



Министерство высшего и среднего специального
образования
Республики Узбекистан

АНДИЖАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ З.М. БАБУРА

ФАКУЛЬТЕТ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И ФИЗИЧЕСКОГО
ВОСПИТАНИЯ

по направлению бакалавриата 5141900 – физическое воспитание и
физическая культура

Кафедра: «спортивных дисциплин и методики ее преподавания»

**Выпускная
квалификационная работа**

**НА ТЕМУ:
ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В КАДРАХ
С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ ДЛЯ СФЕРЫ ФИЗИЧЕСКОЙ
КУЛЬТУРЫ И СПОРТА УЗБЕКИСТАНА**

Выполнил:

Муллажонов.Ш.

Научный руководитель:

Давлатов. Э.

АНДИЖАН – 2013г

Содержание

ВВЕДЕНИЕ.....	3
ГЛАВА I. МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ	9
1.1. Современное состояние высшего образования в Узбекистане	9
1.2. Функции и задачи маркетинга в рыночной экономике.....	24
1.3. Специфика маркетинга на рынке образовательных услуг.....	29
1.4. Влияние качества профессионального образования	42
на спрос на рынке труда.....	42
ГЛАВА II. ПРОЦЕДУРЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СПРОСА НА СПЕЦИАЛИСТОВ С ВЫСШИМ ФИЗКУЛЬТУРНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ.....	57
ГЛАВА III. ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В КАДРАХ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ ДЛЯ СФЕРЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА.....	76
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	81
ЛИТЕРАТУРА	89
ПРИЛОЖЕНИЯ.....	Ошибка! Закладка не определена.

ВВЕДЕНИЕ

Своевременная и точная информация, массив знаний о конкретном объекте, изучение потребностей рынка, доказательные суждения и логические выводы - вот краеугольный камень решения главной, целевой задачи, которая стоит сегодня перед страной в условиях либерализации. А такой целевой задачей в докладе на заседании Кабинета Министров, посвященном итогам социально-экономического развития республики в 2000 году и приоритетным направлениям либерализации и углубления экономических реформ, Президент Узбекистана И.А.Каримов назвал **"уход от обанкротившейся, не оправдавшей себя централизованной, плановой, административной системы, внедрение рыночных механизмов хозяйствования"**.¹

Решение этой проблемы прямо и непосредственно связано с подготовкой кадров, поскольку, по мнению нашего Президента, которое разделяем и мы, **"наше будущее, будущее нашей страны полностью зависит от того, кто придет нам на смену, какие кадры мы воспитаем"** ². А воспитать новые кадры без новых знаний невозможно. Процесс этот длительный и сложный и требует пересмотра деятельности всех государственных и общественных организаций и, в первую очередь, органов и учреждений системы непрерывного образования.

Национальная программа по подготовке кадров (НППК), направленная на создание образовательной сферы, обеспечивающей формирование личности гражданина, высококомпетентного специалиста, поскольку судьба всех социально-экономических реформ и их результаты, в конечном счете зависят от того, насколько уровень знаний, профессионализм кадров соответствуют требованиям времени и осуществляемым в стране преобразованиям.

Приоритетное значение приобретает в настоящее время воспитание личности, направленное на развитие творческого мышления и инициативы на всех стадиях общеобразовательной и профессиональной подготовки. В качестве основных принципов трудовой деятельности выдвигается необходимость постоянного обновления знаний и освоения новых специальностей. Сегодня кафедры вузов должны не только отслеживать новые разработки в науке, технике и технологии и вводить эти новые данные в образовательный процесс, но и уметь наиболее выгодно продать свои услуги и своих подготовленных специалистов, т.е. осуществлять маркетинговые исследования по

¹ И.Каримов. "Правда Востока", 19 февраля 2001г.

² И.Каримов. Узбекистан, устремленный в XXI век, 1999 - С.17.

наблюдению, оценке и прогнозу профессионального образования, которые включают в себя определение следующих вопросов:

- каковы образовательные, производственные, товарные и иные потребности рынка в настоящий момент;
- какие конкретные направления образовательных и других услуг имеют спрос;
- какова цена услуг и товаров, которые может производить вуз, какова оценка прибыли;
- кто хочет и имеет возможность финансировать производство услуг (администрация, сами студенты, родители, государство, спонсоры) ?

Проведение маркетинговых исследований предполагает анализ широкого спектра проблем - от выявления категории жителей на рыночной территории, их потребностей до изучения специальных книг, журналов, телепередач, каталогов, опыта других образовательных учреждений (для сравнительного анализа) с целью формирования спроса на специалистов, на основе учета реального состояния и перспектив развития экономики в целом и ее отдельных отраслей, создание такого механизма прогнозирования, который бы гибко реагировал на происходящие структурные сдвиги экономических преобразований, обеспечивая тем самым государственное управление процессами подготовки, трудоустройства и занятости специалистов.

Сегодня в республике функционирует 64 высших образовательных учреждения, контингент которых превышает 170 тысяч человек и формирование системы отношений между вузом и обществом - неотложная задача в контексте углубления экономических реформ.

Следует иметь в виду и еще одно обстоятельство: до начала реформирования системы образования в нашей стране в течение ряда лет изучение потребностей в специалистах на научно-обоснованном уровне практически не производилось ни в масштабе республики, областей, отраслей экономики и социальной инфраструктуры, ни по направлениям (специальностям) образования и профессий, ни, тем более, по уровням квалификации (бакалавры, магистры) и образования (высшее, вузовское).

Необходимость взвешенных обоснованных решений руководства вуза по выбору оптимальных механизмов, обеспечивающих его финансовую устойчивость, возможность выполнения поставленных задач при подготовке кадров с высшим образованием, удовлетворение потребности сферы профессионального их применения – является актуальной социально-экономической и педагогической задачей. Здесь речь идет, в первую очередь об умелом распределении и использовании бюджетных средств и умении

привлечь разного рода инвестиции. Это проблема особенно остро стоит в связи с финансированием новой для нашей страны формы подготовки специалистов с высшим образованием – магистратуры, т.к. для них проводится преимущественно в индивидуальном порядке научно-исследовательская, педагогическая и производственная практика, что связано с дополнительными затратами на оплату индивидуальных руководителей, соответствующие контракты с организациями, предприятиями и т.д. К этому следует прибавить конкурентоспособность выпускников, требующую особого внимания к престижу вуза – учебным программам, методам и средствам обучения, оснащенности современным оборудованием.

В условиях нового времени, когда рухнули канонические основы тоталитарных норм управления хозяйством, когда неспешность и неоперативность одних может обернуться неэффективностью или даже крахом других - информированность становится залогом успеха. Несомненно, что только информированность, а точнее, осведомленность (именно так это слово переводится с латинского) позволяют правильно оценить ситуацию, взвесить все возможные варианты достижения поставленной цели и, мобилизовав усилия, взять на себя ответственность за оптимальный, прогнозируемый результат.

Степень разработанности проблемы. Общая теория маркетинга разработана в трудах зарубежных ученых таких, как Б.Берман, Ф.Кетлер, Г.Латтау, Дж. Эванс, Г.Абрамашвили, Д.И.Баркан, П.С.Завьялов, В.Е.Хруцкий, А.Ю.Юданов, Панкрухин, Ю.А.Аванесов.

Исследование потребности в услугах проведены С.Д.Бодруновым, С.М.Майоровым, В.Ф.Уколовым, У.Г.Зинуровым, Ю.Зуевым и П.Новиковым.

Например, в работе П.Н.Новикова и В.М.Зуева «Опережающее профессиональное образование» (2002) рассмотрены экономические аспекты подготовки кадров с высшим образованием в Российской Федерации, а также пути и средства обеспечения опережающего образования. В книге М.Х.Саидова и М.А.Исманова «Менеджмент и инновации современного профессионального образования» (2002) изложены сегодняшний день образования в Узбекистане и его стратегия в новых условиях, рассмотрены вопросы менеджмента образования.

За рубежом отдельные маркетинговые и граничащие с маркетингом исследования и разработки в сфере образования велись такими учеными и специалистами-организаторами образования как S.Heptonstall, V.Chinapah, K.Gellert, L.Kavazos, T.lupton, D.Sink и другие, в т.ч. под эгидой или в рамках мероприятий ЮНЕСКО, СЕПЕС и др.

Теория и практика маркетинга образовательных услуг в Узбекистане разрабатывалась отечественными учеными – Г.Н.Ахуновой, С.Гулямовым, С.Саидовым, В.Перегудовым, Д.Мухитдиновым, Ж.Жалаловым, Г.Г.Назаровой и др. В докторской диссертации М.Х.Саидова (2001) и последующих публикациях³, исследованы проблемы экономики высшего образования Республики Узбекистан, проанализированы отдельные проблемы маркетинга в сфере высшего образования, освещены локальные вопросы в данном направлении научного поиска и практической реализации маркетинговой деятельности.

Тем не менее, несмотря на существенную ценность проведенных ранее исследований по отдельным аспектам проблемы маркетинга на рынке образовательных услуг (РОУ) и, особенно в сфере профессионального образования, уровень ее разработанности не соответствует потребностям развития общества, науки, техники, технологий, требованиям НППК.

Это составляет *объективный фактор и противоречие* между уже проводимыми преобразованиями и научными изысканиями в сфере маркетинга РОУ и требованиями НППК, а также перспективами социально-экономического развития Республики Узбекистан.

В этой связи возникла объективная необходимость определить приоритетные направления развития целостной системы маркетинга РОУ, соединить воедино разрозненные ее элементы.

Конечным результатом предпринимаемых мер по оптимизации маркетинговой деятельности должно стать повышение эффективности системы образования, повышение качества подготовки кадров, оптимизация взаимодействия РОУ и рынка занятости, снижение издержек и напряженности на РОУ.

Преодоление отмеченных выше противоречий, а также необходимость решения указанных аспектов проблемы, обуславливают *актуальность* и определили *выбор* конкретной темы исследования.

Цель исследования: Разработать основные направления и комплекс методических инструментов маркетинга и организационно-управленческих мер по его реализации в целях эффективного функционирования отечественного физкультурного образования.

На основе цели сформулированы следующие **задачи исследования:**

³ См., например: М.Х.Саидов. Экономика, инвестиции и маркетинг высшего образования. Т.: Молия, 2002.

1. Определить роль и значение маркетинга на РОУ, его становление и развитие в Узбекистане.

2. Проанализировать состояние маркетинга в сфере высшего физкультурного образования, наметить пути и методы его совершенствования в условиях либерализации и углубления социально-экономических реформ.

3. С учетом перспектив развития РОУ в сфере высшего физкультурного образования и на основе прогнозных расчетов, определить тенденции изменения спроса на подготовку кадров с высшим физкультурным образованием, соответствующие образовательные услуги и степень удовлетворения в их потребности рынка труда и занятости.

4. Выявить на основе маркетингового анализа основные факторы, влияющие на количество и качество подготавливаемых высшей физкультурной школой кадров.

Предмет исследования составили специфические формы и методы, технологии и инструментарий маркетинговой деятельности на РОУ по подготовке кадров с высшим физкультурным образованием и удовлетворения ими сферы физической культуры и спорта республики.

Объектом исследования является маркетинговая деятельность на рынке образовательных услуг по подготовке кадров с высшим физкультурным образованием, принципы и закономерности развития маркетинга в условиях реализации целей и задач государственного и общественного строительства в Республике Узбекистан, удовлетворения профессиональными физкультурными кадрами сферы физической культуры и спорта республики.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что:

1. выявлено содержание рынка образовательных услуг, его специфических особенностей в зависимости от характера потребностей участников РОУ, услуг и продукции образовательных учреждений, проявления социально-экономических отношений на данном рынке;

2. определены количество кадров с высшим физкультурным образованием на перспективу и пути их качественной подготовки, обоснована целесообразность концентрации подготовки кадров в крупных образовательных учреждениях, располагающих всеми необходимыми условиями для предоставления образовательных услуг на должном уровне;

3. раскрыты основные причины и факторы неудовлетворительного качества подготовки кадров с высшим физкультурным образованием, разработан комплекс

мероприятий, направленных на их устранение, а тем самым повышение степени удовлетворенности потребителей образовательных услуг;

4. обоснованы пути, формы и методы совершенствования маркетинговой деятельности в системе высшего физкультурного образования.

Практическая значимость работы состоит в том, что комплекс рекомендаций и конкретных предложений могут быть использованы соответствующими органами управления различного уровня при определении стратегии и тактики дальнейшего развития физкультурного образования.

Основные положения, выносимые на защиту:

1. методики и процедуры определения потребности в кадрах с высшим образованием для сферы физической культуры и спорта;

2. направленность и динамика изменения спроса на подготовку кадров с высшим физкультурным образованием, соответствующие образовательные услуги и степень удовлетворения в их потребности рынка труда и занятости;

3. современное состояние развития системы высшего образования в республике;

4. состояние маркетинга в сфере высшего физкультурного образования, пути и методы его совершенствования в условиях либерализации и углубления социально-экономических реформ;

5. основные факторы, влияющие на количество и качество подготавливаемых высшей школой физкультурных кадров, выявленные на основе маркетингового анализа.

ГЛАВА I.

МАРКЕТИНГ В СФЕРЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УСЛОВИЯХ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ

1.1. Современное состояние высшего образования в Узбекистане

Новые отношения требовали качественно нового уровня знаний, связанных с либерализацией экономики, устойчивым и эффективным развитием механизмов рыночных структур. Это обстоятельство самым тесным образом связано с коренными преобразованиями в системе образования, поскольку Узбекистан, строящий открытое, цивилизованное, демократическое общество и старая идеологизированная система, сложившаяся в условиях диктата централизованной экономики, уже несовместимы.

Сегодня можно считать, что весь ход реформирования основ общественной жизни в Узбекистане подтвердил правильность сделанного выбора: республике в значительной мере удалось избежать тех негативных последствий, которые сопровождали процессы реформирования на постсоветском пространстве.

Итак, на первом этапе реформ решались задачи, связанные с ликвидацией наследия административно-командной системы: нужно было преодолеть кризис, стабилизировать экономику, обеспечить социальную защиту людей, предоставить им гарантии того, что проводимые реформы не скажутся отрицательно на уровне их жизни.

Еще одна особенность реформ состояла в том, что старое не отбрасывалось, а напротив, было признано, что существовавшую инфраструктуру следует рассматривать с точки зрения возможностей использования того, что уже есть, накоплено многолетним трудом народов, населявших страну. В результате темпы падения производства и его размеры оказались заметно более низкими, чем в других республиках бывшего Союза.

В своей книге "Узбекистан, устремленный в XXI век" Президент Республики И. Каримов пишет "... Какие бы задачи мы сегодня ни ставили, какие бы проблемы нам не пришлось решать, в конечном счете все упирается в кадры и только в кадры".

Особая роль в решении этой задачи принадлежит Национальной программе подготовки кадров, главным приоритетом которой стало формирование личности.

Помимо национальной концепции образования в Узбекистане принят закон "Об образовании», ряд нормативных документов. Особое же внимание уделено развитию среднего специального образования, что вызвано стремлением предоставить людям

возможность как можно быстрее получить профессию, самоопределиться, иметь возможность заработать себе на жизнь профессиональным трудом.

Уже к 2004 году в системе подготовки кадров среднее профессиональное образование занимало доминирующее положение, к этому времени было подготовлено 59 тысяч специалистов по 33 направлениям, по 218 специальностям. Ежегодно в средние профессиональные учебные заведения поступали около 27 тысяч выпускников 9-х (4 года обучения) и 45 тысяч выпускников 11-х классов (2 года обучения).

Высшее образование, доступ к которому на первой ступени предоставляется на базе среднего специального, профессионального образования (до 2009 года также и выпускникам средних школ) является самостоятельным видом системы непрерывного образования и осуществляется в соответствии с законами Республики Узбекистан «Об образовании» и «О Национальной программе по подготовке кадров».

Целью высшего образования является обеспечение подготовки квалифицированных, конкурентоспособных кадров, отвечающих современным требованиям к качеству специалистов с высшим образованием, для самостоятельной работы по выбранному направлению (специальности) области знаний, способных обеспечить научно-техническое, экономическое, социальное и культурное развитие республики и обладающих высокими духовными, культурными и нравственными качествами.

Система высшего образования состоит из:

- высших образовательных учреждений, реализующих образовательные и профессиональные программы в соответствии с государственными образовательными стандартами независимо от форм собственности и ведомственной подчиненности;
- научно-педагогических учреждений, выполняющих исследовательские работы, необходимые для развития высшего образования;
- органов государственного управления образованием, а также подведомственных им предприятий, учреждений и организаций.

Продекларированная государственная политика в области высшего образования основана на принципах:

- гуманистического, демократического характер обучения и воспитания;
- приоритетности университетского образования;

- непрерывности и преемственности среднего специального, профессионального, высшего и послевузовского образования;
- светского характера системы образования;
- общедоступности образования в пределах государственных образовательных стандартов;
- единства и дифференцированности подхода к выбору программ обучения;
- поощрения одаренности и таланта;
- сочетания государственного и общественного управления в системе высшего образования;
- интеграции высшего образования, науки и производства.

Прием студентов в высшие образовательные учреждения осуществляется путем определения уровня знания абитуриентов по результатам тестовых испытаний и дополнительных испытаний, определяемых в установленном порядке.

Обучение в высших образовательных учреждениях производится за счет государственных грантов и на платно-контрактной основе.

Высшее образование имеет две ступени: бакалавриат и магистратуру.

Бакалавриат - базовое высшее образование, дающее фундаментальные и прикладные знания по направлению подготовки с продолжительностью обучения не менее четырех лет.

По завершении бакалаврской программы выпускникам по итогам государственной аттестации присуждается степень «бакалавр» по направлению подготовки и выдается диплом государственного образца.

Магистратура - высшее образование с фундаментальными и прикладными знаниями по конкретной специальности направления подготовки с продолжительностью обучения не менее двух лет доступ к которому осуществляется на конкурсной основе только на базе бакалавриата.

По завершении магистерской программы выпускникам по итогам государственной аттестации присуждается степень «магистр» по конкретной специальности направления подготовки и выдается диплом государственного образца.

Дипломы государственного образца бакалавра и магистра дают право их обладателям заниматься профессиональной деятельностью в соответствии с

направлением подготовки (специальностью) или продолжить обучение в образовательных учреждениях последующего вида.

Вставка 3.4. Из истории высшего образования до принятия независимости.

Идеи создания светского национального университета появились в конце XIX века в Туркестане - родине великих мыслителей Востока. Эти идеи нашли свое отражение в периодических изданиях жадидов (реформисты-сподвижники) *Таржимон* (Переводчик) и *Ойна* (Зеркало). Был образован инициативный совет из числа свободомыслящих представителей нации, который разработал систему и направления образования, структуру факультетов и проекты учебных планов.

12 мая 1918 года в одном из монументальных зданий старого города (впоследствии в этом здании размещался ТЮЗ) известный просветитель Мунавваркори Абдурашитхонов (1878-1931), первый ректор Национального университета, объявил о его готовности к началу своей деятельности. На первом этапе своей деятельности Национальный университет вел обучение на трех уровнях образования: начальном, среднем и высшем. На высшем уровне образования функционировали пять факультетов: литературы и философии, экономики и социологии, земледелия и животноводства, естествознания и математики, а также промышленности и техники. Несмотря на короткий период уже в 1921 году была налажена подготовка специалистов по физике, математике, медицине, социальной экономике, технике, истории и филологии, сельскому хозяйству, военному делу; кроме того, осуществлялась подготовка специалистов на рабфаке.

Национальный университет, будучи родоначальником и ведущим учебным заведением страны, стал базой для организации региональных филиалов и самостоятельных высших образовательных учреждений республики.

В годы советской власти, до обретения национальной независимости, в республике функционировало 42 высших учебных заведения, в том числе три государственных университета (Ташкентский, Самаркандский и Каракалпакский), 14 педагогических или языково-педагогических, 9 инженерно-технических, 3 сельскохозяйственных, 7 фармацевтических, 3 института искусства и культуры, а также по одному институту народного хозяйства, кооперативного, физической культуры и спорта. Почти половина этих вузов (19) были расположены в гг.Ташкенте и Самарканде (по 5), Андижане (4), Бухаре (3). Таким образом, три четверти вузов республики находились в четырех городах.

Подготовка кадров по многим важным специальностям осуществлялась в центральных вузах бывшего Советского Союза и доступ к ним выпускников школ республики был ограничен по многим причинам. Учебные планы и программы дисциплин, по которым преподавали в вузах республики, утверждались в союзном центре и внесение каких-либо изменений с учетом региональных особенностей не допускалось.

Образовательные учреждения высшего образования. Высшие образовательные учреждения являются юридическими лицами. В республике установлены следующие типы высших образовательных учреждений:

университет - реализует образовательные программы высшего и послевузовского образования по широкому спектру областей знаний и направлений подготовки;

академия - реализует образовательные программы высшего и послевузовского образования по конкретной области знаний и направлениям подготовки;

институт - реализует образовательные программы высшего и, как правило, послевузовского образования по конкретным направлениям подготовки в пределах одной области знаний.

Законодательство позволяет образовывать негосударственные образовательные учреждения высшего образования. Такое образовательное учреждение приобретает право на образовательную деятельность с момента его государственной аккредитации и подлежит аттестации в установленном порядке.

Аттестация высших образовательных учреждений, независимо от ведомственной подчиненности и форм собственности, а также профессорско-преподавательского состава проводится управлением контроля качества подготовки кадров, аттестации педагогических кадров и образовательных учреждений государственного центра тестирования в соответствии с положением, утвержденным Кабинетом Министров Республики Узбекистан. Любое высшее образовательное учреждение может быть лишено государственной аккредитации по результатам аттестации.

Организация учебно-воспитательного процесса. Для организации учебного процесса в вузах формируются факультеты, отделения, кафедры и академические группы студентов.

Образовательный процесс в вузах строится в соответствии с государственными образовательными стандартами и регламентируется учебными планами, календарными

учебными графиками и расписанием занятий. Установлены следующие виды учебных занятий: лекция, консультация, семинар, практическое занятие, лабораторная работа, контрольная работа, коллоквиум, самостоятельная работа, практика, курсовое проектирование (работа), итоговая аттестационная работа.

