

Разработка конкретного перечня показателей, несомненно, должна опираться на результаты глубокого анализа, носить ситуационный характер и учитывать условия среды и особенности конкретного учебного заведения.

Представляется, что модель вышеуказанной системы показателей должна включать четыре проекции, позволяющие ответить на следующие основные вопросы:

Какой организация представляется своим учредителям и потенциальным инвесторам? (Проекция финансов).

Какой организация представляется своим потребителям? (Проекция маркетинга).

Какие бизнес-процессы организация должна улучшить, от каких отказаться, на каких сосредоточиться? (Проекция внутренних бизнес-процессов).

Может ли организация продолжать развитие, повышая квалификацию своего персонала? (Проекция обучения и роста).

Реструктуризация стратегических задач на основе технологии BSC в практике управления учреждениями профессионального образования предпочитает адекватное развитие информационной системы организации. Разработка системы показателей количественного измерения степени достижения ключевых факторов успеха и реализации стратегических инициатив учебного заведения, тесно связана с решением проблемы сбора и обработки необходимой для их расчета информации. Соответствующие показатели, характеризующие полноту и своевременность выполнения процедур контроля и анализа, также должны фиксироваться в BSC подразделениями, ответственными за реализацию этих функций.

*Е.Ю. Наумова
г. Волгоград*

ФОРМИРОВАНИЕ РЫНОЧНЫХ ОТНОШЕНИЙ В ВЫСШЕМ ПРОФЕССИОНАЛЬНОМ ОБРАЗОВАНИИ

Последнее десятилетие XX века и начало XXI века ознаменовалось расширением рыночных отношений в высшем профессиональном образовании России. Рынок образовательных услуг можно охарактеризовать как совокупность покупателей и продавцов, которые совершают операции по купле-продаже образовательных услуг. Исходя из этого определения можно рассмотреть, какие изменения произошли за последние годы в структуре спроса и предложения образовательных услуг в высшем профессиональном образовании России.

В структуре предложения образовательных услуг в высшем профессиональном образовании наблюдается тенденция к

значительному расширению этих услуг. Это проявляется в появлении новых специальностей, таких как, менеджмент, мировая экономика, управление персоналом, маркетинг, психология, социальная работа и т.д. Также расширяются специализации по традиционным направлениям подготовки в Вузах. Например, на специальности филология появилась новая специализация – перевод, на специальности история – культурология, на биологии – ландшафтный дизайн и т.д.

Основной тенденцией последних лет является активное участие Вузов в становлении рыночных отношений в России. Согласно Закона «Об образовании» Вузы получили возможность оказывать дополнительные образовательные услуги и заниматься предпринимательской деятельностью, чем они не преминули незамедлительно воспользоваться.

Еще одним свидетельством расширения предложения является появление на данном рынке негосударственных образовательных учреждений. За последние годы их число значительно возросло (практически в 5 раз в 2002 г. по сравнению с 1993 годом) и они стали занимать немаловажное место в структуре предложения услуг на рынке высшего профессионально образования.

В структуре спроса на рынке образовательных услуг также произошли определенные изменения. В связи с обострившейся конкуренцией на рынке труда население стало активно предъявлять спрос на эти услуги.

При этом произошли изменения в структуре спроса, в связи с увеличением количества предлагаемых специальностей. Население стало более активно запрашивать специальности, пользующиеся спросом на рынке труда – экономистов, программистов, юристов и т.п. При этом значительно снизился спрос на традиционные специальности по которым ведется подготовка в высших учебных заведениях промышленности и строительства.

Еще одной тенденцией можно назвать увеличение спроса на заочную и очно-заочную формы обучения. Так, спрос на заочную форму обучения возрос в 2002 г. по сравнению с 1993 г. в 2,3 раза. Причиной тому стало обострение конкуренции на рынке труда и низкий уровень стипендий, не обеспечивающий даже прожиточного минимума.

Также необходимо сказать об еще одной тенденции в структуре спроса – это предъявление спроса на получение второго высшего профессионального образования.

Возвращаясь к нашему определению рынка образовательных услуг, данного выше, можно констатировать факт, что количество сделок по купле-продаже образовательных услуг в высшем профессиональном образовании значительно возросло. Так, число принятых студентов увеличилось в 2,2 раза за этот же период. А это как раз и является показателем расширения рыночных отношений в этой сфере.

Г. о. рыночные отношения прочно вошли в сферу высшего профессионального образования России и в будущем получают свое дальнейшее развитие.

Е. А. Неживенко
г. Челябинск

СУБЪЕКТЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ КАЧЕСТВА ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПОТЕНЦИАЛА МАШИНОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

В обеспечении конкурентоспособности машиностроительных предприятий требования к качеству продукции стали в настоящее время главными и определяющими. Качество машиностроительной продукции невозможно обеспечить без формирования образовательного потенциала, соответствующего уровня качества.

Под качеством образовательного потенциала следует понимать совокупность характеристик образовательного потенциала, которые придают ему способность обеспечивать обусловленный или предполагаемый уровень конкурентоспособности машиностроительного предприятия.

Качество образовательного потенциала формируется в ходе взаимодействия и установления взаимосвязей определенных субъектов обеспечения этого качества.

Можно выделить две группы субъектов, участвующих в формировании качества образовательного потенциала:

– субъекты, функционирующие в обеспечивающей качество системе: поставщики ресурсов, составляющих основу элементов образовательного потенциала, в том числе учебные заведения, поставщики информации; само предприятие, создающее условия для формирования образовательного потенциала;

– субъекты, функционирующие в формирующей качество образовательного потенциала системе в том числе потребители продукции предприятия, а также собственно предприятие, выступающее как инициатор проведения научно-исследовательских разработок в области создания новых свойств продукции или новой продукции.

Названные субъекты функционируют в определенной нормативно-правовой среде, регулирующей порядок и особенности обеспечения качества образовательного потенциала.

Данная среда представляет собой государственную систему стандартизации (в том числе в области образования), а также законодательство в области сертификации, стандартизации, патентно-правового регулирования.

Взаимосвязь субъектов обеспечения качества образовательного потенциала может быть осуществлена только при условии установления