

КАЧЕСТВО УЧЕБНОГО ЗАВЕДЕНИЯ: ОРИЕНТАЦИЯ НА УДОВЛЕТВОРЕНИЕ ПОТРЕБНОСТЕЙ УЧАЩИХСЯ

Анализируются основные понятия менеджмента качества: удовлетворение клиента и качество результата образовательных услуг. Также представлена модель анализа результатов деятельности учебных заведений, которые могут быть классифицированы следующим образом: хорошо освоенное качество (превосходство), неудовлетворенное качество, формальное качество, неформальное качество, невыполненные требования, неудовлетворенные потребности, растраты.

Ключевые слова: качество, менеджмент качества, стандарты, удовлетворенность клиентов, образовательные услуги.

Динамика развития общества, которую довольно трудно предсказать, ввела функциональные изменения на уровне учебных заведений, укрепив сильнее идею, что они являются теми, кто предлагают образовательные услуги и знания. С другой стороны, образование предоставляет человеку постоянное преимущество с точки зрения условий жизни, преимущество, которое стремится повыситься на протяжении всей карьеры. Доход, полученный из дополнительного года обучения, варьирует от страны к стране, будучи меньше в северных странах и выше в таких странах, как Ирландия, Англия, Германия, Португалия, Испания. В среднем он составляет около 6 % дохода [1].

Новый экономический и социальный контекст, связанный со стремлениями Республики Молдова к европейской интеграции, предполагает высокие достижения во всех областях деятельности, особенно в образовании. Учитывая ее роль как долгосрочные инвестиции, улучшение качества образования будет иметь определенные последствия для качества жизни и работы, в конечном счете, качество образования является необходимым условием для развития человеческого потенциала, социальной сплоченности и экономической конкурентоспособности.

В этом контексте, качество, несомненно, является одним из важнейших требований к любому результату воспитательных услуг, а любая деятельность, предназначенная для выявления проблем, для оценивания их влияния и обнаружения путей для их решения, является, для любого учебного заведения, ключом к прогрессу.

1. Определение качества

Являясь относительно новой тематикой для доуниверситетского учебного заведения, гарантия и менеджмент качества поднимает ряд концептуальных и практических проблем, среди которых выделяются следующие:

- что есть качество?
- какое значение имеет качество для доуниверситетского образования?

– каков продукт доуниверситетского учебного заведения?

– кто является клиентом такой структуры?

– какое значение имеют в этом контексте концепции, ассоциируемые с достижением качества, например гарантия, менеджмент, улучшение качества, и каким образом они воздействуют на главные показатели деятельности доуниверситетского учебного заведения?

– что необходимо предпринять для введения гарантии качества в заведения доуниверситетского образования?

Термин «качество» (Quality), интернациональное обозначение Q, может быть использован в разнообразных обстоятельствах. Таким образом, говорят о качестве продукта, услуг, жизни, воспитания, образования, профессиональной подготовки и т. д.

Качество может иметь следующие значения:

– суть или определяющая черта, характерное свойство;

– превосходство, высшая степень, высокий статус;

– отсутствие дефектов, ошибок, брака;

– способность удовлетворять подразумеваемые или конкретные нужды личности в соответствии с требованиями и адекватностью осуществления цели;

– точность, аккуратность, надежность работы;

– емергентное свойство, происходящее из концепции, целостности и ресурсов.

В исследованиях ряда авторов [2–6] неоднозначная трактовка понятия качества в значительной степени определяется многомерным характером сущности понятия «результат образовательной деятельности» и факторами, которые определяют и формируют его. Качество ассоциируется с понятием «уровень качества», «качество результата», оно рассматривается как объект системы менеджмента качества, элемент «культуры качества», а в некоторых случаях идентифицируют себя с ними. Целью является взаимопроникновение существенных и процессуальных аспектов качества, в результате

чего в список компонентов качества включены как параметры результата, так и параметры условий, гарантирующие этот результат, то, что также является одной из причин нестабильности мнения по интерпретации понятия «качество образования». Румынский исследователь Шербан Йосифеску отметил, что качеством образования является «обеспечение каждого обучающего необходимыми условиями для наиболее полного и полезного развития» [7, с. 49]. Определение понятия «качество образования» можно трактовать неоднозначно, в зависимости от того, какой аспект качества исследуется. А. И. Таюрский и Н. М. Халимова характеризуют качество как «степень соответствия образовательной модели образовательному стандарту, т. е. соответствие цели образования. Кроме того, понятие “качество” отражает и характеризует степень гарантии того, что ожидает потребитель образовательных услуг – работодатель, учащиеся, студенты, родители» [8, с. 112].