Для всех видов аудиторных занятий установлен академический час продолжительностью 45 (или 40 для парных лекций без перерыва) минут. Перерыв между занятиями не менее 10 минут. Учебный год в высших образовательных учреждениях делится, как правило, на два семестра, каждый из которых заканчивается подведением итогов успеваемости (показателей рейтинга) студентов. Успеваемость студентов определяется показателями рейтинга.

Перевод успевающих студентов с курса на курс производится приказом руководителя образовательного учреждения по представлению декана факультета. Условный перевод не допускается. Студентам, по уважительной причине не выполнившим требований учебного плана, дается возможность ликвидировать академическую задолженность до начала нового учебного года или им предоставляется академический отпуск. Студенты, не освоившие установленный в соответствии с государственными образовательными стандартами объем образовательных профессиональных программ в установленные сроки, подлежат к отчислению из высшего образовательного учреждения.

Обучение в вузе завершается обязательной итоговой аттестацией выпускников в соответствии. Профессиональная пригодность и качество подготовки кадров с высшим образованием оценивается также заказчиками и потребителями.

Образовательно-профессиональные программы высшего образования могут осваиваться в различных формах: очной, заочной, в форме экстерната и дистанционного образования. С разрешения руководителя высшего образовательного учреждения возможен переход из одной на другую форму образования, в том числе из других образовательных учреждений, в пределах одного направления образования. Допускается одновременное получение второго образования в иной форме на платно-контрактной основе.

Студенты, обучающиеся на базе государственных грантов по очной форме обучения, обеспечиваются стипендиями в порядке и размерах, установленных Кабинетом Министров Республики Узбекистан. Наиболее одаренные студенты могут стать

обладателями именных стипендий. Студентам, обучающимся в заочной форме, по месту их работы предоставляется оплачиваемый отпуск на период учебы и сдачи экзаменов.

Экстернат - самостоятельное изучение обучающимся дисциплин согласно образовательно-профессиональной программе высшего образования по избранному направлению подготовки (специальности) с последующей аттестацией (текущей и итоговой) в высшем образовательном учреждении.

Дистанционное образование - освоение образовательных и профессиональных программ без отрыва от основной деятельности, на расстоянии от места расположения образовательного учреждения. Оно базируется на использовании современных информационных технологий и технических средств телекоммуникаций.

Перечень направлений подготовки (специальностей), по которым допускается только очная форма получения высшего образования, устанавливается Кабинетом Министров Республики Узбекистан.

Реформы в системе высшего образования. Первый этап реформ в системе высшего образования, который можно назвать этапом структурной перестройки высшего образования, относится преимущественно к 1991-1995 гг. Основными направлениями реформирования высшего образования в этот период были приняты:

приоритетность университетского образования. Были созданы Ташкентский государственный технический университет, Ташкентский государственный экономический университет, Университет мировой экономики и дипломатии, Ташкентский исламский университет, на базе соответствующих областных педагогических институтов образованы Андижанский, Бухарский, Гулистанский, Каршинский, Наманганский, Ферганский, Ургенчский университеты. Статус университетов был также придан Ташкентскому институту иностранных языков и Ташкентскому сельскохозяйственному институту;

разукрупнение и специализация учреждений высшего образования. Так, на базе крупного Ташкентского политехнического института были созданы помимо уже упоминавшегося Ташкентского государственного технического университета, еще два вуза: Ташкентский химико-технологический институт и Ташкентский архитектурно-строительный институт. От Ташкентского государственного университета выделился в самостоятельный вуз Ташкентский государственный институт востоковедения;

регионализация высшего образования. Для того, чтобы преодолеть перекос в размещении высших образовательных учреждений, три четверти из которых размещалось в нескольких крупных городах, а основная часть – в г. Ташкенте, стали создаваться вузы во всех регионах страны. Это и уже упоминавшиеся 7 региональных университетов и созданные на базе филиалов Ташкентских вузов Джизакский политехнический институт, Каршинский инженерно-экономический институт, Наманганский инженерно-экономический институт, Навоийский государственный педагогический институт. Каждое высшее образовательное учреждение имело конкретную программу перестройки форм и содержания образования в соответствии с полученным новым статусом.

Второй этап реформ в системе высшего образования был начат в 1996 году, когда была разработана Концепция развития высшего образования. Данный документ после обсуждения в вузах республики был опубликован в республиканских СМИ для широкого обсуждения с участием всех слоёв общества. Основными приоритетами этого этапа были:

переход на двухступенчатую систему высшего образования с выделением обучения в бакалавриате и магистратуре;

позэтапное сокращение приема в высшие образовательные учреждения на период до разработки новых учебных программ, планов, учебников и переподготовки кадров;

переход на новую систему финансирования системы высшего образования, предусматривающую финансирование из бюджетных средств в форме государственных грантов для студентов, показавших лучшие результаты на тестовых испытаниях и за счет частных источников в форме приема студентов на платно-контрактной основе;

полный переход на прием студентов на базе вступительных тестовых испытаний (вместо ранее установленных устных и письменных экзаменов), которые проводились в один день и время на всей территории страны с использованием современных компьютерных технологий.

Доступность высшего образования в республике обеспечивают 66 высших образовательных учреждений, в числе которых 18 университетов, 42 института, 2 академии. Кроме того, в г. Ташкенте имеются Вестминстерский университет, филиалы Российской экономической академии им. Г.В. Плеханова, Московского государственного университета им. М.Ю. Ломоносова. С 1 сентября 2007 года начнет свою деятельность филиал Российского университета нефти и газа имени Губкина. С учетом филиалов различных вузов число учреждений высшего образования достигло 72, из которых 35, или почти половина всего их числа, размещены в регионах, что позволяет повысить

доступность этого вида образования для многих выпускников школ и учреждений среднего специального профессионального образования. Вместе с тем, г. Ташкент продолжает оставаться крупнейшим центром, предоставляющим высшее образование, в нем размещено 37 высших образовательных учреждений.

Среди вузов страны 22 – ведут подготовку в сфере образования, 15 – промышленности, строительства, транспорта и связи, 5 – медицины, 4 – сельского хозяйства, 9 - экономики и права, 7 – для других отраслей.

В вузах республики обучается 286,3 тыс. студентов, в том числе 273,7 тыс. – в бакалавриате и 12,6 тыс. – в магистратуре, в числе студентов обучаются на платно-контрактной основе 69% – в бакалавриате и 75%. – в магистратуре. За период с 2000 года, то есть за семь последних лет численность ежегодно принимаемых в вузы увеличилась более, чем на треть, а численность обучающихся в вузах - более, чем в 1,5 раза.

Еще более динамично развивается магистратура. Число ежегодно принимаемых за указанный период увеличилось более, чем в 2 раза, а обучающихся – более, чем в 3 раза.

Таблица 1

Динамика развития высшего образования за 2000-2006 гг.

тыс.чел.

	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2006 г. в % к 2000 г.
Сеть вузов (един.)	61	61	62	62	63	62	62	101,6
Прием в вузы (чел.)	44,7	50,6	54,6	61,0	59,3	59,6	61,1	136,7
бакалавриат	41,9	46,6	50,6	56,1	54,2	54,2	55,4	132,2
магистратура	2,8	4,0	4,0	4,9	5,1	5,4	5,7	203,6
Численность обучающихся	183,6	207,2	232,2	254,4	263,6	278,7	286,3	155,9
бакалавриат	179,6	200,4	223,5	244,9	253,2	267,4	273,7	152,4
магистратура	4,0	6,8	8,7	9,5	10,4	11,3	12,6	315,0
Выпуск из вузов	31,6	36	39,8	45,5	52,8	57,8	60,7	192,1
их доля в % к общей численности	35,9	33,8	32,3	32,3	31,3	31,2	27,4	

Международный опыт имеет две модели приема в вузы: с ограничением доступа и без ограничения доступа. Большая часть государств мира централизованно или децентрализованно ограничивает доступ к обучению в вузах. Критериями ограничения обычно служат объем бюджетного финансирования, наличие ресурсного потенциала вузов, позволяющее обеспечить качественное образование, а также результаты вступительных экзаменов (или тестовых испытаний) тех, кто желает получить высшее образование. Во многих странах (Японии, Южной Корее, Китае и др.) устанавливаются достаточно высокие критерии оценок и баллов, которые нужно получить для поступления в высшие образовательные учреждения. Такой подход изначально обеспечивает высокое качество обучения в вузах, поскольку позволяет отобрать преимущественно наиболее одаренную и хорошо подготовленную молодежь.

При децентрализованной системе квоты приема в каждый вуз определяет само высшее образовательное учреждение, исходя из своих ресурсных возможностей. Эта квота служит границей отсека для абитуриентов, показавших худшие результаты на конкурсных вступительных испытаниях.

Кроме того, ограничение доступа к высшему образованию во многих странах связано с его платностью и размером оплаты. Многие желающие не имеют возможность учиться, и даже участвовать в конкурсных испытаниях из-за недостаточности финансовых ресурсов для получения высшего образования.

При неограниченном приеме в вузы, а такая модель наиболее часто встречается в развитых европейских странах, доступ к высшему образованию очень широк и не охватывает все население только по причине самоограничений по различным семейным и индивидуальным причинам. Эффективность обучения в вузах при такой системе не всегда высока, поскольку поступившие на учебу заведомо слабые студенты либо не усваивают программу и остаются на повторное обучение, либо общие требования к студентам усредняются или понижаются до уровня относительно слабых студентов. Однако такая система обеспечивает высокий средний уровень образования в стране и позволяет не отсекал талантливых, но материально не очень обеспеченных юношей и девушек от высшего образования.

Доступность высшего образования для выпускников школ и средних специальных образовательных учреждений в Узбекистане ограничивается несколькими факторами:

установлением ограниченного количества квот для приема в высшие образовательные учреждения не только для обучения по государственным грантам, но

также и на платной основе. Вместе с тем, размеры квот для поступления в вузы часто не связаны с их ресурсным и кадровым потенциалом, а устанавливаются централизованно на основе достаточно субъективных оценок органов государственного регулирования потребности рынка труда в тех или иных специальностях;

результатами тестовых испытаний, граничные размеры которых устанавливаются для каждого вуза в отдельности. В результате такой системы двойных ограничений абитуриенты, набравшие высокие, но недостаточные баллы для поступления в один вуз, не имеют возможности поступить с этими баллами в другой вуз аналогичного профиля. Многие талантливые абитуриенты из-за такой системы теряют учебный год, а иногда и возможность получить высшее образование;

относительно высокой платой за обучение для тех, кто обучается на платно-контрактной основе. Хотя годовая плата за обучение в эквиваленте составляет 400-800 долларов США в год, для малообеспеченных семей она непосильна. Существующая система получения образовательных кредитов практически недоступна для малообеспеченных семей, поскольку требует гарантий или залогового обеспечения, которое малообеспеченные семьи часто предоставить не могут;

худшими возможностями для обучения девушек, по сравнению с юношами. Доля девушек среди студентов высших образовательных учреждений составляет 40%, что связано в основном, с самоограничением семей по обучению девушек в вузах. Причинами самоограничений могут быть отдаленность вузов и традиционное для мусульманских стран нежелание родителей отпускать девушек далеко от дома, замужество девушек до окончания учебного заведения и нежелание новых семей дать возможность продолжать образование девушки, недостаточность стимулов у семей с малым и со средним достатком расходовать средства на обучение дочери на платной основе, не зная того, сможет ли она продолжить учебу, попав в новую семью после замужества и т.п.;

отсутствием системы инклюзивного обучения молодых людей с ограниченными физическими возможностями (инвалидов).

Вместе с тем, доступность высшего образования расширяется с применением таких новых форм обучения, как экстернат, вечернее и заочное обучение и дистанционное обучение.

Качество высшего образования обеспечивается внедрением Государственных образовательных стандартов (ГОСы) по 149 направлениям бакалавриата и 650

специальностям магистратуры. Важной составляющей качества высшего образования является непрерывность и преемственность общего среднего, среднего специального, профессионального и высшего образования.

В системе высшего образования создан Фонд развития высших образовательных учреждений, средства которого направляются на создание новых учебников, улучшение материального состояния учебных корпусов и места проживания студентов, внедрение современных информационных технологий. Благодаря этому, высшими образовательными учреждениями создано более 3400 наименований учебной литературы нового поколения. Кроме того, созданы современные эффективные источники профессиональной информации как электронная интеллектуальная учебная литература (более 170 наименований) и электронная версия обычной учебной литературы (более 2900 наименований).

Во всех вузах разработаны и внедрены конспекты лекций, методические разработки по лабораторным работам и практическим занятиям, методические указания по курсовым проектам (работам) и квалификационной практике, методические разработки по выпускным квалификационным работам бакалавров и магистерским диссертациям, другая методическая документация. Внедрены новые учебные планы, предусматривающие сокращение объема аудиторных занятий (с 36 часов до 32), увеличение трудоемкости самостоятельной работы студентов, что способствует развитию у студентов навыков самостоятельной работы.

Создана корпоративная информационная система министерства высшего и среднего специального образования, которая позволила объединить в единое информационное поле вузы республики, внедрить элементы электронного документооборота, повысить эффективность управления и взаимосвязь между вузами. Внедрена программа содержательного наполнения общественно-образовательной информационной сети ЗиёNET историческими, научными, культурными, нравственно-идеологическими, информационными ресурсами. В портале Министерства высшего и среднего специального образования создана база с полными текстами 8798 электронных учебных источников. В корпоративную информационную сеть министерства введены электронные паспорта всех вузов и информация обо всех преподавателях, обучающихся студентах в бакалавриате, магистратуре и аспирантуре (в том числе, информация о показателях успеваемости), что позволяет осуществлять постоянный мониторинг учебно-воспитательного процесса.

Фундаментальные библиотеки вузов оснащены компьютерной, множительной техникой, средствами обмена и доставки информации. В них внедряется система автоматического формирования фонда и поиска информации «Ирбис». Современные библиотеки, наряду с традиционным фондом на бумажных носителях, располагают электронными версиями книг, электронными учебниками, как собственной разработки, так и приобретаемых из-за рубежа.

Вместе с тем, качество образования в вузах вызывает многочисленные нарекания как у обучающихся и их родителей, так и у основных потребителей выпускников вузов. Особенно низкое качество обучения в магистратуре.

В первую очередь, это связано с тем, что:

учебный процесс в вузах Узбекистана чрезмерно перегружен изучаемыми предметами. Если в ведущих зарубежных вузах западных стран за семестр изучается не более 3-4 предметов, то в отечественных вузах их число достигает 10-14 предметов. В результате большинство предметов изучается не с должной углубленностью и проработкой специфических (связанных с будущей профессией) деталей. К примеру, в соответствии с государственными стандартами максимальный объем учебной нагрузки студента в неделю в Узбекистане составляет 54 часа, из них аудиторная учебная нагрузка – до 32 часов и самостоятельная – не менее 22 часов. В университетах развитых стран аудиторная учебная нагрузка – до 24 часов, а самостоятельная работа – до 30 часов;

большой объем учебной нагрузки приходится на аудиторные занятия и весь учебный процесс настроен на такой режим учебы. Студенты не имеют достаточной временной возможности заниматься самостоятельно. Аудиторная нагрузка на преподавателей по сравнению с ведущими зарубежными вузами также велика, а заработная плата за один учебный аудиторный час – низка. Это приводит к не отвечающему требованиям времени качеству обучения студентов;

оснащенность лабораторий и учебного процесса в вузах не соответствует требованиям времени. Многие виды учебного и лабораторного оборудования либо отсутствуют, либо устарели. Особенно страдает от этого качество обучения студентов технических и инженерных специальностей;

зачастую формально осуществляется практика и стажировка студентов. В большинстве случаев именно по этой причине она не является действенным компонентом учебного процесса и обеспечения нужного качества подготавливаемых специалистов;

на качестве обучения в вузах, особенно естественно научных и технических специальностей, сказывается невысокий и снижающийся уровень преподавания в школе и средних специальных профессиональных учебных заведениях таких дисциплин, как математика, физика, химия, биология;

недостаточный уровень стимулирования преподавательского труда является причиной не только невысокого качества преподавания, но и вузовской коррупции, которая, к сожалению, стала достаточно распространенным явлением во многих высших учебных заведениях;

рейтинговая оценка знаний студентов, опирающаяся в значительной мере на тестовые испытания, не оправдывает в полной мере надежды, которые возлагались на нее как на средство, обеспечивающее прозрачность оценки знаний и борьбы с коррупцией. При этом формализация оценки знаний часто приводит к потере качества образования, поскольку студенты нацеливаются не на получение обширных всесторонних и глубоких знаний, а только на ответы на формализованные вопросы;

магистерские программы и учебные планы плохо проработаны, недостаточно связаны с программами обучения в бакалавриате. Нет достаточного числа учебников и учебных пособий, методической литературы. Невысокий уровень квалификации преподавателей, ведущих занятия в магистратуре, пока не позволяет реализовать в полной мере идею высококачественного двухступенчатого образования.

Педагогические кадры вузов. В системе высшего образования страны работает более 20 тысяч человек профессорско-преподавательского состава (ППС), в составе которых профессоров, докторов наук – 8,2 %; доцентов, кандидатов наук – 35,2 %.

В целях стимулирования и повышения ответственности за результаты работы, внедрен в практику порядок определения рейтинга деятельности преподавателей вузов.

Принято Постановление Кабинета Министров «О дальнейшем совершенствовании системы переподготовки и повышения квалификации педагогических кадров», предусматривающий обязательное, дифференцированное прохождение повышения квалификации профессорско-преподавательским составом, сертификацию и оценку результатов. С целью государственной поддержки повышения квалификации педагогов учрежден Президентский фонд «Исътедод», что переводится на русский язык как «Прогресс». Только по грантам этого фонда в ведущих учебных заведениях развитых стран мира повысили квалификацию 935 педагогов республики; а если учесть все каналы

повышения квалификации, то до конца 2006 года прошли стажировку или повысили свою квалификации около 3000 педагогов

В целях оптимального использования кадровых ресурсов в образовательном процессе введены в действие «Типовые штаты высших образовательных учреждений».

При сравнительном внешнем благополучии кадрового обеспечения высшего образования, начал вырисовываться дефицит их наиболее квалифицированной части. За 2000-2006 гг. число кандидатов наук в расчете на 1 вуз сократилось со 108 до 103 человек. Из-за низкого притока в сферу высшего образования докторов наук, нагрузка студентов на них за этот период увеличилась со 131 до 191 человек, или почти в 1,5 раза.

Таблица 2

**Динамика численности ППС в расчете на 1 вуз и его нагрузки
за 2000-2006 гг.**

тыс.чел.

	2000 г.	2001 г.	2002 г.	2003 г.	2004 г.	2005 г.	2006 г.	2006 г. в % к 2000 г.
Число ППС на 1 вуз	302	325	349	360	360	373	377	124,9
- всего								
из них:								
докторов наук	23	28	23	24	23	23	24	105,4
кандидатов наук	108	110	113	116	113	116	103	95,4
с высшим образованием	171	187	214	220	224	234	250	146,2
Число студентов на 1-го преподавателя	177	171	216	224	232	257	254	143,9
- всего								
из них на:								
Доктора наук	131	122	166	170	176	199	191	145,5
кандидата наук	28	31	33	35	37	39	45	160,8
с высшим образованием	18	18	17	19	19	19	18	104,6

Большинство преподавателей вузов сами плохо связаны с практикой и потому могут преподавать студентам лишь теоретические знания. Лучшие преподаватели

зарубежных вузов обычно либо имеют большой опыт работы в конкретных фирмах и компаниях, либо совмещают процесс преподавания с работой в таких фирмах в различном качестве (консультантов, специалистов и т.д.).

Международные связи и сотрудничество в системе высшего образования. В целях повышения качества учебного процесса и повышения квалификации преподавателей Минвуз республики разворачивает широкое международное сотрудничество.

Помимо уже созданных совместных филиалов ведущих вузов других стран (Международный Вестминстерский университет, филиал Российской Академии им.Г.В.Плеханова; филиал Московского государственного университета им. М.Ломоносова, создаваемый филиал Российского Института нефти и газа им. Губкина в г. Ташкенте), в Самаркандском государственном университете совместно с Болонским (Италия) университетом открыта магистратура. Ведётся работа по созданию предпосылок для совместной подготовки кадров с Японией, Голландией и Испанией. Например, Испанская сторона для развития совместных форм подготовки кадров с Узбекским Государственным Университетом мировых языков предоставила льготный кредит в размере 25 млн. евро. Налажено тесное плодотворное сотрудничество с рядом ведущих университетов мира, такими как Кембриджский, Сорбонна, Оксфорд, Гарвард и др. Японское правительство оказало безвозмездную помощь Ташкентскому институту текстильной и легкой промышленности в размере 440 млн.йен для оснащения кафедр института современным лабораторным оборудованием. Налажено дистанционное изучение образовательных программ Массачусетского технологического университета.

В вузах Республики получают образование более 200 граждан зарубежных стран. Все эти и другие инициативы позволяют национальной системе непрерывного образования Узбекистана интегрироваться в мировое образовательное пространство.

1.2. Функции и задачи маркетинга в рыночной экономике

Сегодня, в условиях рынка, в требованиях работодателя к опыту работы кандидата представлены его ожидания, расчет на то, что специалист с опытом будет способен не только увидеть и оценить стратегию и тактику профессиональной ситуации, но и спрогнозировать успешность или неуспешность шагов своей деятельности. Это обстоятельство предполагает наличие у всех работников, включенных в рыночную среду, стратегического мышления, понимания закономерностей развития экономики, умения

правильно оценивать возникшую ситуацию и ее последствия, взять на себя социальную ответственность за принятые решения. Отсюда - особая ответственность всей системы образования и профессионального не в последнюю очередь, поскольку успех в развитии экономики определяется не количественными (хотя и это важно) параметрами подготовки кадров, а наличием качественно новой рабочей силы.

