

тами, внедрение новых образовательных услуг, увеличивается прибыль за счет повышения цен[2. С.12].

При необходимости выявить потребности рынка и адаптировать под них свои услуги применяются маркетинговые исследования, когда вуз не может предложить больше потребителю, чем он располагает сам[1. С.16].

В настоящее время идёт формирование подходов и принципиальных позиций, последовательное накопление, наращивание маркетинговых конструкций и инструментария в решении конкретных проблем рынка образовательных услуг. Однако переход к рыночным отношениям в сфере образования уже конституировался в обществе как свершившийся факт и получает всё большую основу во всех звеньях, сегментах системы образования.

Список литературы

1. Голубков Е.П., Голубкова Е.П., Секерин В.Д. Маркетинг: выбор лучшего решения. М. 1993. 430 с.
2. Грудзинский А.О. Университет как предпринимательская организация //Социс. 2003. №4. с. 113 – 121.

Т.В. Сидельникова, С.С. Демцура

Челябинский государственный педагогический университет

г. Челябинск, Россия

МОНИТОРИНГ ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ, ЕГО ЗНАЧЕНИЕ И ПОСЛЕДСТВИЯ

На данном этапе развития современного образования остро встал вопрос об эффективности учреждений профессионального образования. Современный экономический словарь – справочник под авторством М.М. Гацалова [1] дает следующее определение данному понятию: «Экономическая эффективность – распределение ресурсов согласно их наивысшей стоимости при использовании...» [2]. Понятие эффективности и отражает в себе порядок, структуру и аппарат производства, распределения, обмена и потребления определенных благ,

в данном случае, обоснованных сферой образования. Чем выше и качественнее данные критерии, тем выше эффективность.

Одним из главных инструментов, как составляющей экономики и управления учреждениями профессионального образования, является мониторинг. Как известно, Минобрнауки провело исследование осенью 2012 года, которое показало, что среди 541 государственных вузов и 994 филиалов, 126 были признаны неэффективными на основании определенных заявленных критериев. И 32,43 % от общего количества вузов Уральского федерального округа, были признаны неэффективными.

Многие вузы, были признаны требующими оптимизации деятельности, которая предусматривает смену руководства вуза, пересмотр структуры приема и образовательных программ. Насколько такие меры могли вывести вуз из «черного списка» неэффективных? Повторный мониторинг, прошедший в 2013 году, показал, что количество неэффективных вузов значительно сократилось. Результатами этого и стала напряженная работа вузов, которая заключалась в частичной замене форм и методов обучения, подборе новых альтернативных и инновационных методик обучения и др. Хотя основные критерия оценки, которыми были недовольны огромное количество вузов страны, не заключали в себе оценку эффективности по методам и технологиям обучения. Они были в основном направлены на востребованность вуза со стороны абитуриентов. В этом и заключалось основное недовольство вузов, ведь эффективность и определяет свой уровень в результате обучения (в лице выпускников), а не до обучения (в лице абитуриентов).

Следующий мониторинг ожидается в апреле 2014 года, вузы активно ведут работу и готовятся к нему. Ведь критерии повторной проверки были изменены, подкорректированы и более адаптированы под разные направления деятельности вузов. Ярчайшим доказательством правильности и необходимости такого рода мониторинга, а затем публикации его результатов, является сокращение неэффективных вузов и как следствие повышение качества профессио-

нального образования в стране. В результате чего способствует развитию экономики страны, выпуская высококвалифицированных специалистов.

Список литературы

1. Гацалов, М.М. Современный экономический словарь-справочник. – Ухта: УГТУ, 2002. 371 с.
2. Щемелев, А.Н. Стратегический учет инноваций в коммерческих организациях: теория и методология: дисс... на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.12. – Ростов-на-Дону, 2007. 430 с.

А.В. Соколова, Л.Д. Старикова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

г. Екатеринбург, Россия

КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИИ

В последнее десятилетие в Российской Федерации отмечается увеличение количества высших учебных заведений, также как и рост числа студентов, обучающихся в образовательных организациях высшего профессионального образования.

Однако основной тенденцией высшего профессионального образования в России является рост коммерциализации образовательных организаций. Число абитуриентов, обучающихся за счет средств федерального бюджета, с каждым годом сокращается. Плата за обучение растет. В первую очередь, это относится к престижным, особо востребованным специальностям, таким как: международная экономика, менеджмент, дизайн, прикладная информатика, предпринимательство.

Одной из причин роста коммерциализации является урезание государственного финансирования высших учебных заведений.

Физическое старение основных фондов вузов, нехватка учебных корпусов, устаревание лабораторного оборудования – часть проблем, которые может