Стандарты ИСО серии 9000 установили единый, признанный в мире подход к договорным условиям по оценке систем качества и одновременно регламентировали отношения между производителями и потребителями продукции. Исходя из определения ИСО [9], мы можем сказать, что *качество представляет собой совокупность качеств и характеристик продукта или услуги, определяющая способность удовлетворять заявленные или само собой подразумевающиеся потребности.*

Важно: качество определяется клиентом/ потребителем, а не производителем!

Например:

Телевизор может быть в техническом плане совершенным, может быть изготовлен из соответствующих материалов, иметь эффективный процесс, но, при всем этом, его не примут клиенты, для которых он предназначен, не будет пользоваться успехом продажи. Значит, он не считается качественным. Уже не достаточно, чтобы он производился хорошо, а должен сделать доступным то, что ожидают потребители, чтобы продукт приспособлялся к их требованиям и ожиданиям.

2. Качество в доуниверситетских учебных заведениях

Доуниверситетские учебные заведения (ДУЗ) являются организациями, предоставляющими услуги образования.

ДУЗ обязано обеспечить преподавание, обучение и контроль качества для того, чтобы способствовать личному и профессиональному развитию учащихся, процветанию общества и его долговечному развитию.

Качество является одним из общих понятий, которые провоцируют больше всего неясностей в об-

ласти образования. Несмотря на то, что было предложено множество определений качества, они делаются в основном на два направления:

– первое направление в определении качества, с точки зрения гарантии качества, относится к соответствию спецификациям и предполагает одновременно с этим относительное отсутствие дефектов;

– второе направление в этом смысле относится к удовлетворению потребностей потребителей, что предполагает измерение степени удовлетворения клиентов посредством качества продукта.

Предлагаем следующее определение качества доуниверситетского учебного заведения – *комплекс качеств, характеристик заведения (в формировании которых включены все свободные ресурсы и факторы среды), подтверждающих его способность удовлетворять определенные текущие и будущие потребности / требования прямых и косвенных клиентов в области образования, а также в соответствии со стандартами качества.*

Таким образом, можно определить две стороны качества:

– объективная – выраженная в стандартах, которая представляет соблюдение ДУЗ некоторых спецификаций, относящихся к процессу, системе, результатам;

– субъективная – выраженная посредством удовлетворения потребностей клиентов относительно оказанных услуг в области образования, представляющая привлекательность соответствующих услуг.

Потребности клиентов, в рамках ДУЗ, можно выразить следующим образом: «что должен знать и уметь выпускник?», «в каких условиях осуществляется процесс образования?» и т. д. На данном этапе эти требования считаются сами собой разумеющимися, незафиксированными в каком-либо контракте. Их идентификация и определение не могут быть достоянием исключительно учебного заведения, а должны быть доведены до конца только вместе с представителями клиентов.

Стандарты являются набором критериев, называемых индикаторами, для оценки качества системы / процесса образования. К сожалению, в Республике Молдова еще не утверждены стандарты качества, по этой причине в качестве стандартов используются нормативные документы, рекомендации Министерства образования и молодежи, европейских инстанций и других организаций, уполномоченных в этой области.

Проблема качества не зависит только от компетентности ДУЗ или других учреждений, ее решение требует совместных усилий на всех уровнях:

- глобальном;
- национальном;
- высшего учебного заведения;

– учебных заведений в многообразии факторов, влияющих на качество.

Качество не представляет собой простую, засвидетельствованную аккредитацией, деятельность ДУЗ в нормальных параметрах, а более

того – позицию лидера на рынке услуг образования. В первой колонке табл. 1 представлены некоторые характеристики качества, а во второй колонке – некоторые возможные ошибки в понимании качества.