В связи с этим особую важность приобретают маркетинговые изыскания и мониторинг в сфере образовательных услуг. Именно на усиление этой стороны деятельности направленно постановление №48 (от 28 января 1998 г.) «О мерах по ускорению формирования рынка образовательных услуг и маркетинга в сфере подготовки кадров», которым предусмотрено создание маркетинговых служб в каждом учебном заведении. Именно они призваны соотносить интересы студента и предприятия, которое получит его после выпуска. Насколько полно образовательному учреждению удастся удовлетворить потребности и запросы заказчика, настолько увеличатся его шансы на процветание. Значит, учебные заведения должны активизировать свою работу, как по отбору будущих студентов (или учащихся вузов, академических лицеев), так и по разработке программ их специального обучения и по изучению нужд, потребностей запросов рынка (в специалистах, услугах и т.д.), возможностей совершения сделок и управления производством. А методы осуществления этой деятельности те, что в совокупности и составляют маркетинг, т.е. наблюдение за развитием рынка (предложение и спрос), конкурентоспособность товаров (в образовании - специалистов) и услуг, цены, информационные исследования в области развития производства, других сфер жизни, показатели текущих и оперативных достижений науки, производства, конъюнктуры рынка, своевременная разработка критериев оценки и обнаружение отклонений фактических результатов от предполагаемых ранее, корректировка отдельных сегментов, разработка информативных отчетных обобщающих показателей, анализ причин, приведших к отклонению от намеченных планов (неважно выше или ниже запланированной отметки), выявление резервов и прогноз условий и показателей развития образовательных и других услуг в разрезе отдельного учебного заведения или целого их ряда в условиях конкуренции.

Рынок образовательных услуг - новая перспективная сфера маркетинга. Поиск наиболее оптимальных вариантов обучения, изменение профессиональной установки выпускника, маркетинговые исследования рынка, формирование спроса на специалистов на основе структурных сдвигов в экономике, постоянное отслеживание степени достижения стратегических целей социально-экономического развития Республики,

изучение механизмов финансирования, инвестиционной политики, хозяйственной самостоятельности предприятий, их рейтинга и осмысления этих процессов вкупе с инициативной предпринимательской деятельностью, развивающимся рынком и постоянно меняющейся бизнес - средой в республике - все это задачи маркетинга.

Для осуществления полноценного маркетинга нужна самая обширная информация. В частности, такие специфические данные, без которых невозможен маркетинг в пределах нашей республики; приводим их ниже.

Население Узбекистана составляет 24,2 млн. человек, его столицы - Ташкента - 2 млн. 164,4 тыс. человек. Ежегодно население республики увеличивается на 350 - 400 человек. Число детей до года на 1000 родившихся до 1998 года составляло 47, в последние годы - 21,8. В течение последних 100 лет, первое удвоение численности населения произошло за 60 лет, второе за 23 года, в связи с ожидаемой тенденцией некоторого снижения рождаемости, следующее удвоение предполагается через 30 - 33 года. Особенно быстрыми темпами возрастала численность сельского населения. С 1940 по 1999 гг. оно увеличилось почти втрое (с 4945,0 тысяч до 15,074 тысяч), что является характерной особенностью нашей республики.

По территории Узбекистана население размещается неравномерно. По сравнению с 1959 г. плотность выросла более чем в 3 раза, и в настоящее время составляет 54 чел. на 1 км², причем в оазисах она выше, чем в пустынных зонах, например в Каракалпакстане она - 8,9, в Навоийской области - 7 чел. на 1 км², в то время как в Андижанской и Ферганской областях этот показатель составляет соответственно 500 и 359 человек.

В возрастном отношении почти половина населения - молодежь до 20 лет. Удельный вес старших возрастов - 55 лет и старше более 8%. Ежегодно в трудоспособный возраст вступает примерно 200-250тыс. человек. В составе населения преобладают женщины, на 1000 мужчин - 1018 женщин, а в сельской местности - 1039.

Самый большой удельный вес занятого населения приходится на сельское хозяйство - 40 %. В целом занятые в отраслях материального производства - промышленности, сельского хозяйства, транспорта и др. составляют 77 %, в непромышленной сфере - 23 %. В Узбекистане достаточно низкий уровень безработицы - 0,4 %, (в России, например - 2,7, в Азербайджане - 1,4, в Армении - 8,9 %).

Валовое увеличение ВВП в 2005г. составило 4,4 % (до этого наблюдалось снижение). Рост промышленного производства составляет - 5,8 %, сельского хозяйства - 4 %. В экономике государства преобладают негосударственные структуры (74 % от всех занятых в сфере экономики).

Расходы на нужды здравоохранения составляют 3,5 от ВПП, образования (в 2005 г.) - 10 %.

Что же такое маркетинг? И почему так важны знания, которые приведены выше, и еще множество других знаний, позволяющих дать ответы на вопросы об изменениях в нашей жизни, вместе с которой меняются и требования к профессиональному образованию. А вопросы это непростые:

- Кого учить? То есть на какого абитуриента ориентироваться, как проводить отбор, каков будет контингент обучающихся: те, у кого нет проблем с оплатой; те, кого легче обучать; те, кто способен быстро «выучить и сдать» пройденный материал.

- Зачем и чему учить? При решении этого вопроса устанавливаются цели и средства образовательного процесса, определяются оптимальные соотношения между общекультурными, фундаментальными и специальными знаниями.

- Сколько учить? Предстоит выбрать, в каких случаях целесообразно уменьшать или увеличивать сроки обучения, использовать принцип экстерна, многоступенчатый подход к образованию.

- Где учить? Имеется в виду выбор типа образовательного учреждения, с учетом места его расположения.

- Как учить? Здесь надо выбрать форму и технологию обучения и технологию контроля и оценки, т.к. качество полученных знаний должно соответствовать спросу, что обеспечивает занятость населения, а это особый фактор, стабилизирующий общество.

- Кто будет учить? – Это может быть опытный преподаватель, консультант, научный сотрудник, аспирант, специалист-практик, коллега по обучению.

- С помощью чего учить? – определяются типы и направления использования учебно-методических средств.

Чтобы маркетинг был успешным, нужна его обратная связь с теми, для кого он проводится, т.е. с его пользователями. Это означает, что необходимо не простое фиксирование результатов проведенного маркетинга, а принятие определенных решений, совершение конкретных действий.

Совершенно очевидно, что успешным маркетинг может быть только тогда, когда он проводится регулярно и для каждого потребителя или пользователя отдельно. Хорошо отрегулированная система маркетинга позволяет иметь широкий спектр информации по разным проблемам, для разных целей и может стать базой для принятия как текущих решений, так и перспективных, с делительным прогнозом.

Современный финансово-кредитный словарь так определяет *маркетинг* – это человеческая деятельность, имеющая отношение к рынку, работа с рынком ради осуществления обмена, цель которого удовлетворение человеческих нужд и потребностей.

Маркетинг представляет собой интегрированную систему, включающую разнообразные виды деятельности: маркетинговые исследования, разработку товаров (услуг), организацию их доведения (продаж) до конкретных потребителей, формирование цен на производимые и реализуемые товары, стимулирование их продажи, организацию рекламной деятельности.

Одной из важных составляющих маркетинга, а вернее, необходимым условием его проведения является набор показателей (индикаторов), четко очерченных данных по отслеживаемому кругу вопросов – экономических, социальных, образовательных. Главное – это своевременное выявление изменений – количественных и качественных – например, увеличение или уменьшение числа потребителей товаров или услуг, ускорение или замедление какого – то процесса (скажем, приватизации, увеличения числа платных услуг во всех сферах жизни), пространственная локализация или расширение масштабов (к примеру, открытие в тех городах, где их раньше никогда не было, коммерческих вузов, лицеев нового профиля и т.д.).

В маркетинге одинаково важны и прошлые и нынешние данные, т.к. только их сопоставление может показать существующие закономерности происходящих процессов (или их отсутствие).

Структурно маркетинг формируется из следующих блоков:

- 1) информационный блок сбора информации.
- 2) аналитический блок – анализ информации.
- 3) документальный блок – документальное обеспечение принятия решений.

Информационный блок. Информационное обеспечение маркетинга должно быть устойчивым и по наполнению достаточным для характеристики различных аспектов социально-трудовой сферы и системы профессионального образования в ходе анализа информации для обоснования и принятия соответствующих решений.

Основными видами информации являются:

- данные статистического наблюдения на базе государственной статистики, осуществляемого Минмакроэкономстатом;
- данные статистического наблюдения на базе государственной статистики, осуществляемого органами управления образованием, труда, занятости;

- данные статистического наблюдения на базе выборочных обследований, проводимых Минмакроэкономстатом;
- данные статистического наблюдения на базе выборочных обследований, проводимых органами управления образованием, труда, занятости;
- данные социологических исследований системы образования, проводимых уполномоченными на то организациями;
- данные, содержащиеся в иных материалах (статистическая информация о состоянии сопряженных сфер и отраслей экономики, научные публикации; материалы совещаний, конференций; разработки региональных органов управления образованием и др.);
- данные различных наблюдений (оценки спроса на кадры, трудоустройство выпускников учебных заведений, карьерное движение и т.п.), проводимых учебными заведениями, научными организациями, ассоциациями т.п.

Аналитический блок. Аналитический блок маркетинга заключается в анализе статистической и иной информации для выявления тенденций изменения состояния социально-трудовой сферы профессионального образования и отдельных его уровней и элементов, степени достижения поставленных целей в области образования и занятости. При этом проведение анализа должно происходить в режиме сопоставимых критериев, что обеспечивается единообразием исходной информации и использованием репрезентативных методов. Виды анализа могут быть многообразными, проводиться любым из пользователей и зависят от конкретно поставленных задач и преследуемых интересов.

Документальный блок. Итоги анализа статистической и иной информации должны быть представлены пользователям в виде определенных документов, форма и содержание которых соответствуют конкретным задачам, стоящим перед пользователями маркетинга. Формы документов могут быть разными:

- информационные справочники;
- аналитические справки;
- доклады.

1.3. Специфика маркетинга на рынке образовательных услуг

Маркетинг представляет собой ориентированную на потребности рынка систему организации и управления всеми сторонами деловой активности фирмы. Главное и

непременное условие маркетинга – это информация – научно-техническая, экономическая, социальная и т.д., ее анализ, изучение, фильтрация при изучении возможных рынков сбыта, а также информация о собственной деятельности для реализации производимых товаров и услуг.

О целях маркетинга хорошо сказал американский маркетолог П.Дракер: «Надо интегрировать маркетинг в каждую фазу бизнеса. Путем изучения рынка установить и довести до каждого сотрудника, каким клиент хочет видеть данный продукт, какую цену готов платить, где и когда этот продукт потребуется». Для этого прежде всего надо создать базу данных, включающую досье-информацию о сильных и слабых сторонах конкурентов, о технической оснащенности предприятия (для вузов – аудитории, лаборатории, компьютерные классы и др.), конъюктурно-экономическую и др.

Главный принцип маркетинга "продавать то, на что есть спрос"⁴ одинаково успешно применяется теперь как при продаже автомобилей, так и при продаже учебным заведением образовательных услуг. Бесплатность образовательных услуг при административно-командной системе управления не способствовала проникновению идей маркетинга в сферу высшего образования. С появлением и стремительным развитием платного высшего образования, обострением конкуренции на рынке образовательных услуг, идеи маркетинга становятся все более привлекательными.

Маркетинговое исследование - самый важный этап маркетинговой деятельности, имеющей – свою специфику во всех отраслях деятельности, но особенно в образовании.

Поскольку вузы республики с каждым годом все активнее работают на рынке образовательных услуг, а конкуренция между ними усиливается, то грамотный, научно обоснованный подход к проведению маркетинга становится важным фактором, определяющим экономическое благополучие вуза.

Вопросами маркетинга образования занимались такие ученые, как М.А.Мануйлов., Б.А.Соловьев, В.А.Козлов, В.Н.Зотов, У.Г.Зиннуров, В.К.Кочеткова, С.А.Мамонтов, А.А.Браверман, О.В.Сагинова, У.Ф.Аренс, А.Дайан, Ф.Котлер, Ж.Ж.Ламбен и др. По их мнению для успешного функционирования вузов на рынке услуг должна быть разработана методология проведения маркетинга, проведены конкретные, исследования спроса на образовательные услуги, факторов его определяющих, а также сделан прогноз показателей.

⁴ Бешкинская Е.В., Иоффе М.Я. Образовательные услуги вуза (методология и практика исследования рынка) М:Из. Рос.экон.акад. 2000 – 142 стр.

Необходимость применения маркетинга привела к созданию отделов маркетинга, а директор по маркетингу стал незаменимым лицом практически каждой компании.

В сферу образования маркетинг пришел в начале 70-х гг. Это было связано с ухудшением экономического положения вузов и усилением конкуренции. Например, в США по мере того, как сокращался объем бюджетных ассигнований на образование, возрастал рынок предложений в сфере образовательных услуг.

Проблемы выживания и устойчивого развития образовательных учреждений в условиях перехода к рыночной экономике привели к достаточно интенсивной разработке теории и практики маркетинга образовательных услуг. Теперь решением маркетинговых проблем в высшем образовании занимаются как в коммерческих, так и в государственных вузах, как в столице, так и на периферии.

Поскольку образование как сфера применения маркетинга совсем недавно стала предметом изучения специалистов, среди них не сформировалось единого мнения о том, что является товаром или продуктом образовательного учреждения, в каком виде и на каких рынках существуют эти продукты, кто является потребителем результатов деятельности вуза: ведь вуз одновременно предлагает обществу образовательные услуги, потребителями которых являются студенты и поставляет результаты своей деятельности (выпускник носитель полученных знаний и практических навыков) на рынок труда, где потребителями выступают предприятия и организации.

Очевидно, что от потребления образовательных услуг личность, получая образование, увеличивает свой "личный капитал" и доходы, а государство получает выгоды в виде повышения уровня квалификации и культуры населения, т.е. от потребления образовательных услуг выгоды имеют и государство, и каждый гражданин, значит, финансовое бремя должно быть поделено между ними.

Возможны два варианта финансирования образования: плата за обучение из семейного бюджета обучающегося или внесение за него средств предприятием. На наш взгляд, предпочтительней первый способ, т.к., в условиях рынка у предприятия есть возможность выбрать уже готового специалиста, а не оплачивать в течение пяти лет его обучение, но предприятие имеет спрос только на работников соответствующей квалификации, тех, кто является необходимым ресурсом для него, который можно купить на рынке труда. Вот почему одной из главных функций маркетинга в вузе является изучение рынка труда специалистов, каких бы сильных абитуриентов вуз не набирал и как бы хорошо их не учил, но если его выпускники отторгаются рынком труда и меняют специальность, то это явный признак маркетинговых просчетов вуза. Значит, наилучшим

подходом для вуза является ориентация на тенденции развития рынка труда, и, конечно, на индивида. Это главный критерий, но не единственный, поскольку вуз продает образовательные услуги индивидуумам-абитуриентам. Поэтому спрос на рынке труда - это косвенный спрос, который в значительной степени искажается такими факторами, как субъективные интересы абитуриентов и их родителей.

Использование методов маркетинга в сфере образования началось сравнительно недавно не только в нашей республике, но и за рубежом. Один из наиболее известных маркетологов Ф.Котлер в начале 70-х гг. ввел понятие "социального маркетинга" как инструмента для планирования и контроля программ, имеющих целью решение какой-либо социальной проблемы, проекта или задачи определенной группы населения. Социальный маркетинг обычно применяется в организациях, главной целью которых может являться достижение социального эффекта, в том числе повышение образовательного уровня населения.

Свою концепцию Ф. Котлер⁵ обосновывает следующими соображениями:

- желание потребителей не всегда совпадает с их долгосрочными интересами, а также интересами общества в целом;
- потребители предпочитают организации, демонстрирующие заботу об их удовлетворенности и благополучии общества в целом; поэтому забота о "коллективном благополучии" привлекает индивидуальных потребителей.

Анализ работ зарубежных маркетологов показывает, что их деятельность направлена на выяснение того, как лучше и больше привлечь потенциальных студентов в свое учебное заведение. Другими словами, ориентация маркетинга на спрос со стороны абитуриентов не вызывает сомнений.

В качестве примеров рассматривается:

- изучение степени влияния на выбор учебного заведения абитуриентом наличия в нем культурной, спортивной жизни и т.д.
- выяснение отношения потенциальных студентов к текстовому содержанию, фотографиям, полиграфическому исполнению рекламных проспектов вуза;
- исследование влияния торговой марки вуза как знака качества на выбор вуза;
- оценка эффективности прямой почтовой рассылки рекламных материалов вуза;
- выяснение отношения к вузу работающих выпускников сейчас и раньше, когда они были первокурсниками;

⁵ Котлер Ф. Основы маркетинга. /Под общей ред. В. П. Пеньковой – М: Прогресс, 1995-638 стр.

- изучение эмоциональных потребностей студентов.

Большинство зарубежных маркетологов считает, что основой вузовского маркетинга должно стать привлечение студентов. Учебное заведение должно продвигать свой продукт на рынке индивидуальных потребителей, т.е. потенциальных студентов, поэтому его главная задача – максимальное удовлетворение их потребностей и желаний.

Несмотря на определенные расхождения в теоретических вопросах маркетинга образовательных услуг, никто на Западе не сомневается в важной роли маркетинга в жизни современного учебного заведения.

В этой связи интересно проанализировать картину эволюции отношения к маркетингу в учебных заведениях, предложенную Ф.Котлером.

1-й этап (маркетинг необязателен); ценность образования очевидна и те, кто это понимает, сами придут учиться.

2-й этап (промоушн); учебные заведения столкнулись с низким спросом или обнаружили, что к ним идут не те студенты, которых они хотели бы принять. Вузы начинают искать перспективных студентов, информировать их, создавать для них мотивацию, совершенствовать систему приема (отбора).

3-й этап (сегментация и маркетинговые исследования); вузы осознают, что ресурсы, направленные на продвижение, можно было бы использовать с большей эффективностью, если бы учебное заведение лучше понимало бы тех, кто поступает в учебное заведение, представляло себе, каким образом и кем принимаются решения о выборе вуза. Зная свое место на рынке, вуз мог бы дать необходимую информацию в нужное время.

4-й этап (позиционирование на рынке); в условиях усиливающейся конкуренции вуз должен занять свою определенную позицию среди учебных заведений, выделиться из среды конкурентов по определенным показателям, которые смогут оценить абитуриенты.

5-й этап (стратегическое планирование); вузы стали заниматься долгосрочным планированием и прогнозированием, определять основные направления развития.

6-й этап. В вузах осознали, что привлечь студентов – это только часть проблемы, нужно еще суметь удержать их.

Отношение к каждому студенту, как к партнеру вызвало серьезные изменения в политике, процедурах, наборе услуг вуза. Это коснулось вопросов управления приемом, учебного процесса, проживания, карьеры, устройства на работу и др.

Следует отметить, что в условиях жесткого финансового кризиса высшего образования в период перехода к рыночной экономике жизнь не дала вузам достаточно

времени, чтобы они могли пройти все указанные этапы эволюции маркетинга. Ситуация сложилась такая, что на практике одновременно необходимо применить все описанные концепции в комплексе, что требует значительных усилий.

Кроме рынка индивидуальных потребителей (абитуриентов и студентов), вузы за рубежом активно предлагают свои услуги на рынке корпоративных клиентов. Предприятия и организации покупают образовательные программы и услуги с целью переподготовки и повышения квалификации своих работников, консалтинговые услуги - с целью улучшения функционирования, совершенствования управления, повышения доходности.

Рынок корпоративных клиентов является перспективным для наших вузов. В связи с развалом отраслевых систем повышения квалификации (что, на наш взгляд, является положительным фактом в силу низкого качества обучения в отраслевых ИПК) эта ниша пока свободна. Формально можно сказать, что отсутствует спрос. Однако, долго так продолжаться не может. Чем больше научно-технических, технологических и других изменений на данном предприятии, тем быстрее устаревают знания их работников и увеличивается потребность в их обновлении. Отсюда следует, что рыночная экономика с неизбежностью подводит высшие учебные заведения к необходимости использования в своей деятельности маркетинга.

Учебное заведение, которое не научится эффективно продавать свои услуги, вынуждено будет влачить жалкое существование на бюджетные ассигнования. Известно, что самой важной задачей маркетинга является определение величины спроса на товары. И если маркетингологи учебного заведения не смогут правильно оценить спрос на услуги вуза, факторы, влияющие на его изменения, то они не смогут правильно определить необходимый уровень продаж образовательных услуг.

С появлением в сфере образования платных услуг стремительно усиливается конкуренция между различными учебными заведениями (продающими свои образовательные услуги со схожими специальностями на одном и том же рынке). В этих условиях вуз должен стремиться к тому, чтобы предлагаемые им услуги соответствовали спросу со стороны тех, кто эти услуги покупает, т.е. абитуриентов.

Абитуриент, выбирая ту или иную специальность, ориентируется на возможность своего трудоустройства после окончания высшего учебного заведения. Однако, на его выбор помимо этого фактора влияет еще множество других: представления об "интересности" специальности, советы друзей и родителей, наличие в вузе военной кафедры, условия обучения, близость учебного заведения к дому и т.д.

Значит, можно сказать, что вузы непосредственно не работают на рынке труда, т.к. фирмы, предприятия и организации покупают труд выпускников, а не "продукцию" высшего учебного заведения, поскольку не платят им деньги.

Общеизвестно, что равновесие на рынке труда достигается изменением цены: когда некоторых специалистов не хватает, работодатели готовы предложить за их труд более высокую заработную плату, и наоборот, при избытке на рынке специалистов заработная плата снижается. При поступлении в высшее учебное заведение абитуриент, естественно, учитывает величину заработной платы, на которую он, по его мнению, сможет рассчитывать, окончив вуз. Это, несомненно, также влияет на изменение структуры спроса на образовательные услуги.

Поэтому, если учебное заведение будет ориентироваться только на структуру спроса на образовательные услуги со стороны абитуриентов и не учитывать изменения структуры на рынке труда выпускников, то через год-два оно может неожиданно для себя обнаружить заметное падение спроса на некогда популярную специальность, которое будет вызвано (по цепочке обратной связи) уменьшением спроса на выпускников этой специальности со стороны работодателей на рынке труда.

Таким образом, налицо некоторое противоречие: согласно азбуке маркетинга маркетолог вуза должен ориентироваться на спрос непосредственного потребителя образовательных услуг вуза - абитуриентов, а с другой стороны, он должен учитывать и спрос на рынке труда выпускников.

Для разрешения этого противоречия следует маркетинг образовательных услуг осуществлять аналогично маркетингу товаров производственного назначения.

