. Виноградова

УДОВЛЕТВОРЕННОСТЬ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Для ССУЗов, работающих в условиях конкуренции, оценка удовлетворенности внутренних и внешних потребителей является залогом успеха. Общепризнанна связь между удовлетворенностью потребителей и эффективностью работы организации, ее конкурентоспособностью. Оценка удовлетворенности должна стать постоянным объектом мониторинга в образовательном учреждении.

При оценке удовлетворенности потребителя мы опирались на основополагающие понятия и идеи по решению данной проблемы, изложенные в ряде исследований.

Под *конкурентоспособностью учебного заведения* будем понимать его способность вести эффективную учебно-воспитательную и развивающую деятельность, результативную по определению и самоопределению выпускников на рынке труда или в образовательном поле более высокой ступени.

Оценка удовлетворенности потребителя – это целенаправленный сбор информации о качестве оказанной образовательной услуги.

Образовательные услуги профессиональной школы есть одновременно результат учебной, управленческой финансово-хозяйственной деятельности учебных учреждений, направленной на удовлетворение спроса на подготовку, переподготовку и повышение квалификации специалистов.

Характеристиками образовательной услуги, с точки зрения потребителей, являются: доступность образования, имидж и PR учебного заведения, качество образовательного процесса, качественный состав педагогических кадров, удовлетворенность именно тех нужд и потребностей, которые индивид имел до поступления в образовательное учреждение.

В исследованиях нет расхождений в определении категорий потребителей образовательного учреждения. Внешними потребителями являются общество, государство, учредитель образовательного заведения, потенциальные работодатели; внутренними – студенты, их родители, преподаватели и сотрудники образовательного учреждения.

Отметим, что качество деловых отношений с потребителями и партнерами, взаимоотношений между подразделениями учреждения трудно поддается измерениям и оценкам. Проанализировав свой опыт применения диагностических методик, мы определили, что методики должны отвечать следующим требованиям: необходимо использовать категориальные описания уровней образовательных услуг, но в итоге выражать в количественной оценке уровень удовлетворенности, выявлять усовершенствования, желательные для данного потребителя. Методики должны быть предельно простыми в использовании и должны отвечать требованию полноты (возможность измерять удовлетворенность всех категорий потребителей работой подразделений, отдельных сотрудников, качеством условий, реализации образовательного процесса и результатом).

Процедура оценки удовлетворенности устанавливает порядок сбора и обработки информации, виды отчетности, ответственность за их выполнение, а также способы хранения статистических данных.

Процедура оценки удовлетворенности включает в себя следующие этапы: планирование опроса потребителей, опрос потребителей, обработку результатов опроса, анализ удовлетворенности потребителей. В ходе проведения сводного анализа определяется интегрированный показатель удовлетворенности потребителей.

Потребитель должен быть доволен – это основополагающий принцип в выборе стратегии развития образовательного учреждения.

Думается, что этот механизм выявления потребностей всех заинтересованных сторон, определение категорий своих потребителей и целенаправленная работа по удовлетворению их потребностей позволят образовательному учреждению развиваться более динамично, обеспечат конкурентоспособность учебного заведения и его выпускников.

Л. Ю. Гаева

ПОВЫШЕНИЕ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАНИЯ И КВАЛИФИКАЦИИ ВЫПУСКНИКОВ ЗА СЧЕТ ПРЕЕМСТВЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ В СРЕДНИХ И ВЫСШИХ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ

In this paper scrutinizing the problems of integration college professional education into university professional education following the example of realization educational process in Nizhni-Tagil technological institute (department) of USTU-UPI.

В настоящее время все более заметнее прослеживается тенденция интеграции среднего профессионального образования в высшее профессиональное образование.

Несомненно, в этом процессе наблюдаются положительные моменты.

За время обучения студент получает два образования: среднее и высшее, причем высшее образование он приобретает за срок, меньше нормативного на 1 – 2 года.