Таблица 1

Характеристики качества ДУЗ

Качество является	Качество не является
Стоимостью, которую люди и общество придают продуктам и услугам в области образования, а также образованию в целом	Гарантией деятельности учебного заведения
Определено в первую очередь клиентами и пользователями услуг образования	Качество определяется специалистами
Построено на признанных ценностях	Произведено «по заказу» путем эффекта какого-то закона или другого нормативного документа
Произведено в первую очередь людьми	Обусловлено только денежными средствами и материальными ресурсами
Стратегией, которая затрагивает все мероприятия учебного заведения независимо от прямой связи или отсутствия связи с услугой или продуктом	Стратегия, которая затрагивает только продукт и услуги
Обеспечено четкой системой принципов, критериев, стандартов и показателей	Сам собой разумеющийся и естественный продукт «нормальной» деятельности
Определено переговорами между учебным заведением и общественностью и используется в рамках партнерства	Завоевавшим признание иерархическим путем
В постоянном развитии и изменении в зависимости от возрастающих потребностей людей, общественности и общества	Комплекс незыблемых, утвержденных раз и навсегда, процедур
Методология, направленная больше всего на предупреждение. Ведется наблюдение за тем, чтобы все действия осуществлялись хорошо с самого начала	Основано на предупреждении и коррекции ошибок
Введено в курс посредством самооценивания и взаимооценивания	Гарантировано исключительно внешним оцениванием

3. Продукт доуниверситетского учебного заведения

Продукт является результатом любого процесса. Этот результат может быть товаром, услугой или информацией. Когда говорим о продукте, мы имеем в виду не только материальное благо, а и услуги и информации, которые являются результатами обычных процессов, предоставленных ДУЗ.

В рамках образования конечным результатом ДУЗ не является выпускник, а его человеческое развитие как добавленная стоимость, компетенция, полученная выпускником по окончании учебы. А значит, это результаты учебы, выраженные такими, например, терминами:

- накопленные знания;
- сформированные интеллектуальные способности; уровень развития этих способностей (умение пользоваться документами, перерабатывать информацию, систематизировать ее, объединять в когнитивные структуры, оперировать индуктивными и дедуктивными суждениями);
- умение применять, использовать полученные знания для углубления знаний, получения новой информации, решения новых теоретических проблем и практических действий; «знать» без «уметь», не лучше, чем «не знать»;
- личностные качества, отношение, поведение;

– уровень культуры, профессиональное образование, качество подготовки выпускников.

Все эти результаты связаны с конечной целью образования, выраженной понятиями «знать», «уметь», «уметь учиться», «уметь быть», которым соответствуют знания, компетенции, ценности и отношения, которые получаются в результате прохождения уровня образования, позволяющие выпускнику эффективно внедряться в общество, продолжать образование или утвердиться как профессионал в одной из областей социально-экономической жизни.

Возникает вопрос: в чем заключается цель проведения процесса обучения? Здесь, естественно, нужно подчеркнуть, что ученик, который изучал экономику, должен не только обладать знаниями в данной области, но и иметь экономический образ мышления и предпринимательские навыки. Качественное обучение – это то, что возникает как добавочный результат преподавания, т. е. воспитание человека, которое в то же время должно быть сосредоточено на профессиональной и научной направленности, а также социальном развитии.

В деятельности человека иногда средства становятся стандартами или целями. Например, деятельность школы, которая является средством для обучения, становится самой целью. Таким обра-

зом, можно услышать на уроках, когда ученики громко обсуждают жизненную проблему, слова учителя: «Тихо, достаточно обсуждений, пора учиться!» Хотя обсуждения являются методом обучения, а жизнь – источником содержания образования, для данного преподавателя наиболее важны программа и правила школы, включая и то, что в классе должно быть тихо.

Школьные предметы, которые были предназначены быть средством для достижения целей, стали самоцелью. Сегодня то, что школьные предметы являются средствами, инструментами, направленными на развитие умственных способностей и некоторых социальных, профессиональных или культурных навыков, не имеет никого значения. Гораздо более важными являются факты и даты, понятия, правила, теории, т. е. сами предметы.

На рисунке представлены возможные последствия, результаты взаимодействия потребностей, стандартов и продукта (услуги образования).