Итак, спрос на рынке конечной продукции аналогичен спросу на выпускников учебных заведений, а спрос со стороны абитуриентов аналогичен спросу на товар производственного назначения. Аналогом товара производственного назначения является образовательная услуга, хотя, разумеется, нельзя отождествлять выпускника высшего учебного заведения ни с товаром конечного спроса, ни с товаром производственного назначения. Здесь можно говорить лишь о частичной аналогии, т.к. наряду со сходством есть и существенные различия. В частности, изучая спрос на товары производственного назначения, производитель имеет дело с относительно небольшим числом потребителей, которые выбирают нужный им товар, руководствуясь строго определенными и достаточно точно рассчитываемыми критериями экономической выгоды от использования этого товара. Изучение и прогноз рынка конечной продукции - задача более сложная, поскольку

здесь мы имеем дело с тысячами индивидуумов, которые в своем выборе руководствуются рядом факторов, порой трудно оценимых.

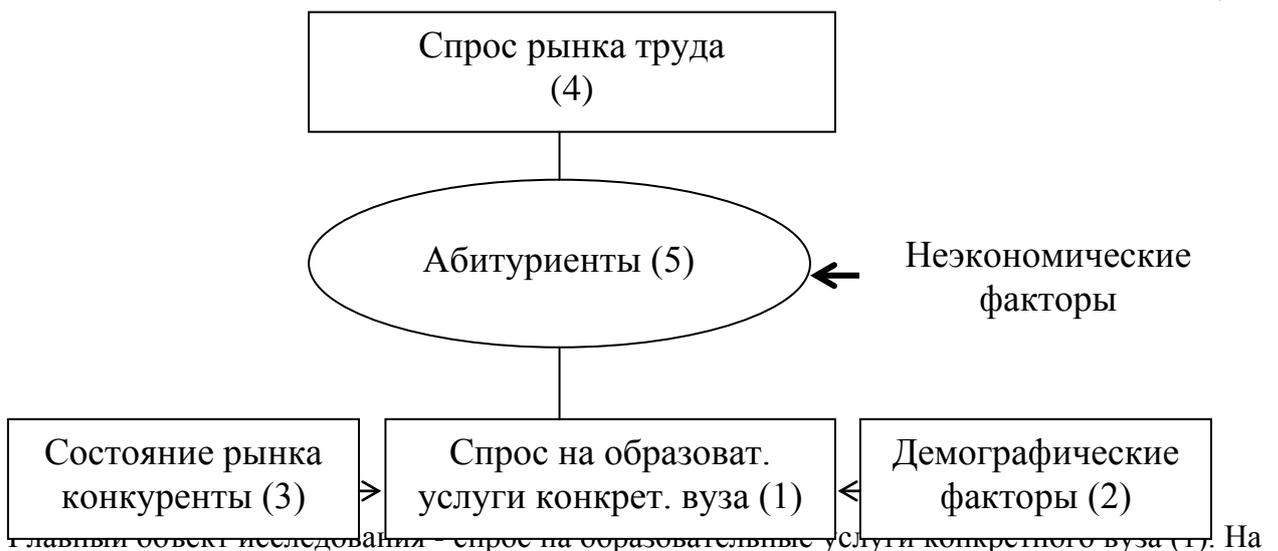
С образовательными услугами проще, т.к. факторы, влияющие на конечное потребление (выпускников учебных заведений) поддаются прогнозированию.

Взяв за основу идею аналогичности маркетинга образовательных услуг маркетингу товаров производственного назначения, можно использовать достаточно простую схему, разработанную российскими маркетологами, для проведения маркетинга любого высшего учебного заведения.

Главным в маркетинговом исследовании является определение величины спроса на конкретный товар (услугу), прогнозирование спроса, определение факторов, влияющих на величину спроса и степень воздействия каждого фактора.

Вот как выглядит схема исследования спроса на образовательные услуги высшего учебного заведения

Таблица 3



Главный объект исследования – спрос на образовательные услуги конкретного вуза (1). На величину спроса непосредственное влияние оказывают демографические факторы (2). К ним относятся данные о рождаемости, доля школьников (от числа поступивших в школу), заканчивающих среднюю школу, и процент выпускников средних школ, намеревающихся поступать в вузы. Очевидно, что чем больше все эти показатели, тем выше спрос на образовательные услуги конкретного высшего учебного заведения (следует исходить из того, что изменение числа потенциальных абитуриентов не изменяет структуру спроса на образовательные услуги, т. е. считается, что рост упомянутых показателей приводит к одинаковому росту спроса на образовательные услуги всех специальностей).

Вторую группу (3) образуют факторы, отражающие уровень доходов населения, величину инфляции, состояние экономики (рост, стагнация или падение), а также те,

которые определяют остроту конкуренции для конкретных образовательных услуг выбранного учебного заведения, поскольку чем больше конкурентов, тем меньше спрос на образовательные услуги выбранного вуза.

Как видно из таблицы 3, спрос специалистов на рынке труда (4) действует на спрос на образовательные услуги, как бы проходя через сферу "абитуриенты" (5), где в свою очередь, действует множество неэкономических факторов, к этим факторам относятся представления абитуриентов об "интересности" профессии, советы родителей и друзей, наличие в данном вузе военной кафедры, условия обучения и т.п. Другими словами, абитуриенты при выборе того или иного учебного заведения учитывают возможности своего трудоустройства после его окончания, т.е. спрос рынка является одним из главных.

Одним из показателей спроса на рынке труда специалистов является число вакансий по специальностям (в динамике) и динамика заработной платы. Предполагается, что чем больше спрос на ту или иную специальность на рынке труда, тем большую зарплату работодатель готов предложить соответствующему специалисту, и наоборот.

При анализе рынка труда специалистов учитывается и тот факт, что наша экономика в настоящее время находится в переходном процессе от планового хозяйства к рыночным отношениям, структура спроса на специалистов в рыночной экономике значительно отличается от соответствующей структуры планового хозяйства, поэтому при прогнозировании необходимо внести соответствующие поправки, ориентируясь на структуру стран с давно устоявшейся рыночной экономикой.

Рассмотрев влияние каждого из факторов, можно сделать определенный прогноз спроса на образовательные услуги конкретного высшего учебного заведения.

Рассмотренная схема позволяет подойти к важнейшей проблеме маркетинговых исследований - анализу величины спроса и факторов, его определяющих, применительно к рынку образовательных услуг, что, в свою очередь, даст возможность грамотно сформулировать маркетинговую стратегию конкретного высшего учебного заведения.

Важнейшим фактором, от которого зависит спрос на услуги вузов является демографическая ситуация. Серьезные изменения, происходящие в этой сфере, могут привести к коренным изменениям конъюнктуры на рынке услуг высшего образования.

В связи с наличием лага между годом рождения и годом поступления в вуз имеющиеся статистические данные о рождаемости можно использовать для прогнозирования ситуации с количеством абитуриентов вузов в будущем. Так, для оценки степени влияния демографического фактора на возможное снижение числа абитуриентов

вузов рассчитывается среднее значение числа родившихся в периоды, соответствующие будущим периодам приема в высшие учебные заведения.

Для оценки влияния демографической ситуации предлагается использовать 3 динамических ряда:

- рождаемость (с лагом в 17 лет, фактор 2);
- процент населения, получившего законченное среднее образование (фактор 3);
- процент поступивших в вузы от числа получивших законченное среднее образование (фактор 4).

Чтобы оценить влияние спроса, формируемого рынком труда, в качестве исходного динамического ряда предлагается использовать:

- при прогнозировании общего спроса на услуги – ряд общего числа вакансий по экономическим специальностям (фактор 5);
- при прогнозировании спроса на конкретную специальность – ряд числа вакансий по данной специальности (фактор 5).

Оценить степень искажения спроса, формируемого рынком труда можно, используя метод, основанный на сопоставлении среднего по всем вузам страны конкурса в целом при прогнозировании общего спроса на услуги конкретного вуза, или по отдельным специальностям, в случае прогнозирования спроса на конкретную специальность. В результате расчета коэффициента искажения за каждый год, за который имеются данные предыдущих пяти факторов, получится последний динамический ряд факторов, определяющих спрос в конкретном вузе.

В качестве ряда известной независимой переменной, характеризующей спрос, можно использовать, как уже говорилось выше, динамику среднего конкурса на определенную специальность.

Таким образом, для составления факторной модели для прогнозирования спроса на образовательные услуги, необходимо выстроить исходные динамические ряды. Перечень рядов, необходимых для составления модели спроса на образовательные услуги вуза, скажем X, в целом или на конкретную специальность, представлены в табл 4.

Таблица 4

Перечень динамических рядов, необходимых для составления модели прогнозирования спроса на образовательные услуги вуза X

Вид переменной	В случае составления модели для прогнозирования общего спроса на услуги вуза X	В случае составления модели для прогнозирования спроса на конкретную специальность вуза X
1	2	3
Независимая переменная	Средний конкурс в вуз X	Конкурс в вуз X на специальность, для которой строится модель
Факторные переменные	Прием на специальности в государственные вузы (Φ_1)	Прием на специальность, для которой строится модель, в вуз X (Φ_1)
	Рождаемость с лагом в 17 лет (Φ_2)	
	Процент населения, получившего законченное среднее образование (Φ_3)	
	Процент поступивших в вузы от числа получивших законченное среднее образование (Φ_4)	
	Общее число вакансий по экономическим специальностям (Φ_5)	Число вакансий по данной специальности (Φ_5)
	Коэффициент искажения спроса, формируемого рынком труда, для вуза X в целом (Φ_6)	Коэффициент искажения спроса, формируемого рынком труда, для данной специальности (Φ_6)

Собрав необходимые статистические ряды, можно построить модель для определения спроса:

$$\text{СПРОС} = f(\Phi_1, \Phi_2, \Phi_3, \Phi_4, \Phi_5, \Phi_6)$$

Выстраивание статистических рядов, необходимых для составления моделей для прогнозирования спроса на отдельные специальности, представляет собой задачу, которая обосновывается не только значительными временными затратами, но также и необходимостью перепроверки достоверности полученной информации. Сегодня, когда каждое высшее учебное заведение жизненно заинтересовано в повышении своего престижа на рынке услуг высшего образования, предоставляемые ими данные о конкурсе среди абитуриентов при поступлении, зачастую завышены.

Анализ ситуации на рынке образовательных услуг свидетельствует о наличии и других тенденций, способных отрицательно повлиять на спрос на услуги вузов – это прежде всего резкое обострение конкурентной борьбы между вузами. В этих условиях особенно важно изучить потребности абитуриентов. Почему абитуриент выбрал именно этот вуз, что повлияло на его выбор? Какие специальности пользуются спросом и почему? Как непосредственные потребители оценивают качество услуг, какие видят недостатки? Что надо сделать, чтобы привлечь как можно больше абитуриентов? Как и когда они принимают решения о выборе вуза? Что можно сделать, чтобы повлиять на их выбор? Сегодня, в условиях конкуренции, эти вопросы чрезвычайно актуальны. Без точного ответа на них невозможно разработать верную маркетинговую стратегию.

В этом ряду одной из наиболее важных задач представляется выяснение причин предпочтения студентами определенного вуза среди конкурентов. С целью получения ответа на этот вопрос надо тщательно проанализировать возможные факторы, влияющие на выбор конкретного вуза и расположить их в порядке значимости, начиная с самого важного. Это

- высокий уровень языковой подготовки и возможность зарубежных стажировок;
- совет родителей или друзей;
- удобство расположения вуза;
- престижность вуза;
- относительно несложное поступление (в сравнении с другими вузами);
- комфортные условия обучения (хороший вид здания, аудиторий и прилегающей территории, наличие столовой и т.д.);
- возможность хорошего трудоустройства после окончания вуза;
- пакет финансовой помощи (высокая стипендия, льготные путевки, материальная помощь и т.д.);
- высокий уровень преподавания (квалификация преподавателей, наличие специальной техники, компьютеров);
- хорошая организация социальной жизни (спортивные секции, команды КВН, дискотеки и т.д.);
- ориентация вуза на современные специальности.

Опыт показывает, что в настоящее время у абитуриентов на переднем плане - возможность хорошего трудоустройства, высокий уровень языковой подготовки, высокий уровень преподавания, ориентация вуза на современные специальности и престижность вуза, что можно рассматривать, как факторы, отражающие спрос рынка труда, т.е.,

считать, что абитуриенты, которые при выборе вуза учитывают именно их, ориентируются на спрос рынка труда. Остальные шесть факторов - совет друзей и родителей, удобство расположения, комфортные условия обучения, пакет финансовой помощи, социальная жизнь и несложное поступление - являются факторами, искажающими спрос рынка труда, т.е. субъективными. А это означает, что вуз должен проводить широкую разъяснительную работу, рекламную кампанию для более широкой информированности абитуриентов, а также улучшать свою деятельность для усиления престижности вуза. В стенах вуза следует:

- больше проводить практических занятий;
- шире использовать новые методы обучения – деловые игры, тренинги, новые формы контроля за знаниями;
- использовать новые программные продукты в области выбранной специализации;
- больше времени уделять изучению специальных дисциплин;
- привлекать к учебному процессу преподавателей-практиков;
- усилить языковую подготовку (особенно применительно к выбранной специальности);
- привлекать студентов к участию в конкретных проектах;
- улучшить обеспеченность компьютерными классами.

К этому надо прибавить максимум общения с потенциальными потребителями. А также следует разобраться в показателях, характеризующих спрос рынка труда, т.е. рассмотреть:

- динамику вакансий кадровых агентств по различным специальностям;
- размер заработной платы, предлагаемой работодателями для различных групп специалистов (предполагается, что чем выше спрос на специальности, тем больше размер оплаты труда предлагает работодатель).

Для оценки искажения спроса на различные специальности, формируемого рынком труда, предлагается метод, основанный на сопоставлении среднего по стране конкурса на определенную специальность с конкурсом на эту же специальность в конкретном вузе.

В условиях жесткой конкуренции на рынке образовательных услуг чрезвычайно важно успеть среагировать на новые требования времени раньше конкурентов. Это ставит перед вузами задачу постоянного отслеживания изменений, происходящих на рынке труда и, прежде всего, спроса на специальности, с которыми они работают.

Надо отметить, что в последние годы первые позиции по востребованности на рынке труда занимают менеджеры. И еще: несмотря на то, что при приеме на работу

менеджеров работодатели в большей степени обращают внимание на личные качества претендента, наметилась тенденция к требованию профильного образования у потенциального работника. Резко возросла популярность таких специальностей как юрист, бухгалтер, банковский работник, аудитор, а в самое последнее время резко возрос спрос на директоров по маркетингу (в вузах – проректоры).

1.4. Влияние качества профессионального образования на спрос на рынке труда

В условиях коренных социально-экономических преобразований одним из существенных показателей успешности их проведения является занятость населения. Важнейшее условие достижения эффективной занятости - приближение количественных — объемы, структура, профиль подготовки работников различных категорий) и качественных показателей (содержание профессионального образования, технология обучения, результаты (в виде социальной активности, профессиональной мобильности и адаптации, конкурентоспособности работника) к требованиям динамично изменяющейся производственной среды.

Нарушение этого соответствия одна из причин высвобождения работников, т.е. возникновения безработицы.

Для того, чтобы более четко представлять задачи *маркетинга*, уточним понимание различных видов высвобождения работников.

Фрикционная безработица: добровольная смена места работы, главным образом, из-за несоответствия между возможностями работника и его требованиями к составу и условиям труда в условиях наличия на рынке труда спроса на данную категорию работников. Фрикционная безработица может расширяться за счет:

-высвобождения работников по окончании сезонных работ;

-временного высвобождения вследствие сокращения производства на период освоения новых товаров.

Суть фрикционной безработицы состоит в том, что она не является прямым порождением колебаний рыночных процессов (спрос, предложение, инвестиции и т.п.), а обуславливается в основном личностными установками работника и особенностями организации производства.

Масштабы фрикционного высвобождения находятся под сильным влиянием местных, национальных условий, что, например, характерно для Японии, где в обычае пожизненный найм работников.

Технологическая безработица возникает в результате технического и технологического переоснащения производства при сохранении спроса на определенный товар, снижения, как правило, в связи с этим необходимого количества живого труда, особенно низкой квалификации. Естественно, при росте производства данного вида продукции общая потребность в живом труде может восстановиться в прежнем и даже большем объеме. Но при этом в самом начале технологического вытеснения рабочей силы возникает структурная безработица, связанная с несоответствием профессионализма высвобождаемых людей требованиям производства.

Поскольку основой для возникновения и развития технологической безработицы является несоответствие профессиональных качеств работников требованиям функционирования новой техники и технологии, преодоление ее связано с профессиональной доподготовкой, а чаще - переподготовкой работников.

Масштабы структурной безработицы определяются колебаниями рыночной системы "спрос-предложение", охватывая целые секторы рынка. Эти колебания связаны с изменением структуры потребительского спроса, что влечет за собой изменение структуры предложения за счет выпуска новых товаров на базе технологического переоснащения целого ряда производств.

В свою очередь, это ведет к изменению структуры спроса на рабочую силу в ее профессиональном разрезе, вытеснению работников, не отвечающих новым условиям.

Циклическая безработица порождается общими, присущими рыночному хозяйствованию, циклами экономического развития и проявляется в период спада деловой активности, в условиях снижения совокупных расходов. Ее иногда называют безработицей дефицита спроса.

Этот вид безработицы является как бы продолженным и усиленным по сравнению с другими типами безработицы.

Таблица 5

Показатели

занятости и высвобождения работников

Разделы и задачи анализа	Наименование показателя	Показатель	Описание показателя
I. Анализ контингента работников 1. Изучение динамики общей численности работников, занятых у работодателя (или у совокупности работодателей в целом), а также по ведущим отраслям	Индекс численности занятых работников	$I_{ч} = \frac{3H_{к}}{3H_{о}} \quad (1)$	Отношение численности занятых работников на конец и начало рассматриваемого периода в пересчете на занятых полное рабочее время
	Темп среднегодового прироста (сокращения) численности занятых работников	$П_{э} = \frac{3H_{кп} - 3H_{о}}{N * 3H_{кп}} \quad (2)$	Отношение среднегодового прироста численности занятых работников за исследуемый период к численности на конец этого периода
	Прирост (сокращение) числа рабочих мест (должностей)	$П_{рм} = Ч_{ик} - Ч_{ио} \quad (3)$	Разность между числом рабочих мест (должностей) на конец и начало рассматриваемого периода

2. Определение качественной обеспеченности кадрами (специалистами, рабочими массовых профессий)	Коэффициент качественной обеспеченности кадрами	$K_{ко} = \frac{Ч_c}{Ч_{ис}} * 100 \quad (4)$	Отношение фактической численности специалистов к количеству должностей, для замещения которых необходимо образование: -высшее профессиональное -среднее профессиональное -начальное профессиональное (в процентном выражении)
II. Анализ качественного состава 1. Определение насыщенности кадрами специалистов	Общий показатель насыщенности специалистами	$HC = \frac{Ч_{св}(Ч_{сс})}{3H_c} \quad (5)$	Отношение численности специалистов с высшим (средним) профессиональным образованием к среднесписочной численности работников
2. Характеристика сложившегося соотношения: в численности специалистов различных уровней квалификации	Квалификационная структура кадров	$KC = \frac{Ч_{сс}}{Ч_{св}} \quad (6)$	Отношение фактической численности специалистов со средним образованием к фактической численности специалистов с высшим образованием
в численности специалистов и рабочих	Структурное соотношение совокупной рабочей силы	$CC = \frac{Ч_{сс} + Ч_{св}}{3H_k - (Ч_{сс} + Ч_{св})} \quad (7)$	Отношение фактической численности специалистов к фактической численности рабочих
в численности рабочих различной квалификации	Структурное соотношение контингента	$CP = \frac{Ч_{рв}}{3H_k - (Ч_{сс} + Ч_{св})} \quad (8)$	Отношение фактической численности рабочих высокой квалификации к

	рабочих		фактической численности рабочих
<p>III. Анализ использования квалифицированного потенциала занятых работников в соответствии с их квалификацией</p> <p>Характеристика использования специалистов в соответствии с их специальностью и квалификацией</p>	Коэффициент использования специалистов	$K_{ис} = \frac{Ч_{св} + Ч_{сс} + Ч_{ср}}{Ч_{св} + Ч_{сс}} (9),$ <p>где $Ч_{ср}$ - численности специалистов, работающих на местах</p>	Отношение разности между фактической (полной) численностью специалистов, занятых не по специальности и не требующих высшего (среднего) профессионального образования, к их фактической численности
рабочих высокой квалификации	Коэффициент использования высококвалифицированных	$Дэр = \frac{Ч_{рв} - Ч_{рвн}}{Ч_{рв}} (10)$	Отношение разности между фактической численностью занятых рабочих высокой квалификации и численностью рабочих высокой квалификации, занятых неквалифицированным трудом, к их фактической численности
<p>IV. Анализ движения кадров</p> <p>1. Определение уровня стабильности кадров, их закрепляемости</p>	Стабильность кадров	$K_{ст} = \frac{\sum_{i=1}^{3Hк} C_i * 3Hк}{3Hк}, (11)$ <p>где C_i - продолжитель-</p>	Отношение суммарного времени работы на данном предприятии всех работающих к суммарной их

	Коэффициент оборота за счет ротации	<p>ность работы конкурентного работника</p> $Kp = \frac{Чpo}{3Hк} \quad (12)$	<p>численности за рассматриваемый период; средняя продолжительность работы на предприятии одного работника</p> <p>Отношение численности работающих, изменивших рабочее место вследствие ротации, к суммарной их численности за рассматриваемый период</p>
2. Выявление основных направлений, масштабов высвобождения работников	Полный или суммарный оборот	$Ok = Op + Ou \quad (13)$	Численность принятых и уволенных работников (специалистов, рабочих массовых профессий)
	Высвобождение связанное с личными обстоятельствами	$Ol \quad (14)$	Численность увольнений в связи с уходом на учебу, на пенсию, на службу в армию, по другим подобным причинам
	Высвобождение связанное с профессиональной мобильностью	$Os \quad (15)$	Численность увольнений по собственному желанию

	Производственное высвобождение	Опр (16)	Численность увольнений по причинам производственной необходимости
--	-----------------------------------	----------	--

Прежде всего он касается основной массы работников низко квалифицированного, массового труда, но может затрагивать и значительные слои работников высококвалифицированного умственного труда, вытесняя ту их часть, которая по своим реальным качествам является относительно более "слабой".

Рассмотрим более подробно этот вид маркетинга на базе ряда показателей приведенных в таблице 5. Из таблицы 5 видно, что первый блок показателей, по которому проводится исследование и оценка, связан с анализом наличия работников.

Наличие работников, численность занятых, формы занятости - это один из важнейших экономических показателей, свидетельствующий об общем состоянии экономики предприятия, компаниях рынка и деловой активности, тенденциях изменения спроса на работников вообще и внутреннего рынка, в частности.

Так, темпы среднегодового прироста (сокращения) численности занятых (формула 2, далее просто индекс формулы) свидетельствуют о тенденциях изменения спроса на рабочую силу, знание которых дает возможность обосновать возможные направления нарастания массы избыточного труда.

То же относится и к показателю прироста (сокращения) рабочих мест (3), дающему возможность оценить тенденции сокращения спроса на те или иные категории работников.

Показатель качественной обеспеченности кадрами (4) и в целом, и в дифференцированном виде свидетельствует о качественной образовательно-квалификационной структуре рабочей силы, о наличии потенциальных возможностей к адаптации в условиях технических и структурных сдвигов производства. Данный показатель применим к оценке масштабов уже имеющейся скрытой безработицы, превышения спроса над предложением на определенных категорий работников.

Второй блок показателей - анализ качественного состава работников (5, 6, 7, 8) - позволяет произвести углубленную оценку профессиональных качеств, определить на этой основе (с учетом других факторов, воздействующих на спрос) наличие или возможность возникновения избытка труда отдельных категорий работников, масштабов их профессиональной адаптации, в том числе и за счет дополнительного обучения.

При проведении анализа кадров специалистов можно использовать общие, отраслевые и частные показатели насыщенности отрасли (и регионов, если проводится мониторинг) кадрами специалистов. При расчете среднего показателя насыщенности специалистами в качестве базы для сравнения используется общая численность занятых работников, что дает возможность сопоставить результаты анализа (межотраслевые,

межрегиональные, международные). При разработке прогнозов этот показатель может служить связующим звеном между численностью экономически активного населения и численностью занятых в различных отраслях.

Отраслевые показатели решают более узкую задачу оценки обеспеченности различными категориями работников и возникновения возможных диспропорций в их структуре, и имеют смысл при сопоставлении во времени и пространстве базовых технико-экономических показателей (структур, производства товаров, уровня цен и т.п.) отдельных предприятий (фирм), учебных заведений.

Частные показатели насыщенности специалистами отрасли (предприятия) отражают соотношения в численности работников различных уровней квалификации и позволяют оценить уровень сложности их труда, участия в выполнении функций управления технологическими процессами, соответствия профессионального уровня работников технологическим сдвигам на производстве.

Оценить значимость достигнутого уровня насыщенности с позиций возможной безработицы можно посредством сравнительного анализа групп однотипных предприятий, организаций, функционирующих в примерно одинаковых условиях в пределах однородной отрасли, либо при межрегиональном сопоставлении (при мониторинге).

Наряду с анализом численного состава кадров целесообразно осуществлять исследование его качественных параметров, с точки зрения соответствия конкретных профессий и специальностей требованиям рынка труда. Переход к рыночным отношениям в сфере труда предполагает уточнение таких понятий, как "профессия", и "квалификация".

Согласно Международной стандартной классификации профессий, комплекс работ, главные задачи и обязанности которых характеризуются высокой степенью схожести, составляет *профессию*.

Другим параметром, определяющим профессиональный статус работника, выступает *мастерство* как способность выполнять задачи и обязанности в соответствии с профессиональными требованиями данного рабочего места.

Стандартная международная классификация выделяет следующие уровни мастерства:

I-й уровень, для которого достаточно начального обучения примерно в течение 5 лет (с 5, 6, 7-летнего возраста), что соответствует 1 категории обучения;

II-ой уровень предполагает 2-3 категории (среднего) образования в форме ученичества продолжительностью около трех лет (лиц в возрасте 11-12 лет);

III-й уровень базируется на 5-й категории обучения (4 категория в классификации преднамеренно оставлена без содержания), продолжительностью около 4 лет (для лиц в возрасте 17-18 лет) и условно соответствует среднему профессиональному образованию;

IV-й уровень адекватен 6-7 категориям обучения сроком от трех и более лет (для лиц в возрасте с 17-18 лет) и условно соответствует высшему образованию (либо, в отдельных случаях, окончанию аспирантуры).

Учет международных требований позволяет углубить анализ качества кадрового потенциала, переподготовки и повышения квалификации работников.

Анализ движения кадров важен как для характеристики состояния рынка рабочей силы, так и для исследования его по конкретным категориям специалистов с высшим и средним профессиональным образованием. Результаты такого анализа показывают фактическое высвобождение работников, служат коррелирующим показателем оценки объемов скрытой безработицы и могут быть положены в основу прогнозирования развития безработицы в целом и различных ее форм, в отдельности.

Важное значение для характеристики занятости, возможного высвобождения, с точки зрения движения кадров, является определение уровня стабильности кадров (11). Этот показатель свидетельствует о мере устойчивости внутреннего рынка труда, активности процессов его самопроизводства. Здесь стабильность рассматривается с точки зрения средней продолжительности пребывания одного работника на данном предприятии (фирме), учебном заведении.

Следует иметь в виду, что в конкретных условиях складываются различные уровни стабильности кадров. Так, в США продолжительность работы у одного и того же нанимателя составляет в среднем у мужчин - 4, у женщин - 2,5 года. Более длительный срок работы на одном месте у менеджеров - 5,7 и 3,3 года (мужчины и женщины соответственно), специалисты - 4, 9 и 3,1, а у работников торговли - 3,4 и 1,7. В то же время в Японии имеет место традиция постоянной работы в одной и той же фирме.

На стадии формирования первичной занятости спрос на рабочую силу обусловлен, прежде всего, предпринимательскими интересами и возможностями. Несовпадение по различным причинам спроса и предложения рабочей силы может привести к внутреннему перемещению работников, в частности, в виде ротации, которая и поддерживает стабильность.

Поэтому для более полного учета фактора стабильности целесообразно проведение анализа состояния ротации кадров (12). В результате ротации происходит частичное разрешение внутрисистемных противоречий между спросом и предложением, имеющих

форму фрикционного и технологического движения и высвобождения кадров. Развитие процесса ротации во многом обусловлено активной внутрипроизводственной политикой занятости; снижение этой активности приводит к увеличению масштабов внешнего высвобождения работников и росту скрытой безработицы.

Но, имея в виду стабильность как одно из проявлений движения занятости, исходить при анализе следует из того, что рыночные отношения обуславливают значительную свободу в реализации занятости, вариативности поведения владельца рабочей силы и работодателя на рынке труда. При этом имеет место добровольно-принудительная мобильность трудовых ресурсов. Добровольная профессиональная мобильность связывается с переменой места работы по инициативе и в интересах самого работника. Добровольная мобильность, в свою очередь, может быть подразделена на два основных типа. Первый обусловлен личными обстоятельствами, либо обстоятельствами, лежащими вне профессионально-производственных интересов человека. Это - уход на пенсию, призыв в армию и т.п. Данный вид движения работников не представляет собой проявления профессиональной мобильности. Иное дело, когда мобильность основана на желании и возможности работника к повышению своего профессионального и материального статуса путем улучшения условий договора найма (или контракта) с работодателем (15). Высокая потенциальная профессиональная мобильность работника обуславливает и его конкурентоспособность на рынке труда. Именно эта мобильность определяет, по западной терминологии, фрикционную безработицу, представляющую собой движение рабочей силы в силу личных намерений работника.

Показатель *профессиональной мобильности* рабочей силы –термин более приемлемый в условиях рынка труда, чем ранее применявшееся понятие «текучесть кадров». В текущести в значительной мере преобладали элементы принудительной занятости в условиях централизованного планирования и управления трудовыми ресурсами, поскольку социальные гарантии (и материальные льготы) всецело зависели от непрерывного трудового стажа, в т.ч. на одном предприятии, и других подобных условий. Рыночные отношения в сфере труда могут состояться только на основе свободно избранной занятости.

Анализ состояния профессиональной мобильности позволяет разносторонне оценивать не только диспропорции внутреннего рынка труда, связанные с соотношением потребностей и возможностей работника в выборе места труда, но и более широкий круг вопросов, связанных с формированием и движением рабочей силы, полнотой и

эффективностью организации профессионального образования, подготовки людей к труду.

Фрикционное движение работников чаще всего обусловлено несовпадением их профессиональных намерений, способностей и возможностей с избранной и полученной подготовкой. В частности, отсутствием или слабостью их профессиональной ориентации и коррекцией в процессе движения по образовательной траектории.

Например, для нашей страны некоторое время имела место профессиональная мобильность: спустя 3 года после окончания вуза либо техникума около трети специалистов меняло место работы и работало не в соответствии с полученной специальностью. Профессиональной мобильности способствовало экстенсивное развитие экономики и сопровождавший ее дефицит рабочей силы. В условиях рынка, жесткой политики по отношению к уже имеющейся рабочей силе, потенциал профессиональной мобильности (по существу квазипотенциал) в значительной мере не может самореализоваться и находит свое разрешение в форме принудительного высвобождения работников.

В отличие от добровольной, принудительная мобильность инициируется работодателем (администрацией) преимущественно производственно-экономическими причинами.

Поэтому прямую оценку развития процесса роста внутренней безработицы и перерастания ее в открытую - высвобождение работников по всей совокупности факторов флуктуации рынка - технологических, структурных, циклических - дает показатель высвобождения по причинам производственного характера (16).

Естественно, что показатели размера и структуры реально высвобождаемых работников должны быть приняты во внимание при многофакторном анализе скрытой безработицы (они в определенной мере служат оценочным критерием корректности проводимого анализа). Вместе с тем, однозначной зависимости между расчетными и реальными величинами высвобождения не существует, что подтверждается практикой ряда стран, например, России.

При анализе занятости необходимо знать еще показатель затрат работодателей на рабочую силу. У работодателя они складываются из *прямых* и *косвенных* затрат. Прямые затраты связаны с оплатой отработанного времени или выполненного объема работ. Они исчисляются в целом по предприятию (фирме, организации), а также в расчете на одного занятого работника или на один отработанный человеко-час.

В рыночной системе объем прямых затрат является показателем, характеризующим состояние занятости и ее потенциальные тенденции.

Косвенные затраты на рабочую силу обусловлены необходимостью возмещения дополнительных расходов по таким направлениям как:

- оплата неотработанного времени (ежегодные отпуска, больничные листы, праздничные дни);
- оплата дополнительных расходов (премии к отпуску, частичная компенсация расходов на питание, медицинское обслуживание и другие социальные нужды);
- материальное стимулирование продолжительной и качественной работы в фирме;
- взносы в обязательные фонды социального назначения;
- оплата профессиональной подготовки (обучение, повышение квалификации, переподготовка, аттестация и т.п.) и др.

Рост совокупных затрат должен оцениваться с позиции активной политики работодателя на внутреннем рынке труда.

Относительно высокие косвенные затраты на рабочую силу сопряжены с *повышением профессионального* уровня работников, улучшением социальных условий труда, что также следует рассматривать как признак устойчивой занятости, активной политики по предотвращению диспропорций рынка труда.

Для этих же целей предназначен показатель доли затрат на рабочую силу в общем объеме вложенного капитала

Поскольку одним из наиболее действенных методов активной политики занятости, как по отношению к внешнему, так и к внутреннему рынку труда, является постоянное и целенаправленное развитие *профессионально-образовательного потенциала* работников путем доподготовки и переподготовки, целесообразно проведение более детального анализа этого направления оценки состояния занятости (17-20).

Анализ уровня охвата работающих (и потенциальных работников) различными видами профессионального образования дает возможность оценить масштабы адаптации занятости к колебаниям спроса и, соответственно, снижения масштабов высвобождения работников.

Количество и сочетание показателей (индикаторов) может быть неодинаково для аналитических разработок на микро- и макроуровне. Для малых и средних предприятий возможно использование минимума основных показателей, таких как:

- темп прироста численности занятых работников;
- коэффициент обеспеченности кадрами;

- общий показатель насыщенности специалистами;
- квалификационная структура кадров;
- коэффициент использования специалистов;
- продуктивность труда работников;
- коэффициент необходимого оборота;
- коэффициент профессиональной мобильности;

- доля затрат по осуществлению активной политики занятости. Используя рассмотренный комплекс показателей следует помнить, что при маркетинге состояния занятости в социальной сфере (образование, здравоохранение, культура) необходимы несколько иные подходы. Прежде всего следует разграничивать два сектора этой сферы;

- сектор, функционирующий в режиме общественного (государственный, региональный, муниципальный), финансируемый из средств бюджета и представляющий населению услуги бесплатно. Масштабы и структура деятельности этого сектора, отдельных его элементов, определяются нормативами, образующими экономическую "конструкцию" данной системы, достаточно устойчивую по отношению к рыночным колебаниям;

- сектор, предоставляющий платные услуги и функционирующий в режиме рыночного колебания спроса и предложения и определяемого этим непостоянства внутреннего и внешнего рынка труда и занятости.

В первом секторе численность работающих, их занятость определяется прежде всего нормативами нагрузки - объемами услуг, производимыми одним работником.

В общеобразовательных школах, колледжах и средних специальных учебных заведениях (ссуз) - это нагрузка на учителя в учебных часах за учебный год.

В вузах - так же часовая нагрузка, либо штатный коэффициент, т.е. определенное количество студентов на одного преподавателя.

Таким образом, необходимая занятость основного состава работающих в школах (колледжах, ссузах) определяется как отношение трудоемкости учебного плана (с учетом числа классов, или групп) к нормативу нагрузки. В вузах - либо аналогично, либо путем отношения числа студентов к штатному нормативу нагрузки.

При стабильных нормативах нагрузки и трудоемкости учебного плана переменным фактором, определяющим размер занятости, является контингент обучаемых. В свою очередь, он определяется численностью соответствующих возрастных групп - прямо для общеобразовательной школы и численностью приема учащихся (студентов) - для

колледжей, сузов и вузов (в соответствии со спросом рынка труда на эти категории работников).

Система профессионального образования, даже входящая в общественный (государственный) сектор, в определенной мере сопряжена с рыночным механизмом, и занятость в ней находится под воздействием колебания спроса на рынке труда. Однако, даже в условиях циклических спадов экономики, регулирующая роль государства здесь настолько значительна, что колебания рынка сказываются на занятости в профессиональной школе в небольшой мере (о чем свидетельствует опыт практически всех развитых стран).

Другое дело, когда происходит сужение бюджетной базы финансирования профессионального образования, что прямо и непосредственно сказывается на контингентах обучающихся и на размерах занятости в сторону их сокращения. На размеры занятости могут в значительной мере влиять изменения в объемах бюджетного финансирования, а также зависимость от платежеспособного спроса населения на соответствующие услуги и складывающиеся на них цены. В этой связи следует отметить, что в настоящее время наблюдается значительная фрикционная мобильность работников социальной сферы, переходящих из государственного в частный сектор, прежде всего, с более высокой оплатой труда в последнем.

Оценка динамики занятости в целом должна осуществляться с позиции преобладания мер активной (создание новых рабочих мест, расширение профессиональной подготовки) либо пассивной (выплата пособий по безработице, выходных пособий увольняемым и т.п.) политики общества. Одновременно необходимо учитывать приоритеты экономической стратегии работодателей на рынке труда, в частности, их предпочтение регулированию спроса на рабочую силу путем изменения (сокращения) продолжительности рабочего времени, законодательного разрешения гибких форм занятости, что позволяет обеспечить работой большое число желающих трудиться; создания рабочих мест для лиц с ослабленной трудоспособностью (инвалиды, хронические больные, пожилые).

Результаты анализа состояния занятости и тенденций ее изменения с позиций оценки соответствия профессиональных показателей работников требованиям производственной сферы должны стать исходными при определении основных направлений совершенствования профессионального образования на всех его уровнях - содержания, технологий обучения, конечного результата.

ГЛАВА II. ПРОЦЕДУРЫ ОПРЕДЕЛЕНИЯ СПРОСА НА СПЕЦИАЛИСТОВ С ВЫСШИМ ФИЗКУЛЬТУРНЫМ ОБРАЗОВАНИЕМ

Один из аспектов реформирования системы образования, вытекающих из Национальной программы по подготовке кадров - обеспечение потребности хозяйства страны кадрами высшей квалификации.

Система прогнозирования должна выявлять и формировать спрос на специалистов на основе учета реального состояния и перспектив развития национальной экономики и ее отраслей. Она должна постоянно воспринимать и перерабатывать большой объем информации, гибко реагировать на происходящие структурные сдвиги, на этой основе обосновывать управленческие решения по деятельности образования и прогнозированию его дальнейшего развития; отслеживать развитие процесса реформирования образования; проводить сравнительный анализ национальных и зарубежных систем образования; обеспечивать работоспособность и эффективность подготовки конкурентоспособных специалистов в условиях рыночной экономики. Основная задача состоит в необходимости определения и постоянном отслеживании степени достижения стратегических целей социально-экономического развития республики, прогнозирования основных направлений развития национальной экономики. При этом имеются в виду краткосрочные, среднесрочные и долгосрочные прогнозы развития.

Формированию спроса на специалистов присущи специфические особенности в материальном производстве и сфере услуг. В материальном производстве вектор спроса на специалистов определяется общими процессами интеллектуализации труда, причиной и следствиями которых является постоянное поддержание конкурентоспособности производства товаров, в том числе за счет новейших, высоких технологий. Новые технологии ведут к переходу специалистов из сферы непосредственного производства в сферу его организации, подготовки, поддержания и развития.

При изучении спроса на кадры высшей квалификации необходима следующая этапность:

- определение общего объема спроса в специалистах по направлениям и специальностям на текущий период по экономике в целом, отдельным ее сферам и отраслям;

- установление количества должностей, подлежащих замещению специалистами по конкретному направлению и специальности по отраслям экономики на текущий период дополнительно к имеющемуся кадровому потенциалу для полного удовлетворения спроса;

- исчисление общего объема спроса на специалистов с высшим образованием (бакалавров и магистров) по направлениям и специальностям на перспективу по экономике в целом, отдельным ее сферам и отраслям;

расчет дополнительного спроса на специалистов с высшим образованием (бакалавров и магистров) по направлениям и специальностям на перспективу, необходимый для обеспечения прироста кадрового потенциала в перспективе в количестве, соответствующем прогнозируемому полному спросу.

Для расчета объема спроса национальной экономики на специалистов с высшим образованием, имеющих степень бакалавра и магистра, необходимы следующие исходные информационные материалы:

1. Количество и структура специалистов по профилю образования, занятых в отраслях экономики, в их динамике.

2. Прогноз развития и структурных сдвигов экономики, отдельных отраслей и регионов, занятости работников, в том числе специалистов с высшим образованием.

3. Нормативные требования к замещению должностей специалистами со степенью бакалавра и магистра по отраслям экономики, отраслям производства и производствам.

Непосредственно для прогнозирования спроса национальной экономики на специалистов целесообразно использовать следующие подходы:

- на основе норм и нормативов;
- с учетом структурных сдвигов в национальной экономике и занятости;
- экстраполяцией тенденций изменения технико-экономических показателей (многофакторное моделирование);
- методом аналогии.

К нормативному методу можно отнести определение объема спроса на специалистов, исходя из данных о конкретных рабочих местах и требуемых для их замещения работников различного профиля и уровня образования, а также данных о кадровом обеспечении внедряемых новой техники и технологии по проектам эксплуатационной документации (например, “команда” по эксплуатации технологической линии и т.п.).

К уменьшению спроса ведут такие факторы, как внедрение прогрессивных технологий и методов обслуживания, способствующих сокращению затрат труда специалистов; совмещение профессий; расширение зон обслуживания; более рациональное использование фонда рабочего времени; прогрессивные формы организации труда, системы материального стимулирования; совершенствование профессиональной подготовки работников и структуры управления путем ликвидации излишних звеньев и должностей; применение гибких форм занятости.

Нормативный метод целесообразно использовать в прогнозировании спроса на специалистов для отраслей сферы услуг в целом. Так, прогнозирование общего спроса на специалистов для образования и здравоохранения может быть с достаточной точностью проведено на базе применения нормативов нагрузки (для образования) и обслуживания (для здравоохранения).

Нормативы численности преподавателей для общеобразовательных школ (а также лицеев и колледжей) разрабатываются, исходя из норматива нагрузки, количества классов, их наполняемости и необходимости обеспечения высокого качества обучения; для вузов - исходя из штатного коэффициента (число студентов на одного преподавателя) и контингента студентов. Нормативы обслуживания для здравоохранения разрабатываются исходя из установленных (либо ожидаемых) объемов медицинской помощи - числа амбулаторно-поликлинических посещений в год; количества стационарных и санаторно-курортных коек с учетом соответствующих нормативов нагрузки на одного медицинского работника.

Исходной информацией для расчета (прогноза) размеров спроса и подготовки специалистов для этих видов деятельности должны служить:

- система ведомственных и региональных норм и нормативов обеспеченности населения различными видами социальных услуг;
- демографические расчеты (прогнозы) органов статистики и других организаций;
- программы и прогнозы развития деятельности учреждений образования, здравоохранения и культуры, разработанные соответствующими отраслевыми и региональными органами.

Необходимо также принимать во внимание развитие сети негосударственных учреждений образования, здравоохранения и культуры, поскольку их деятельность может повлечь повышение спроса на специалистов.

Следует иметь в виду, что нормативный подход к определению спроса на специалистов в социальной сфере в полной мере относится лишь к бюджетному сектору,

где применяются директивно установленные нормативы. В коммерческом секторе спрос на специалистов определяется платежеспособным спросом населения на соответствующие услуги.

Особенности экономики в республике Узбекистан в настоящее время таковы, что получают развитие приватизация, предпринимательская деятельность, иностранные инвестиции, формирование акционерных обществ, ассоциаций, корпораций, а также происходят другие структурные изменения в формах собственности, организационно-экономических формах хозяйствования.