Модель анализа результатов деятельности учебных заведений с точки зрения гарантии качества. 1 – хорошо освоенное качество (превосходство), 2 – неудовлетворенное качество, 3 – формальное качество, 4 – неформальное качество, 5 – неудовлетворенные требования, 6 – неудовлетворенные потребности, 7 – растраты

4. Клиенты доуниверситетского учебного заведения

Для каждой организации или подразделения организации одним из важнейших условий осуществления качества является определение клиентов. Следует определить их потребности и ожидания относительно результатов деятельности соответствующей организации.

Клиент определен стандартом ISO как организация или лицо, получающее продукт. Клиентом может быть потребитель, пользователь или его покупатель.

Клиенты ДУЗ могут быть классифицированы на типы:

- внутренние клиенты (учащиеся, личный состав, дидактические кадры, менеджеры и т. д.);
- внешние клиенты (учащиеся, родители, работодатели) и другие особые партнеры по интересам (национальные органы власти, государство, общественность и т. д.).

Учащиеся тоже являются клиентами ДУЗ. Учащиеся обладают двойственным характером: внутренних (как участники) и внешних (как потребители) клиентов. Они предъявляют учреждению собственные требования и ожидания, конечно, под влиянием родителей.

В ситуации образования, финансируемого государством, главным партнером ДУЗ является **общество**, представленное местной общественностью, центральными правительственными учреждениями или учреждениями местной администрации, фирмами и союзами и т. д.

В табл. 2 представлены главные клиенты одного из теоретических лицеев. Каждый из этих клиентов предъявляет образованию разнообразие ожиданий и требований. Во-вторых, каждый из этих клиентов может привлечь ресурсы. В обязанности менеджеров ДУЗ входят учет этих требований и устранение возможных конфликтов по интересам.

Таблица 2
Клиенты теоретических лицеев

Клиенты	Категория	Потребители	
Внешние	Правительственные структуры	Министерство образования и другие министерства	
	Структуры местной и районной администрации	Районный и местный консилиум, мэрия	
	Организации социально-экономической среды, пользователи квалификации выпускников	Неправительственные организации	Высшие и профессиональные учебные заведения
		Общественность	Организации, фирмы
	Международная и национальная дидактическая общественность	Местные жители	
	Родители и опекуны учащихся		
	Внутренние	Учащиеся	
Дидактические, технические, экономические и вспомогательные кадры			
Руководство лицея			

При анализе требований клиентов необходимо иметь в виду следующие аспекты их поведения:

- поведение клиентов динамично, существует очень мало абсолютных правил поведения человека;
- поведение клиентов определяет взаимодействие, при этом необходимо знать, каково их мнение (восприятие), что они чувствуют (впечатление) и делают (поведение), а также какие факторы воздействуют на них (окружающая среда);
- клиенты сильно отличаются друг от друга;
- клиенты действуют скорее эмоционально, чем рационально, и могут действовать по-разному в особых моментах;

– на поведение клиентов можно воздействовать, они могут учиться, развиваться (!) и менять свое поведение и отношение.

Наконец, мы можем сказать, что образовательный процесс становится более сложным под воздействием новых информационных технологий, смещая акцент с *учителей, которые учат учеников, на учеников, которые учатся и от учителей*. Далеко от того, чтобы быть игрой слов, это выражение подчеркивает изменение парадигмы. В первом случае учителя – единственные, кто знают и принимают решение о содержании уроков, которые осуществляются в различных формах (лекции, лабораторные работы, домашние задания, проекты и т. д.). Они являются единственным источником информации и знаний, и это присваивает им функциональное доминирующее положение. Ссылочной системой знаний является школа. Ученики являются пассивными актерами в этом процессе, их роль заключается в том, чтобы учить то, что учителя преподают им во время учебных занятий, без проверки актуальности полученных знаний по отношению к социальным требованиям.

Во втором случае ученики являются главными актерами, которые хотят лучше подготовиться к тому, чтобы выгодно приспособиться к повседневной жизни. Таким образом, они становятся активными в процессе обучения, стремясь найти как можно больше источников знаний, прибегнув к информационным технологиям для их обнаружения и использования. Учителя являются не главным источником информации и знаний, а лишь одним из многих источников знаний. От классического метода передачи знаний во время уроков теперь переходят к созданию такой **среды обучения**, где ученики становятся искателями знаний. Учителя становятся в этом контексте переводчиками и гидами для учеников. Ссылочной системой знаний является сейчас общество, и в особенности рынок труда, а учебные программы должны включать требования всех заинтересованных сторон. Обеспечение качества образования становится, таким образом, **социальным требованием**, а заинтере-

сованные стороны имеют право оценивать содержание учебного процесса и, соответственно, улучшать его.