Существенными тенденциями в предстоящем 10-15 - летнем периоде являются:

- усиление динамики роста объема производства в наиболее важных направлениях экономики, особенно в промышленности. Если это будет происходить на старой технической базе, то произойдет значительное увеличение спроса на специалистов. В случае технического обновления спрос будет возрастать более медленными темпами;

- происходящие и ожидаемые крупные изменения в структуре занятости: перераспределение работников из традиционных отраслей материального производства в сферу услуг. Это поведет к значительному увеличению спроса на специалистов, в т.ч. по новым специальностям (информатика, деловые услуги и т.д.);

- значительное увеличение числа субъектов хозяйствования вследствие приватизации и развития малого бизнеса. Это поведет к увеличению спроса на специалистов в области бизнеса, маркетинга, финансов и учета;

- развертывание конверсии оборонных производств, возникновение на их базе широкого спектра гражданских производств. Это повлечет снижение спроса на специалистов традиционного профиля оборонных производств и одновременный рост на специалистов в области новой техники и технологии гражданского производства;

- усиление процессов технического переоснащения производства. Это поведет к снижению спроса по традиционным специальностям производственного профиля и возрастанию спроса на специальности по новым, высоким технологиям.

Во всех сферах национальной экономики в условиях рынка, связанных с процессом интенсификации производства, должны получить быстрое развитие средства автоматизации всех сфер производства, управления, сбыта на основе использования микропроцессов, персональных компьютеров, робототехники и новых средств связи, экологических систем, что приведет к большому спросу на специалистов соответствующего профиля.

Качественно новое развитие экономических служб увеличит спрос на специалистов по маркетингу, экономическому анализу, в области учета. Построение правового государства требует формирования соответствующей инфраструктуры юридического обеспечения деятельности органов управления, субъектов хозяйствования, различных интересов населения. В связи с этим, произойдет рост потребности в специалистах в области права.

Новые возможности организации труда, управления производством требуют значительного количества специалистов в области психологии, социологии и др.

Для прогнозирования спроса на специалистов (особенно в материальном производстве) важны конечные результаты структурных сдвигов в экономике: стоимостный объем произведенной продукции по отраслям и его доля в общей стоимости произведенного продукта (те же отношения к структурным сдвигам внутри отдельных отраслей, особенно промышленности); объем выплаченной заработной платы по отраслям (то же по отдельным подотраслям).

Исходя из прогнозируемых установочных показателей (объем производства и объем заработной платы) различных показателей повышения производительности труда, можно получить абсолютные значения занятости в экономике в целом и в отдельных ее отраслях.

Прогнозирование спроса на основе тенденций изменения технико-экономических показателей (многофакторное моделирование) используется для среднесрочного и долгосрочного определения потребностей материального производства на уровне региона, отрасли и страны в целом.

Модель прогнозирования спроса на специалистов должна состоять из следующих блоков:

1. Оценка макроэкономических показателей развития национальной экономики. Основной задачей, решаемой в этом блоке, является формирование технико-экономических показателей, характеризующих состояние и развитие экономики в регионах и Республике Узбекистан в целом.

Выходные материалы этого блока используются в качестве исходной базы для формирования сценариев развития экономики во втором блоке.

2. Ожидаемых сценариев (программ) развития национальной экономики. Формирование сценариев развития осуществляется на основе анализа основных направлений структурной перестройки и возможных альтернатив их реализации. Кроме того, используются программы социально-экономического развития регионов и другие

республиканские, региональные и отраслевые программы. Основная задача состоит в определении наиболее реалистичных сценариев развития экономики.

3. Возможные объемы инвестиций в различные отрасли. В этом блоке определяются возможные объемы инвестиций из республиканского бюджета, бюджетов региона, основных целевых фондов. Определяются также иные возможные источники финансирования. При решении этих задач учитывается необходимость создания благоприятных условий для привлечения зарубежных инвестиций.

4. Динамика и профессионально-квалификационная структура занятых работников. Динамика занятости формируется на основе данных о занятости экономически активного населения, наличия открытой и скрытой безработицы, межотраслевого и межрегионального перераспределения рабочей силы. Учитывается перераспределение работников из традиционных отраслей материального производства в сферу услуг.

5. Ожидаемая численность и структура высвобождения работников в регионе (отрасли). Эта задача решается на основе создания мониторинга численности и структуры высвобождаемых работников. Мониторинг формируется с использованием данных о численности незанятого населения.

6. Ожидаемые демографические условия региона. Ожидаемые демографические условия региона определяются на основе анализа изменений, происходящих в демографической структуре, составе экономически активного населения и изучения динамики структурной перестройки экономики.

Метод моделирования позволяет осуществлять комплексное прогнозирование с учетом всех основных факторов и показателей, оказывающих влияние на спрос в специалистах.

Одной из задач является выбор из всей совокупности технико-экономических показателей таких, которые на основе качественного и количественного анализа позволяют охарактеризовать существенные стороны изучаемого явления.

В результате обработки исходной информации указанными методами получается система регрессионных уравнений, то есть прогнозирующая система выявления спроса на специалистов. Исходной предпосылкой, положенной в основу моделирования, является наличие взаимосвязи между результативным признаком (потребностью в специалистах) и общеэкономическими и технико-экономическими производственными показателями. Например, между размером ежегодной дополнительной потребности в специалистах и объемом валового внутреннего продукта, безусловно, существует взаимозависимость.

Имеется еще ряд экономических показателей, тесно связанных с продуктивностью труда специалистов с высшим и средним профессиональным образованием. К ним, прежде всего, относятся такие показатели, как производительность труда, прибыль, фондовооруженность, фондоотдача, капитальные вложения и другие.

Еще более полно дает возможность оценить продуктивность труда занятых, показатель производства прибыли на одного работающего. Это является его главным достоинством в целях сквозного подхода для анализа предприятий различных организационно-правовых форм, различного профиля и различных отраслей сферы экономики. Но следует учитывать, что этот показатель не всегда достаточно надежен, так как многие услуги, например в торговле, включаются в розничную цену товара.

Анализ показателя производства прибыли в сочетании с показателем производительности труда дает возможность непосредственной оценки эффективности занятости контингента работников, поскольку прибыль показывает положение предприятия на рынке, свидетельствует о соответствии количества, качества, полезности произведенного товара спросу на него, оптимальности произведенных затрат.

Низкий уровень прибыли и производительности труда или тенденции их снижения свидетельствуют о необходимости перехода на производство иного товара, технической, технологической и организационной перестройки производства и, следовательно, соответствующего кадрового обеспечения.

Важным является также анализ уровня развития материально-технической базы производства, т.е. технической обеспеченности живого труда, характеризуемой такими показателями, как фондоотдача и фондовооруженность. Фондоотдача, как отношение выпускаемой продукции к стоимости основных производственных фондов, являющихся одним из критериев интенсификации производства, характеризует в определенной мере соотношение между овеществленным и живым трудом. При прочих равных условиях производства более высокая фондоотдача свидетельствует о более низкой доли живого труда в единице продукции. Высокая фондоотдача свидетельствует также об ускорении сроков амортизации, следовательно, и обновлении основных фондов, что связано с активацией инвестиционной политики.

Показатель фондовооруженности, отношение стоимости основных производственных фондов к численности производственно-промышленного персонала, характеризует уровень технической вооруженности производства. Этот показатель также находится в зависимости от инвестиционной политики.

Активность инвестиционной политики выражается, во-первых, в расширении числа рабочих мест, а во-вторых, и главным образом, в техническом и технологическом переоснащении производства, в создании технически прогрессивных рабочих мест, что также обуславливает использование высококвалифицированных кадров по новым приоритетным направлениям.

Рациональным моментом в подобном подходе является то обстоятельство, что размерность технико-экономических показателей принимается по перспективным программам развития, в том числе и на основании данных республиканских, региональных и других программ научно-технического прогресса

Группировки исходных данных могут быть различными, но репрезентативными с группировками по Узбекистану.

Ниже приведена группировка спроса на специалистов в разрезе укрупненных областей знаний и прогноз соответствующей структуры спроса по Узбекистану. При этом в первом приближении принимается положение о том, что структура выпуска специалистов в странах с развитым рынком приближена к структуре спроса на специалистов.

Таблица 6

Спрос на специалистов с высшим образованием по укрупненным группам специальностей в разных странах (% от общего выпуска, 2005 г.)⁶

Страны	Укрупненные области знаний					
	Медици на	Естестве нные науки	Мат.и комп. науки	Гуманит. и обществ. науки	Право и бизнес	Инж- техн. науки
Австралия	15	10	4	38	25,7	7,3
Австрия	10	12	5,4	30	29	13,4
Бельгия	12	9,3	2,1	12	42,5	20,5
Канада	7	8,3	3,7	56	17,5	7,7
Чехия	10	10	1,8	30	24,0	21,8
Дания	14	6,6	1,3	39	24,2	15,5

⁶ Данные по зарубежным странам взяты из: Edition of Education at a Glance, 1977 Indicators OECD-Paris, 1977. Эти данные являются устойчивыми в период до 1999 года.

Финляндия	11	8,6	6,6	36	12,2	25,5
Франция	5,9	-	21	31	30,9	11,7
Германия	11	13	5,5	36	10,8	23,2
Греция	12	11	3,7	43	20,0	11,0
Ирландия	5,2	17	5,2	39	22,6	10,6
Италия	22	8,6	3,4	25	28,5	12,3
Япония	5,2	9,6	-	26	37,0	21,5
Корея	4,6	17	-	54	-	18,0
Нов.Зеландия	9,3	16	0,4	38	30,0	5,4
Норвегия	20	6,7	1,0	36	15,0	17,7
Польша	25	8,9	1,8	36	14,8	13,0
Португалия	5,6	5,0	3,1	47	27,0	12,5
Испания	12	6,4	4,3	28	28,6	10,3
Швеция	10	6,9	5,7	36	24,2	16,9
Турция	9,2	10	2,4	50	13,0	15,2
В/Британия	6,5	12	5,8	39	22,0	14,3
США	8,0	7,3	3,3	47	26,8	7,6
Среднее значение	10,9	9,6	4,4	37	24,4	14,5
Узбекистан, 2011 г. Выпуск студентов	9,9	9,4	5,7	29,3	26,3	19,4
Прогнозная оценка структуры спроса и выпуска из вузов	10,5	11,0	5,0	32,0	25,0	16,5

Из приведенных данных следует, что структура выпуска в вузах Узбекистана в разрезе укрупненных областей знаний близка к средним показателям спроса (выпуска) по приведенному кругу стран. Вместе с тем, с учетом опыта развивающихся стран, следует

внести некоторые коррективы в структуру спроса и выпуска по Узбекистану в прогнозном периоде.

Результаты такого прогноза, проводимого с учетом приоритетов и темпов развития различных сфер деятельности в республике, дают возможность, с разной степенью глубины и детальности, определить тенденции структурных сдвигов спроса на специалистов, следствием которых является достижение выбранных ориентиров развития подготовки кадров.

Подход на основе аналогии к прогнозированию спроса на специалистов может быть использован совместно с другими подходами.

Так, по аналогии с развитыми странами можно оценить тенденции структурных сдвигов в экономике: целевые (необходимые) величины (абсолютные и относительные) отдельных технико-экономических показателей при многофакторном моделировании.

Подход по аналогии применим и для оценки размера спроса на кадры для отдельного предприятия. В этих целях для конкретного предприятия, либо для их однородной по видам деятельности группы, определяется эталонное предприятие с наивысшей результативностью деятельности (отечественное либо зарубежное). Показатели кадрового обеспечения такого предприятия специалистами (численность, структура по специальностям) принимается в качестве аналога для всей введенной группы предприятий (либо для конкретного). При этом необходимо учесть возможность динамики изменения принимаемых за аналог кадровых показателей в перспективе даже эталонного предприятия. Эта задача также может быть реализована, поскольку фирмы и предприятия (главным образом в западных странах) имеют обоснованные программы стратегии развития, особенно в части персонала.

В первом приближении эта величина представляет собой сумму количества занятых специалистов в базовом, исходном для прогноза, году и количества их прироста к базовому в прогнозируемом году.

Это может быть выражено следующей формулой:

$$C_n = C_6 + C_d, \quad (1)$$

где C_n - общий перспективный спрос в специалистах рассматриваемого периода (года);

C_6 - общий спрос (реализованный в начальном наличии специалистов) в базовом году;

C_d - дополнительный перспективный спрос на специалистов в рассматриваемом периоде (году).

Перспективный дополнительный спрос на специалистов с высшим образованием определяется следующим образом:

$$C_d = D + B + Z, \quad (2)$$

где D - дополнительный спрос на специалистов на прирост количества должностей в связи с развитием производства;

B - дополнительный спрос на специалистов для возмещения убыли;

Z - дополнительный спрос на специалистов для замены практиков.

Спрос на специалистов на возмещение убыли покрывает выбытие специалистов по разным причинам: естественное выбытие (уход на пенсию), миграция, уход по собственному желанию или в связи с рождением ребенка, службой в армии). При этом целесообразно установление коэффициента миграции по экономическим районам в разрезе специальностей, который может быть определен по следующей формуле:

$$K_m = \frac{C_n - Y * 100}{S}, \quad (3)$$

где K_m - коэффициент миграции;

S - среднегодовая численность специалистов с высшим образованием, которая рассчитывается как средняя численность специалистов на начало и конец года.

Y - численность убывающих специалистов с высшим образованием из экономического района за год.

С целью установления стабильности состава специалистов с высшим образованием сальдо миграции представляется следующим образом:

$$C = C_n - Y, \quad (4)$$

где C - сальдо миграции (чел.).

Спрос на компенсацию замены практиков должен рассчитываться с учетом осуществления этого процесса планомерно, с учетом перехода практиков в категорию бакалавров и магистров путем обучения в вузах без отрыва от производства.

Спрос на специалистов с приростом количества должностей в связи с развитием производства (D) определяется следующим образом:

$$D = C_n - (B + Z). \quad (5)$$

Точность определения D в этом случае зависит от последовательности проводимых расчетов - прогнозируемого общего спроса, спроса в связи с естественной убылью специалистов и в связи с заменой практиков.

Величину дополнительного спроса в связи с приростом должностей целесообразно рассчитывать и в независимом режиме на основе общих подходов к прогнозированию спроса на специалистов вообще.

Полученная общая величина дополнительного спроса на конечный год прогнозирования является суммарной для всего периода прогноза, поскольку определяет суммарный прирост числа специалистов к их базовому контингенту.

Для перевода этих показателей в ежегодные размеры приема студентов в вузы необходима соответствующая разбивка общих размеров дополнительного спроса (Д) по годам прогнозируемого периода.

В случае увеличения общего спроса эта разбивка должна идти по нарастающей.

Структурно – информационная модель прогноза: в основе разработки прогноза приема студентов в вузы должны лежать прогнозируемые размеры и структура дополнительного спроса на специалистов (в отраслевом и региональном разрезе). Особенно это касается приема, осуществляемого за счет бюджетных средств.

При оценке общих размеров приема студентов с позиций удовлетворения спроса на специалистов следует принимать во внимание следующие факторы:

- наличие у высшей школы необходимой финансовой (за счет бюджета), материальной базы, профессорско-преподавательских кадров, соответствующих требуемым размерам, структуре и дислокации подготовки специалистов, особенно в перспективном периоде;

- наличие возможностей привлечения внебюджетных средств юридических и физических лиц (оценка платежеспособного спроса фирм, предприятий и населения на образовательные услуги);

- наличие намерений у возможных абитуриентов к получению высшего образования и специальностей в соответствии с прогнозируемыми размерами и структурой приема в вузы, исходя из спроса;

- наличие потенциальной базы абитуриентов в аспекте численности населения по соответствующим возрастным группам в разрезе регионов республики (Табл.6)

Таблица 7

Структурно-информационная модель прогнозирования спроса и подготовки специалистов с в/о в Республике Узбекистан

Государственные программы по направлениям структурной перестройки и развития реформ	Вложения из государственного бюджета на высшее образование		Платежеспособный спрос отраслей экономики
Ожидаемые сценарии развития экономики страны (прогноз тен.-экон. показат.)	Оценка бюджета вузов		Внебюджетное финансирование
Объем инвестиций в различные отрасли	Прогноз спроса на специалистов с высшим образованием	Прогноз общего размера приема в вузы	Платежеспособный спрос населения
Численность специалистов по отраслям и специальностям в динамике за последние годы	Прогноз размеров и структура приема в вузы по: направлениям; специальностям		
Размер и структура спроса на специалистов в зарубежных странах			
Структура подготовки специалистов в зарубежных странах	Предложения региональных органов власти о размерах спроса и подготовки специалистов (прием в вузы)		

Расчет произведен на основе основных показателей наличия специалистов в области права в США и Узбекистане.

Этапы расчета.

1. В соответствии с методикой, изложенной выше, проводится определение размеров спроса (общего контингента занятых специалистов в области права) в расчетном году (2015 г.) с тем, чтобы выйти на показатели обеспеченности экономики и населения специалистами этого профиля в Узбекистане, аналогичные данным показателям в США. При этом необходимо иметь прогнозные величины основных (исходных для прогноза) показателей: численности населения (демографический прогноз); общую численность работающих (прогноз занятости); общую численность специалистов, занятых в экономике (определяемую одним из предлагаемых методов, либо на основе экстраполяции с учетом всей совокупности факторов, влияющих на увеличение спроса), табл. 7.

Таблица 8

Организация взаимосвязей между высшими учебными заведениями и потребителями кадров (работодателями).

<p>Высшие учебные заведения: информация об условиях и возможности проведения практики студентов; информация о намерениях отраслевых министерств, предприятий и организаций по направлению на учебу студентов по контрактам.</p>	<p>Минвуз РУз: - разработка условий проведения практики студентами; - организационная и методическая помощь вузам в заключении долгосрочных договоров с отраслевыми министерствами и основными крупными предприятиями по контрактной подготовке специалистов; - организационная и методическая помощь вузам в установлении постоянных связей вузов с потребителями кадров по вопросам трудоустройства выпускников.</p>	<p>Ассоциации, концерны и предприятия-потребители кадров: информация о требованиях к содержанию подготовки специалистов по контрактам; информация о текущих и прогнозируемых намерениях по развитию контрактной системы подготовки кадров</p>
---	---	---

Одними из лучших методов являются экономико-математические и статистические методы анализа и прогнозирования потребности в кадрах высшей и средней специальной квалификации. К числу этих методов можно отнести теории наименьших квадратов, дисперсионного анализа, главных компонент распознавания образов, случайного поиска экстремума и имитационного моделирования, основанного на предварительной оценке статистических параметров корреляционных и регрессионных уравнений.

Суть использования экономико-математических методов заключается в том, что прогноз потребности в кадрах осуществляется на основе количественной оценки.

Математико-статистические модели для среднесрочного и долгосрочного прогнозирования потребности в специалистах могут быть разработаны на уровне региона, отрасли и страны в целом. При этом целесообразно на первоначальном этапе проводить дисперсионный анализ факторов.

При этом параллельно можно проводить анализ информации методами распознавания образов. Модельное прогнозирование целесообразно осуществлять на основе имитационных моделей и методом случайного поиска экстремума.

Прогнозирование потребности в специалистах на основе моделирования производится на базе изучения и анализа состояния и перспектив развития экономики, ожидаемых структурных сдвигов, демографических факторов и приоритетов, корреляции этих показателей со спросом на специалистов и определение тенденции его изменения.

Расчет нормативов насыщенности может выполняться на перспективу в специалистах на основе передовых предприятий.

При расчете норматива насыщенности специалистами для министерств и ведомств можно использовать следующие технико-экономические показатели министерств за ряд лет, как существенно влияющие факторы на потребность отраслей в специалистах:

- X1 – производительность труда по конечной продукции, сум.;
- X2 – уровень механизации труда рабочих, %;
- X3 – сложность изготавливаемой продукции (удельный вес унификационных деталей). %;
- X4 – фондоотдача по валовой продукции, сум.;
- X5 – фондоемкость продукции, сум.;
- X6 – фондоемкость продукции, сум.;
- X7 – фондовооруженность труда, сум.;
- X8 – трудоемкость (зарплатоемкость) продукции, сум.;
- X9 – насыщенность отраслей в специалистах инженерного профиля;
- X10 – доля продукции высшего качества, %;
- X11 – удельный вес научно-обоснованных норм, %;
- X12 – объем внедряемых НИП и объем реконструкторских работ,
- X13 – уровень автоматизации труда, %;
- X14 – уровень концентрации производства, %;
- X15 – уровень специализации, %;
- X16 – удельный вес рабочих в общей численности занятых, %;
- X17 – число ежегодно внедряемых новых технических и технологических мероприятий, шт.;
- X18 – процент снижения доли ручного труда в общем объеме живого труда, %;
- X19 – энергоемкость конечной продукции, кВт/сум.;
- X20 – доля инженеров в общей численности специалистов, %;
- X21 – удельный вес активной части основных производственных фондов, %;
- X22 – прирост основных производственных фондов, тыс. сум.;
- X23 – уровень организации производства;

- X24 – средний образовательный уровень занятых работников, чел/лет обучения;
 X 25 – средний квалификационный уровень занятых работников (в средних тарифных разрядах в расчете на одного рабочего);
 X26 – удельный вес умственного труда, %;
 X27 – средняя заработная плата занятых работников, сум.;
 X28 – сменность работы;
 X29 – прибыль, тыс.сум.;
 X30 – рентабельность, в %;
 X31 – численность занятых работников, чел.

Перечисленные показатели производства являются определяющими факторами каждой отрасли при прогнозировании потребности в специалистах и влияют на уровень насыщенности по всем отраслям. Определение потребности в специалистах на краткосрочный период целесообразно вести снизу вверх - начинать работу на уровне предприятий и организаций и завершать на уровне министерств и ведомств. А при определении потребности в специалистах на долгосрочный период следует полностью сосредоточить в министерстве (ведомстве). К этой работе необходимо привлекать производственные и региональные управления, объединения, а также научно-исследовательские организации отрасли (Министерства макроэкономики и статистики, Министерства труда и социальной защиты).

В результате решения задач по некоторым специальностям получена следующая математическая модель, на основе которой прогнозировалась структура потребности отраслей в специалистах на 2000, 2001, 2006 годы по следующей теоретической модели прогноза:

$$У 2000 = 16,9275 + 0,6657 * X1 + 0,2141 * X4 + 0,0038 * X29 \quad (1)$$

$$У 2001 = 10,4189 + 0,6023 * X1 + 0,3148 * X4 + 0,0033 * X29 \quad (2)$$

$$У 2006 = 8,3464 + 0,5684 * X1 + 0,4148 * X4 + 0,0087 * X29 \quad (3)$$

Для непродуцированной сферы получена теоретическая модель с другими определяющими факторами за 2000 - 2006 годы:

$$У2001 = 23,8948 + 0,0387 * X24 + 0,4845 * X31 \quad (4)$$

$$У 2010 = 22,1346 + 0,0311 * X 24 + 0,5846 * X31 \quad (5)$$

$$У2015 = 18,3464 + 0,0248 * X224 + 0,6358 * X31 \quad (6)$$

На показатель У наиболее существенное влияние оказывают следующие факторы: в производственной сфере - производительность труда (X1), фондоотдача (X4), прибыль от реализации (X24) и численность занятых работников (X31).

По результатам расчетов прогнозирующих моделей, на основе существенных факторов, влияющих на динамику численности занятых экономистов, из 31 фактора оказались наиболее важными по экономико-статистическим критериям (Фишера) 5. В связи с этим для прогнозирования на перспективу в дополнение к многофакторному анализу предлагается применить метод экспоненциального сглаживания Брауна и метод разностных уравнений Бокса и Дженкинса. Эти методы в модифицированном виде позволяют учитывать тенденцию развития отрасли как в прошлом, так и в будущем. Поэтому не следует их отождествлять с так называемой “чистой временной” экстраполяцией. «Чистая временная» экстраполяция, когда показатели насыщенности, квалификационной и профессиональной структуры рассматриваются в зависимости только от времени, рекомендуется к применению в исключительных случаях - только при отсутствии скачкообразных процессов развития в исследуемом периоде. Этот метод, являясь достаточно простым, не может в то же время претендовать на значительную точность, поскольку расчеты, основанные на нем, отражают изменения структуры производства и совокупность рабочей силы в прошедшем периоде времени, и отсутствует учет развития этих показателей в рассматриваемом периоде.

Специфические особенности имеются в определении потребности в специалистах-экономистах на уровне учебных заведений. Удельный вес экономистов в республике значительно ниже в общем объеме выпуска специалистов по сравнению с развитыми зарубежными странами. В 2005 г. удельный вес экономистов в Узбекистане от общего выпуска специалистов оставил - 7,6%. в СНГ - 7,2%, тогда как в США - 4,3%, ГДР - 21,9%, а по инженерным специальностям наоборот. Наибольшая доля в выпуске специалистов из вузов приходится на инженеров в СНГ - 44,0% в 2000 г., а в США - 9,0%, в Великобритании - 15%, Японии - 19%, Франции - 13%, ФРГ - 18%. Это говорит о том, что количество должностей, относящихся к экономическим специальностям, с ростом технической оснащенности предприятий увеличивается, а инженерные специальности уменьшаются. В перспективе особое значение имеет подготовка высококвалифицированных специалистов-экономистов, умело использующих все типы персональных компьютеров и методы экономико-математического моделирования.

На уровне кафедры потребность отраслей в специалистах по экономике определяется с учетом региональной, отраслевой и социально-экономической особенности каждой конкретной специальности или направления. На уровне кафедры более реально оцениваются недостатки конкретной специальности по областям и регионам республики. При определении кафедрой потребности по конкретно

направленной специальности следует разработать социологическую анкету опроса хозяйственных и руководящих работников. На подготовительном этапе для определения потребности в кадрах-специалистах на планируемый и прогнозируемый период решаются задачи сбора *всей необходимой статистической информации*.

По указанному методу общая потребность в кадрах специалистов определяется в целом по каждой из отраслей и подотраслях на последний год планируемого и каждый последующего периода путем уменьшения численности работающих на утвержденный норматив насыщенности кадрами.

Норматив насыщенности специалистами определяется в соответствии с численностью занятых, с учетом всех факторов, влияющих на увеличение и уменьшение только по тем специальностям, которые готовит кафедра.

Дополнительная потребность в специалистах исчисляется по формуле (9).
Дополнительная потребность в специалистах на прирост количества должностей (П) исчисляется как разница между количеством должностей, подлежащих замещению специалистами на конец данного года и на конец предыдущего года, т.е.

$$D = C_1 - C_{t-1} \quad (7),$$

где C_1 - количество должностей, подлежащих замещению специалистами.

Дополнительная потребность в специалистах на возмещение естественного выбытия определяется путем умножения общей потребности в специалистах на конец предыдущего года на среднегодовой коэффициент естественного выбытия специалистов. Под естественным выбытием специалистов понимается их уход на пенсию и смертность. Коэффициент естественного выбытия определяется реально для специалистов с высшим и средним специальным образованием, а также для каждой профилирующей группы специальностей. Специалисты, используемые на рабочих местах и на должностях, не требующих высшего образования, из расчета показателя исключаются. Для определения общей и дополнительной потребности в специалистах при текущем планировании применяется штатно-номенклатурный метод. Метод расчета основывается на применении штатных расписаний, номенклатур должностей, подлежащих к замещению специалистами с высшим и средним специальным образованием, действующих в отрасли нормативов численности специалистов, нормативов труда специалистов и установленных соответствующим министерством лимитов по численности работающих.

ГЛАВА III.

ФОРМИРОВАНИЕ ПОТРЕБНОСТИ В КАДРАХ С ВЫСШИМ ОБРАЗОВАНИЕМ ДЛЯ СФЕРЫ ФИЗИЧЕСКОЙ КУЛЬТУРЫ И СПОРТА

Одним из показателей успешности проведения реформ является занятость населения. Занятость – это общественно полезная деятельность граждан, которая в условиях коренных социально-экономических преобразований в стране, формирования конкурентного рынка труда и образовательных услуг становится стратегической целью государства.

Политика, нашего независимого государства, уровень нынешнего развития общества, его культуры, науки и техники, вхождение в рыночную экономику и новые задачи, стоящие перед высшей школой, требуют не только качественно нового содержания и технологий обучения, но и новых подходов к определению направлений подготовки и потребностей в специалистах, ориентирующихся на законы рыночной экономики с учетом динамики экономического развития республики, исторически сложившейся ситуации в контексте с современными условиями хозяйствования. На государственном уровне особо важным становится создание механизма государственного управления процессами подготовки, трудоустройства и занятости специалистов с высшим образованием, это означает, что план приема студентов вузами страны должен в полной мере соответствовать фактической потребности отраслей народного хозяйства. Сегодня несоответствие в разрезе направлений высшего образования составляет 20-35%. В частности, в избытке готовятся кадры по многим направлениям педагогических, инженерных, медицинских специальностей; в последние годы в отдельных областях республики подготовка специалистов с высшим образованием не соответствует потребностям социально-экономического развития регионов, например, в некоторых областях осуществляется подготовка только педагогов и врачей; резко изменились требования к подготовке кадров, качественные показатели и количество должностей, подлежащих замещению специалистами с высшим образованием. Работодатели в большинстве случаев обращают внимание не столько на соответствующий диплом, сколько на знание дела, профессионализм кадров. Это значит, что появилась потребность в знаниях, соответствующих международному уровню по всем отраслям народного хозяйства. При этом некоторые вузы не отвечают запросам рынка труда и требованиям рынка образовательных услуг, в следствии чего часть специалистов не пользуется

спросом совместных, частных, иностранных и других предприятий в стране; наблюдается параллелизм в подготовке вузами специалистов (одни и те же специалисты готовятся в разных вузах, хотя потребности в них в областях нет).

Все это негативным образом сказывается на престиже высшего образования и требует серьезного повышения качества подготовки специалистов.

Для изменения этой ситуации, т.е. продуктивного использования специалистов с высшим образованием и целенаправленного расходования государственных средств на образование, прежде всего, особое значение имеют:

-определение степени соответствия новых специализаций высшего образования (перечень специальностей магистратуры и направлений образования бакалавриата) требованиям должностей, подлежащих замещению специалистами с высшим образованием, т.е. сбалансированность выпуска специалистов с должностями в отраслях народного хозяйства страны;

-выявление общей и дополнительной потребности в разрезе направлений образования, принятых в новом Классификаторе, разработка отраслевых нормативов обеспеченности специалистами с высшим образованием в соответствии с общими потребностями;

-определение потребности в специалистах, связанной с расширениями отраслей и с качественным совершенствованием сложности труда; при этом обязательно учитывается уровень их выбытия по различным причинам – смена поколений, естественное выбытие, миграция, текучесть кадров и др.;

-сбалансированность потребности с приемом студентов по вузам, регионам, направлениям бакалавриата и магистратуры и по специальностям высшего образования, т.е. рассчитать потребности по каждому направлению высшего образования (производятся в соответствии с Классификатором, Квалификационными характеристиками и Госстандартом);

-создание отраслевых методик по определению перспективной потребности в специалистах с высшим образованием.

Развитие спроса на специалистов имеет разные закономерности в двух основных секторах экономики – *материальном производстве и социальной сфере*. В материальном производстве вектор спроса на специалистов определяется общими процессами интеллектуализации труда, причиной и следствиями которых является постоянное поддержание конкурентоспособности производства товара, в том числе за счет новейших достижений науки и техники и высоких технологий, т.к. новые технологии ведут к

переходу специалистов из средств непосредственного производства в сферу его организации, подготовки, поддержания и развития.

В социальной сфере, и целом в сервисе, численность специалистов возрастает пропорционально полноте социальной политики государства, росту масштабов деятельности сферы сервиса на основе увеличения платежеспособного спроса населения на сервисные услуги.

Основными исходными информационными материалами для расчета спроса отраслей экономики на специалистов с высшим образованием, имеющих степень бакалавра и магистра являются:

- количество и структура специалистов по профилю образования, занятых в отраслях экономики, в их динамике;
- прогноз развития и структурных сдвигов экономики отдельных отраслей и регионов, занятости работников, в том числе специалистов с высшим образованием;
- нормативные требования к замещению должностей специалистами со степенью бакалавра и магистра по отраслям экономики и отраслям производства.

К базовым подходам, составляющим методологическую основу прогнозирования относятся прогнозирование на основе:

- норм и нормативов;
- структурных сдвигов в экономике и занятости;
- тенденций изменения технико-экономических показателей (многофакторное моделирование);
- на основе аналогии.

Особенности современной экономики и общественного развития таковы, что получают развитие широкая приватизация, активное предпринимательство, иностранные инвестиции, возникают акционерные общества, ассоциации, корпорации, формируются различные общественные объединения и организации, происходят другие структурные сдвиги, которые предъявляют особые требования к специалистам, к их подготовке, трудоустройству и эффективному использованию и влияют на формирование финансового и материально-технического обеспечения профессионального образования.

Прогнозирование спроса на специалистов на основе структурных сдвигов строится на базе выявления основных направлений структурной перестройки экономики отраслей и регионов с учетом приоритетов в развитии отдельных форм собственности и хозяйствования. Существенными тенденциями в прогнозируемом 10-15 - летнем периоде являются:

-усиление динамики роста объема производства в наиболее важных направлениях экономики, особенно в промышленности;

-происходящие и ожидаемые крупные изменения в структуре занятости (перераспределение работников из традиционных отраслей материального производства в отрасли рыночной инфраструктуры и сферу услуг);

-увеличение числа хозяйствующих субъектов за счет приватизации и развития малого бизнеса (это влечет увеличение спроса на специалистов в области бизнеса, маркетинга, финансов и учета);

-конверсия оборонных производств и возникновение на их базе гражданских производств (это снижает спрос на специалистов оборонного профиля, но в то же время обеспечивает рост спроса на специалистов в области новой техники и современных технологий);

-техническое переоснащение производства (увеличивает спрос на специальности по новым технологиям).

Прогнозирование на основе тенденций изменения технико-экономических показателей (многофакторное моделирование) производится на основе изучения и анализа состояния и перспектив развития экономики ожидаемых структурных сдвигов демографических факторов, социального развития.

В этом случае модель прогнозирования включает несколько блоков:

1.Оценка состояния экономики (здесь используются исходные макроэкономические показатели). Основной задачей, решаемой в этом блоке, является формирование технико-экономических показателей, характеризующих развитие экономики в регионах и в республике в целом.

2.Ожидаемые программы развития экономики на основе анализа основных направлений структурной перестройки. Задача состоит в выборе наиболее реалистичной программы.

3.Ожидаемые объемы инвестиций. В этом блоке определяются возможные инвестиции из государственного и регионального бюджетов и других источников финансирования.

4.Динамика занятости различных категорий работников (формируется на основе данных о занятости населения с учетом безработицы и механизмов перераспределения рабочей силы).

5.Ожидаемая численность и структура высвобождения работников (задача решается на основе мониторинга численности и структуры высвобождаемых работников).

6. Ожидаемые демографические изменения на основе анализа изменений, происходящих в демографической структуре, составе трудовых ресурсов и перестройки экономики.

В целом моделирование производится на основе информационно-нормативной базы данных по технико-экономическим, социальным, демографическим и нормативно-справочным показателям.

Оценка спроса на специалистов может быть проведена методом аналогии, т.е. путем принятия показателей спроса, сложившихся в подобной сфере деятельности других государств.

Предусмотренный «Национальной программой по подготовке кадров» систематический маркетинг, мониторинг и прогноз спроса и предложения на образовательные услуги, производство и воспроизводство высококвалифицированных кадров в материальном производстве и социальной сфере - комплексная задача, которая требует изучения потребности в специалистах:

- в масштабе республики, областей, отраслей экономики и социальной инфраструктуры, направлений (специальностей) высшего образования;

- по уровням квалификации (бакалавры, магистры) и образования (высшее, послевузовское) с использованием таких методик исследования как:

- социологические исследования;

- сопоставительный сравнительный анализ образовательных услуг в Республике Узбекистан и зарубежных странах, изучение возможностей высших образовательных учреждений по подготовке кадров (количественный и спектр направлений и специальностей образования, увязанных с существующими нормативами);

- моделирование потребности в кадрах в увязке с технико-экономическими показателями и конъюнктурой рынка;

- прогнозирование потребности в кадрах на основе норм и нормативов;

- разработка системы мониторинга состояния и развития высшего образования;

- изучение потребности в кадрах на основе прогнозирования занятости населения;

- определение возможностей удовлетворения спроса населения на получение соответствующего образования;

- изучение закономерностей потребностей в кадрах, что позволит обеспечить потребность всех отраслей экономики Республики в специалистах высшей квалификации.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Маркетинг – одно из важнейших направлений деятельности по привлечению внебюджетных средств.

Маркетинг – это философия рыночной деятельности и одновременно руководство к действию. Предоставляя огромные возможности для решения рыночных и иных проблем, маркетинг требует для своего полного и правильного использования большой подготовительной работы, творческого подхода.

Содержание понятия «маркетинг» охватывает широкий спектр форм и методов, обеспечивающих на основе обмена постоянно изменяющиеся потребности людей и организаций, общества в целом. Маркетинг охватывает:

- сущность, принципы, методы и функции человеческой деятельности, имеющей отношение к рынку;
- виды рынков, рыночный механизм, предложение и спрос;
- стратегию и тактику маркетинговой деятельности;
- планирование – план маркетинга и его виды, программно-целевые методы в маркетинге;
- товар – понятие товара, виды товаров, жизненный цикл товара (ЖЦТ), качество, конкурентоспособность товара, товарную политику, управление товарным ассортиментом, сервис;
- товародвижение и сбыт – элементы системы товародвижения, каналы товародвижения, управление товародвижением, организацию сбыта товаров;
- цены и ценообразование – цены в маркетинговой деятельности, методы расчета цен, вопросы ценообразования и ценовую политику;
- формирование спроса и стимулирование сбыта, рекламу и ее задачи, виды рекламы, выставки и аукционы, планирование рекламных компаний, рекламный бюджет;
- информационное обеспечение, комплексные исследования в рамках отдельных сегментов рынка, по видам услуг, по юридическим и физическим лицам и др., анализ и прогнозирование рынка;
- организацию маркетинговой деятельности – типы организации, организационные структуры;
- управление и контроль маркетинга – понятие управления и контроля, виды управления и контроля, ситуационный анализ, ревизия маркетинга и т.д.

Прогнозирование в системе маркетинга – основной завершающий этап комплексного изучения, главные результаты которого закладываются в экономических программах.

В условиях социально-экономических преобразований, происходящих в республике, формирования рынка труда особо важным становится механизм государственного управления процессами подготовки и занятости специалистов.

Решение этой проблемы обеспечивается благодаря созданию системы прогнозирования спроса в специалистах, сформированности так называемого «портфеля заказов», с учетом потребностей производства, сбалансированности этой потребности с количественными показателями приема студентов по вузам, регионам, специальностям, совершенствованию работы маркетинговых служб, сопряженных с системой государственного регулирования экономики, выработкой основных пропорций в подготовке специалистов с высшим образованием по различным отраслям экономики.

Составная часть маркетинга – управление качеством высшего образования.

В республике в соответствии с Национальной программой по подготовке кадров осуществляется государственное регулирование структурных изменений и динамики развития, государственных и негосударственных образовательных учреждений, внедряются эффективные механизмы управления системой непрерывного образования и подготовки кадров, формируется система контроля качества профессионального образования.

Многие положения Национальной программы в отношении качества подготовки кадров (в частности, п. 4.6 и 4.7) уже внедрены в практику, а именно: создана государственная служба аттестации качества профессионального образования, независимая от органов управления образованием; разработаны и вводятся в действие государственные образовательные стандарты, отвечающие перспективным требованиям экономического и социального развития страны; вводится система рейтинговой оценки деятельности образовательных учреждений, качества педагогических профессорско-преподавательских кадров, а также знаний обучающихся; развиваются государственные и общественные формы контроля качества подготовки кадров; совершенствуется система итоговой аттестации выпускников образовательных учреждений.

Сегодня стало очевидным, что главная цель профессионального образования – это обеспечение выпуска конкурентоспособных специалистов и оказания конкурентоспособных услуг.

Необходима выработка модели применения технологий управления качеством в высшем образовании. Применение апробированных методов управления качеством для определения лучшей системы организации высшего образования нужен поиск применения известных принципов управления качеством для улучшения процесса общения между преподавателем и студентов.

В республике предприняты попытки обратить внимание служб управления качеством высшего образования и менеджеров на перспективность применения опыта известных принципов тотального управления качеством.

В концепции тотального управления качеством следует выделить следующие моменты. Каждый сотрудник высшего образовательного учреждения должен участвовать в достижении качества образования, т.е. это – массовое движение.

Каждый сотрудник, каждая кафедра, каждый вуз имеет своих «внешних и внутренних заказчиков и поставщиков». Качество означает обеспечение «заказчиков» конкурентоспособными специалистами и оказание конкурентоспособных образовательных услуг.

Наиболее эффективно творческие возможности каждого сотрудника можно использовать при коллективной организации работы.

Управление усовершенствованиями должно быть непрерывным, с разными интервалами для разных процессов.

Оперативное усовершенствование образовательного процесса должно ориентировать на поиск и устранение «слабых мест», недостатков в процессе. Долгосрочное усовершенствование должно опираться на широкое исследование новых идей, на анализ качественных данных и на интуиции руководителей.

В университетах США и Франции проблемы тотального управления качеством рассматриваются в трех плоскостях.

1. Преподавание TQM как самостоятельной учебной дисциплины в вузовской и послевузовской подготовке кадров, в том числе, по инженерным направлениям. Следует заметить, что многие вузы ввели эту дисциплину в качестве обязательной для всех студентов инженерных специальностей.

2. Организация преподавания других дисциплин с использованием принципов и методов TQM.

3. Организация управления вузом на основе идей TQM. Знакомство с TQM, как правило начинается с рассмотрения эволюции понятия качества соответственно четырем концепциям качества:

- соответствие стандарту;
- соответствие применению;
- соответствие стоимости;
- соответствие скрытым потребностям.

В сфере образования в явном или неявном виде присутствуют все концепции качества. Большая часть вузов республики придерживается первой концепции – главное, чтобы знания выпускников вуза соответствовали государственным образовательным стандартам. В этой позиции есть два недостатка. Первый – ложное представление, что качества можно достичь путем инспекции. Необходимы столкновения интересов между теми, кто обучает студентов и теми, кто инспектирует качество подготовки. Второй – пренебрежение потребностями образовательного рынка (стандарты не успевают за изменениями требований покупателей).

Малая часть вузов ориентируется на концепцию «соответствия применению», то есть на удовлетворение нужд потребителя кадров, а не только на выполнение требований стандарта. Трудности этих вузов достаточно очевидны – наш рынок еще не осознает четко свои потребности. Поэтому эти вузы постепенно стали обращать внимание на концепцию «соответствия стоимости» стараясь совмещать высокое качество и низкую стоимость подготовки. Лишь незначительная часть вузов уверенно ориентируется на концепцию «соответствия скрытым потребностям», то есть пытается одновременно снижать затраты на подготовку специалистов и удовлетворять нужды потребителя кадров прежде, чем он осознает эти нужды.

Для образовательного рынка Узбекистана эта концепция очень перспективна, так как многие потребители кадров выдвигают слишком примитивные требования к качеству специалистов и им надо «открывать глаза» на новые грани качества высшего образования. Если же в целом проанализировать систему высшего образования, то можно утверждать, что эта система только начинает ориентироваться на переход к более современным концепциям качества. Стремление вузов к удовлетворению государственных образовательных стандартов путем «выбраковки» приводит к повышенным затратам на образование (посмотрите разницу между планом приема и планом выпуска студентов). Этот вывод не следует рассматривать как призыв к снижению требований к уровню знаний. Необходимо вмешательство собственно в образовательный процесс.

Адаптация принципов и методов TQM к сфере образовательных услуг позволила выделить следующие виды деятельности:

1. *Планирование качества:*

- определение потребностей продукции и услуг вуза (абитуриенты, студенты, преподаватели, родители, инженеры, предприниматели, предприятие, регион, общество);
- выяснение потребности потребителей;
- разработка характеристики продукции или услуг;
- доводка планов до исполнителей.