В философии менеджмента качества диалог и принятие совместного согласия всех партнеров в создании и мониторинге процессов является главным условием. Следовательно, учеников, как потребителей образовательных программ, следует поощрять к активному участию в обеспечении качества образования. Это является и частью политики по созданию культуры качества в школах.

Информация, которую можно получить от учеников, бывает разнообразной, с разной степенью полезности и подразумевает следующее: взаимоотношения ученик–преподаватель (сотрудничество, доступность, своевременность); преподавательская этика (честность в отношениях с учениками, позитивное отношение к ученикам); уровень сложности преподавательской деятельности, способность общения преподавателя (четкость и организованность в изложении мыслей); предоставленная информация соответствует ожиданиям учеников и непрерывно обновляется; полученные знания в процессе обучения (объем, качество, полезность знаний); степень внимания и интереса, которые вызваны обучением, справедливость в оценивании (правильность и объективность методов оценивания, четкое указание критериев оценивания); пристрастие учителя к выполнению преподавательской деятельности, выбор и использование наиболее подходящих методов обучения и оценивания, предложения по улучшению преподавания.

Заключение. В результате анализа подходов к обеспечению качества в образовании, научных исследованиях и тенденциях развития образования в Республике Молдова, России и Европейском союзе можно утверждать, что для обеспечения реального качества образования желательно внедрить систему менеджмента качества и непрерывно улучшать ее, систему, которая направлена на удовлетворение потребителей и других заинтересованных сторон для достижения совершенства и превосходства.

Список литературы

1. Brunello G., Comi S. Education and Earnings Growth // Evidence from 11 European Countries. <http://www.etla.fi/PURE/Italy%20-%20Egrowth52.pdf>
2. Кулекеев Ж. А., Пивень Г. Г., Нургужин М. Р. и др. Системы менеджмента качества в высшем образовании. Караганда, 2004. 356 с.
3. Поташник М. Управление качеством образования. М.: Пед. об-во России, 2004. 448 с.
4. Vaciu S. Менеджмент школы. Chişinău: Editura Ştiinţa, 2007. 55 с.
5. Третьяков П. И. Оперативное управление качеством образования в школе. М.: Изд-во «Скрипторий 2003», 2005. 568 с.
6. Азбукина Е. Ю., Куровский В. Н. Образовательные технологии и качество образования // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2003. Вып. 2 (34). С. 101–106.
7. Iosifescu Ş. Managementul educaţional pentru instituţiile de învăţământ (Педагогический менеджмент в учебных заведениях). Bucureşti: ISE-MEC, 2001. 368 с.

8. Таюрский А. И., Халимова Н. М. Педагогическая система управления качеством начального профессионального образования в Республике Хакасия // Вестн. Томского гос. пед. ун-та (Tomsk State Pedagogical University Bulletin). 2006. Вып. 10 (61). С. 111–115.
9. Стандарты ИСО. www.iso.org

Бачу С., доктор педагогических наук, доцент, директор Департамента менеджмента качества и развития куррикулума.

Молдавская академия экономических знаний.

Ул. Бэнулеску Бодони, 61, Кишинёв, Республика Молдова, MD2005.

E-mail: cdcfp@ase.md

Материал поступил в редакцию 11.10.2011.

S. Baciu

THE QUALITY OF THE EDUCATIONAL INSTITUTION: FOCUS ON MEETING THE NEEDS OF STUDENTS

The article analyzes the basic concepts related to quality management: customer satisfaction and product quality of the educational services. It is proposed a model to analyze the output of the activity of the institution, which can be classified as follows: Performance, Unsatisfied quality, Formal quality, Non-formal quality, Unsatisfied specifications, Unsatisfied needs, Waste.

Key words: *quality, quality management, standards, customer satisfaction, educational services.*

Moldova Academy of Economic Studies.

Ul. Banulescu Bodoni, 61, Chisinau, MD 2005, Moldova.

E-mail: cdcfp@ase.md