2. *Установление связей качества:*

- инициирование видов деятельности для объединения усилий сотрудников;
- разработка средств обеспечения образовательного процесса;
- формирование коллектива преподавателей;
- формирование коллектива обучающихся;
- организация образовательного процесса в соответствии со стандартной схемой;
- разработка показателей качества.

3. *Контроль качества:*

- обеспечение измерений показателей качества;
- обеспечение процесса в соответствии с заданным стандартом;
- импульс для тактического или стратегического усовершенствования стандартного процесса.

4. *Улучшение качества:*

- создание инфраструктуры для непрерывного усовершенствования процесса;
- выявление главных причин дефекта в образовательном процессе;
- создание бригады для реализации каждой инициативы по улучшению образовательного процесса;
- обеспечение мотивации рабочих групп;
- установление контроля над достижением целей;
- обеспечение непрерывного обучения рабочих групп.

Важно заметить, что чрезмерное увлечение статистическим контролем качества и технологией тактического усовершенствования процесса может нарушить баланс между творчеством и «заорганизованностью». Следует чувствовать ситуации, при которых следует вводить радикальные творческие изменения в образовательный процесс.

Внутренним контуром системы управления качеством должен быть статистический контроль над процессом. Необходимо измерять показатели качества и управлять

процессом, чтобы быть уверенным, что он соответствует стандарту. Нужно четко осознавать, что фактические знания студентов неизбежно имеют отклонения. Для удовлетворения требований к качеству необходимо не столько «отчислять» студентов, сколько устранять вариантность образовательного процесса, т.е. включать второй контур управления. Требования к преподавателям работать лучше не снизит контролируемую вариантность, присущую конкретному образовательному процессу. Многие менеджеры высшей школы не понимают этого и стремятся ввести более жесткие требования к сотрудникам вуза без устранения истинных причин вариантности процесса, следствием которой являются дефекты качества образования. Без понимания источников вариантности изменения в процессе, как правило, приводят к его ухудшению. Тактической подсистемой управления (вторым контуром управления) является подсистема оперативного усовершенствования образовательной технологии. Если стандартные корректировки процесса не устраняют выпуск «бракованной продукции» в системе TQM применяют процедуру реактивного усовершенствования, *состоящую из семи этапов*:

1. выбрать тему работ по усовершенствованию;
2. собрать и проанализировать информацию;
3. выявить главную причину встречающегося дефекта;
4. спланировать и внедрить решение в образовательный процесс, т.е. предотвратить возможность повторного появления главной причины обнаруженного дефекта;
5. оценить эффект нововведения, т.е. убедиться путем наблюдения за показателями качества, что решение дало желаемый эффект;
6. придать нововведению статус стандартного подпроцесса, т.е. заменить часть ранее существовавшего процесса на новый;
7. провести анализ выполненной работы по усовершенствованию с целью недопущения выявленных ошибок при решении очередной проблемы.

Представляется, что показатели качества образования специалисты в области качества должны выделять три составляющих качества образования:

- качество содержания образования (качество знаний, качество способов решения задач);
- качество методов обучения и воспитания (качество организации познавательной деятельности, качество организации познавательной деятельности, качество контроля

над осуществлением учебной деятельности, качество контроля за результатом учебной деятельности);

- качество образованности личности (качество усвоения знаний, качество умений и навыков, качество усвоения нравственных норм).

Для обоснования структуры средств информации образовательного процесса далее рассмотрим только показатели качества образованности личности. Социологические опросы выпускников вуза и беседы с руководителями предприятий и организаций, анализ общих тенденций развития образования позволяют утверждать, что выпускники вуза хотят:

- получить знания в области технических, физико-математических, гуманитарных и социальных наук;
- уметь применять полученные знания;
- обладать навыками общения и лидерства, деловыми навыками;
- получить хорошую работу и обладать умением приспособиться к новой работе;
- получить образование бесплатно или по низкой цене.

В соответствии с этими потребности в вузах принимается следующая многоуровневая схема показателей качества образованности личности:

- оценка знаний учебных дисциплин;
- уровень системной компетентности (умение корректировать и улучшать системы, умение вести мониторинг и коррекцию деятельности, понимание взаимосвязи социальных, органических и технических систем);
- уровень компетентности в распределении ресурсов (умение распределять время, умение распределять деньги и материалы, умение распределять пространство, умение распределять кадры);
- уровень технологической компетенции (умение выбирать оборудование и инструменты, умение осуществлять технический уход и диагностику, умение применять технологии для выполнения конкретных задач);
- уровень компетенции в работе с информацией (умение приобретать и оценивать знания, умение организовывать и поддерживать файлы, умение интерпретировать и передавать информацию, умение использовать компьютерные системы);
- оценка базовых навыков (умение писать, умение читать, умение говорить, умение слушать);

- оценка качества личности (личная ответственность, самоуправление, коммуникабельность, самоуважение);
- оценка мыслительных навыков (умение творчески мыслить, умение принимать решения, умение предвидеть, умение учиться);
- оценка навыков межличностного общения (умение работать в командах, умение обучать других, умение вести переговоры, умение лидировать).

Для каждой компоненты качества используется два количественных измерения – оценка в диапазоне от 0 до 5 и показатель класса (рейтинг). Очевидно, что ни одна учебная дисциплина не в состоянии перекрыть весь диапазон качества. Каждая учебная дисциплина, каждый модуль, каждая лабораторная работа или деловая игра могут быть ориентированы на достижение только части показателей качества. Поэтому при разработке соответствующего учебного модуля следует планировать компоненты качества, которые могут быть приобретены студентом при работе с этим модулем, и способы исчисления (определения) показателей качества. Переход к ТОМ потребует качественного изменения отношения педагог-студент.

Таким образом, внедрение концепций, принципов и механизмов тотального управления качеством в рамках системы государственного и общественного контроля качества подготовки кадров и образования, позволит в ближайшее время обеспечить высокий уровень подготовки кадров, создать конкурентную среду при отборе преподавательских кадров и функционировании рынка образовательных услуг.

ЛИТЕРАТУРА

1. Узбекистон Республикаси Конституцияси, - Т.: Узбекистон, 1992. - 43 б.
2. Закон Республики Узбекистан «Об образовании». Ташкент, 1997.
3. Закон Республики Узбекистан «О Национальной программе по подготовке кадров». Ташкент, 1997.
4. Закон Республики Узбекистан «О бюджетной системе» Ташкент, 2000г.
5. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №576 от 30 декабря 1997 г. «Об организации деятельности республиканского фонда «Устоз».
6. Нормативные документы по реформированию системы высшего образования Республики Узбекистан. Часть I.
7. Нормативные документы по реформированию системы высшего образования Республики Узбекистан. Часть II.
8. Приложение № 3 к Постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан № 576 от 30 декабря 1997 г.
9. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №4 от 5 января 1998 г. «О совершенствовании обеспечения системы непрерывного образования учебниками и учебной литературой».
10. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №5 от 5 января 1998 г. «О разработке и введении государственных образовательных стандартов для системы непрерывного образования».
11. Положение «О разработке и введении государственных образовательных стандартов для системы непрерывного образования». Приложение № 1 к Постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан № 5 от 5. 01.1998 г.
12. Порядок разработки Устава образовательного учреждения. Приложение № 3 к Постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан № 5 от 5.01. 1998 г.
13. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №48 от 28 января 1998 г. «О мерах по ускорению формирования рынка образовательных услуг и маркетинга в сфере подготовки кадров».
14. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №77 от 24 февраля 1998 года «Об организации и управлении деятельностью академических лицеев и профессиональных колледжей».

15. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №109 от 11 марта 1998 года «О создании в составе Государственного центра тестирования Управления по контролю за качеством подготовки кадров, аттестации педагогических кадров и образовательных учреждений».
16. Положение об Управлении по контролю за качеством подготовки кадров, аттестации педагогических кадров и образовательных учреждений. Приложение № 1 к Постановлению № 109 Кабинета Министров от 11 марта 1998 г.
17. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №203 от 13 мая 1998г «Об организации общего среднего образования в Республике Узбекистан».
18. Положение об общем среднем образовании в Республике Узбекистан. Приложение № 1 к Постановлению № 203 Кабинета Министров Республики Узбекистан от 13 мая 1998 г. №203.
19. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан №204 от 13 мая 1998 года «О мерах по организации среднего специального, профессионального образования в Республике Узбекистан».
20. Положение о среднем специальном, профессиональном образовании. Приложение №1 к Постановлению Кабинета Министров от 13 мая 1998 г. №204.
21. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 406 от 23 сентября 1998 г.
22. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 394 от 16 августа 1999 г.
23. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 200 от 6 июня 2002 г. «О мерах по дальнейшему развитию компьютеризации и внедрению информационно-коммуникационных технологий»
24. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 473 от 29 октября 2003 г. «О дополнительных мерах по обеспечению последовательного перехода на общее среднее и среднее специальное, профессиональное образование»
25. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 342 от 27 июля 2006 г. «О совершенствовании деятельности Центра среднего специального, профессионального образования Министерства высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан»
26. Постановление Президента Республики Узбекистан ПП-381 от 20 июня 2006 г. «Об организации информационно-библиотечного обеспечения Республики Узбекистан»

- Постановление Президента Республики Узбекистан ПП-427 от 27 июля 2006 г. «О мерах по дальнейшему расширению обучения выпускников общеобразовательных школ в академических лицеях и профессиональных колледжах»
27. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан № 25 от 16 февраля 2006 г. «О дальнейшем совершенствовании системы переподготовки и повышения квалификации педагогических кадров»
28. Постановление Президента Республики Узбекистан от 17 апреля 2006 г. №ПП-325 «О мерах по ускорению развития сферы услуг и сервиса в Республике Узбекистан»
29. И.Каримов. Узбекистон XXI асрга интиломқда. Ташкент, 2000 й.
30. Каримов И.А. Гармонично развитое поколение – основа прогресса Узбекистана. – Ташкент: Изд-во «Шарк», 1997.
31. Каримов И.А. Современные кадры – важный фактор прогресса. Народное слово, № 119 (1641). 06.06.97.
32. Каримов К.А. Узбекистон иқтисодий ислохотларни чуқур-лаштириш йулида. – Т.: Узбекистон, 1995. - 269 б.
33. Каримов И.А. Узбекистон – бозор муносабатларига утишининг узига хос йули. Тошент, 1998 й.
34. Каримов И.А. Узбекистон иқтисодий ислохотларни чуқурлаштириш йулида. Тошкент, 1998 й.
35. Каримов И.А. Бунёдкорлик йулидан. 4 том, 1996 йил.
36. Каримов И.А. Янгича фикрлаш ва ишлаш – давр талаби. 5 том. 1997 йил.
37. Каримов И.А. Доклад о человеческом развитии. Узбекистан 1998 с.60, 2000 с. 54
38. Каримов И.А. Доклад на заседании межведомственного координационного совета по реформированию и инвестициям. (Народное слово, 2 февраля 2000 года)
39. Антропов В.А. Организация управления подготовкой кадров промышленности в рыночных условиях. Автореф. дисс. д.э.н. (Урал. Гос-тех. Ун-т, Екатеринбург, 1996 г.)
40. Акрамов Э. А. Анализ финансового состояния предприятия. Ташкент 2000 г.
41. Абрамов А. Образование в политике и политика в образовании Вести высш. школы, 1992. -№ 1.
- 42.

- Алихашкина Е.Н. Формирование информационной системы
43. маркетинговых исследований. Автореферат дисс. – М,
1998.
44. Американская социологическая мысль: тексты Под. ред. В.И.Добренкова - М.: Изд-
во МГУ, 1994.
45. Американская социологическая мысль. Тексты. Составитель Кравченко В.И. - М.:
Изд-во Межд. ун-та Бизнеса и управления, 1996.
46. Актуальные проблемы совершенствования высшей школы СПб.: Издательство
Санкт-Петербургского университета экономики и финансов,-1992
47. Алферов Ю. Источники и механизмы финансирования образования за рубежом.
«Педагогика» №8 2000 г.
48. Аналитические материалы к Всероссийский научно-практической конференции по
проблеме финансирования образования (Регион – Урал-1996-№1)
49. Афанасьева Т.П., Предпринимательство в образовании. – М.: А.П.О., 1995.
Ерошин В.И.
50. Ахлидинов Р.Ш., М. 1.Управление образованием в Узбекистане: проблемы,
Саидов и др. поиск, решения. – Ташкент: ЕС – ТАСИС, 1999.
51. Бабаян С.А., Зуев В.М. Кадры экономистов в условиях рынка. – М.: Экономика,
1992.
52. Бабич А.М., Егоров Социальная сфера в условиях перехода к рынку. – М.: Изд.
Е.В., Жильцов Е.Н. РАУ, 1993
53. Бабич А.М., Егоров Экономика и финансирование социально-культурной
Е.В. сферы. – Казань, 1996.
54. Бабич А.М., Жильцов Социально-трудовая сфера в переходный период: реалии и
Е.Н. перспективы. – М.: Молодая гвардия, 1996.
55. Байденко В.И. Образовательный стандарт: опыт системного
исследования. – Новгород: НовГУ им. Ярослава Мудрова,
1999.
56. Байденко В.И. Стандарты в непрерывном образовании: концептуальные,
теоретические и методические проблемы. – М.:
Исследовательский центр проблем качества подготовки
специалистов, 1999.

57. Беккер Г.С. Человеческий капитал // США: экономика, политика, идеология. – 1993.
58. Беляев Г.И., Слесарев В.В., Воронин А.А. Вопросы предпринимательской деятельности в системе образовательных учреждений. – М., 1994. – (Экономика высшей школы: Обзор. информ. / НИИВО; Вып. 2-3).
59. Беляева А.П. Региональная система профессионального образования // Педагогика. – 1993. - № 4.
60. Беренс В., Хавранек П. Руководство по оценке эффективности инвестиций. – М.: АОЗТ «Интерэкспорт», «ИНФРА-М», 1995.
61. Богачев Е.М., Воронин А.А. Разработка многовариантного прогноза установления новой системы отношений собственности в высшей школе. – М., 1993. – (Экономика высш. школы: Обзор. информ./НИИВО; Вып. 6-7).
62. Бендер И. Управление университетами: Доклад о современном состоянии и результатах исследований европейских университетов. – ОЭСР, 1980.
63. Валдайцев С.В., Завлин П.Н., Миндели П.Э. Нематериальные активы в науке: оценка и использование // Бюл. ВАК России. – 1997. - № 2.
64. Видяпин В. Позвольте вузам «поиграть» в рынок // Alma mater. – 1997. - № 1.
65. Воронин А.А., Шерменев М.К. Расширять платные услуги. – Финансы СССР, - 1991. - № 11.
66. Воронин А.А. Предпринимательская деятельность учреждений профессионального образования. – М.: НИИВО, 1996.
67. Воронин А.А. Анализ реализации принципов автономии образовательных учреждений и подведомственных организаций системы среднего и высшего профессионального образования (организационно-экономический аспект) // Состояние и развитие высшего и среднего профессионального образования. – М.: Изд-во МФТИ, 1998.
68. Вишнякова С. М. Профессиональное образование словарь (Ключевые понятия, термины, актуальная лексика)

69. Высшая и средняя профессиональная школа в России и за рубежом. Библиографический указатель – М.: НИИ высшего образования, 1996, №1-6
70. Высшая и средняя профессиональная школа в России и за рубежом. Библиографический указатель – М.: НИИ высшего образования, 1997, №1-5
71. Будет ли образование общедоступным? (Регион-Урал –1996-№2)
72. Высшее образование в России: состояние и проблемы развития. Под редакцией Кинелева Е. М. НИИВШ 1994 г.)
73. Вузы и рынок. Книга 1. «Коммерция и высшая школа» – М.:НИИВШ-1992 г.-с.89
74. Высшая школа в 1994 году. Ежегодный доклад развития высшего образования – М.: НИИВШ – 1995
75. Галаган А.И., Система образования в США. – М.: НИИВШ, 1988.
Полянская В.И.
76. Гельбрас В. Проблемы перехода к устойчивому развитию // МэиМО. – 1995. - № 12.
77. Герасименко В.В., Переход к рынку: условия и этапы становления. – М., 1995.
Дунаев Э.П. и др.
78. Глуховский М. Кадры для рынка // Деловой мир. – 1995. – 9 сентября.
Горшкова А. Подготовка научных кадров экономистов а Амстердамском университете («Российский экономический журнал», М., 1997, №4)
- 79.
80. Гончарова Н.В. О рынке труда выпускников вузов // Социологические исследования. – 1997. - № 3.
81. Гулямитдинов С.З., Научно-методические основы обеспечения качества и конкурентоспособности кадров. – Таълим муаммолари, 1998. - № 3.
Перегудов Л.В.
82. Додонов В.Н., Ермаков В.Д. Большой юридический словарь
В.Д. Крылова М.А. и др.
83. Егоров Е.В. Организационно-экономический механизм социальной защиты научно-педагогических работников высшей школы. – М.: Изд-во МГУ, 1993.

- Жильцов Е.Н., Зуев В.М., Егоров В.В., Ломанов П.Н. Деятельность университетов в условиях рыночной экономики. – М.: Изд-во МГУ, 1991.
84. Жильцов Е.Н. Экономика общественного сектора и некоммерческих организаций. – М.: Изд-во МГУ, 1995.
85. Зарецкая С.Л. США: Бизнес и образование (Аналит. обзор) – М.: ИНИОН РАН, 1993.
86. Зиннуров У.Т. Маркетинг в деятельности вузов, теория и методы решения. – М., Уфа: Изд-во УГАТУ, 1993.
87. Иванченко В. Государственные регуляторы переходной экономики. – Вопросы экономики. – 1991. - № 7.
88. Иванов Г. Маркетинг в сфере переподготовки и повышения квалификации М., 1991 г., №7-С. 41-43)
89. Иванов М. Ю. Маркетинг в России: проблемы становления – М.: ИЭ РАН, 1996.-211 с.
90. Инструкция по бухгалтерскому учету в учреждениях и организациях состоящих на бюджете №122 от 03.11. 93.
91. Игошин Н.В. Инвестиции. Финансы М. 2000 г.
92. Котер Ф. Основы маркетинга. Перевод с англ. М. Прогресс 1995
93. Курбанов Ш. Развитие информационного пространства системы непрерывного образования (Методическая разработка). Ташкент, ТГИВ, 1998 г.
94. Курбанов Ш. Совершенствование управления образованием и маркетинг в системе подготовки кадров. Ташкент, ТГИВ, 1998, 2,25 п.л.
95. Курбанов Ш., Э. Сейтхалилов Непрерывное образование в национальной модели подготовки кадров. Ташкент, Академия, 2000, 143 с.
96. Курбанов Ш., Э. Сейтхалилов Национальная модель и программа по подготовке кадров – результат и достижение независимости Узбекистан. Ташкент, Шарк, 2001, 650 с.
97. Курбанов Ш., Э. Сейтхалилов Управление качеством образования. Ташкент, Шарк, 2005, 654 с.
- 98.

99. Кинелев В. Государственная политика развития высшего образования// Высшее образование в России, 1993 г., - №1.
100. Кинелев В. Об итогах работы высшей школы в 1994 году //Высшее образование в России, 1995 г., №1
101. Кинелев В. Региональная политика в области высшего образования, какой ей быть? // Высшее образование в России, – 1993, -№4
102. Кинелев В. Совершенствовать структуру высшей школы //Региональная 1994 г., №4
103. Кирпичников В. Время предъявить счет // Высшее образование в России- 1995, №3
104. Колтынюк Б.А. Инвестиционные проекты. Санкт Петербург 2002 г.
105. Новиков П.Н., Зуев В.М. Опережающее образование: гипотезы и реалии. – М., 1996.
106. Димитриев М. Финансирование социальной сферы (Вопросы экономики», 1996, №10)
107. Егоров Е.В. Социально-экономические основы механизма хозяйствования в социально-культурном комплексе. Вопросы теории и практики. Автореф. дисс д.э.н. (МГУ им.М. Ломоносова – М., 1994)
108. Жильцов Е., Зуев В., Колосова Р. Коммерция высшего образования в России: возможности и границы. Вестник Московского университета, серия «Экономика».-1993 г., №6-С, 39-66)
109. Косолапова Н. Социально-экономические проблемы образования в развитых капиталистических странах (на примере Франции). Автореф. дисс. к.э.н.
110. М. Йселдошев, Й. Турсунов. Молия хукуки. Тошкент; «Мехнат», 1999 г.
111. Литвинова Н., Шереметова В. Маркетинг образовательных услуг. – С – Пб.: Либра, 1993.- 1993.-117с.
112. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании. – М.: Интерпракс, 1995.

113. Панкрухин А.П. Образовательные услуги: точка зрения маркетолога // Alma mater . – 1997. - № 3.
114. Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б. Современный экономический словарь (2-е издание, исправленное) Москва Инфра 1999 г.
115. Саидов М. Х. Финансирование высших учебных заведениях – Т. Молия 2001 г.
116. Саидов М. Х. Менеджмент и экономика высшего образования – Т. Молия 2001 г.
117. Саидов М. Х. Управление качеством и конкурентоспособностью продукции - Т. Молия 2001 г.
118. Саидов М. Х. Совершенствование финансирования и укрепление материально-технической базы образовательных учреждений. «Учитель Узбекистана» (№47, 20.12.2000г.)
119. Саидов М. Х. Маркетинг в сфере подготовки кадров. «Учитель Узбекистана» (№2, 10.01.2001г.)
120. Саидов М. Х. Финансирование высших образовательных учреждений за рубежом. «Рынок, деньги и кредит" (№1 (44) январь, 2001)
121. Саидов М. Х. Америка университети. «Маърифат» (№91, 25.11.2000г.)
122. Саидов М. Х., и др. Маркетинг внешнеэкономической деятельности малого и среднего бизнеса в Республике Узбекистан Московский госуниверситет им. Ломоносова, Международная конференция студентов и аспирантов «Ломоносов-2000», Москва, 2000г.
123. Саидов М. Х. Особенности финансирования профессионального образования в Республике Узбекистан Московский госуниверситет им. Ломоносова, Международная конференция студентов и аспирантов «Ломоносов-2000», Москва, 2000 г.
124. Саидов М. Х. и др. Содействие реформированию системы непрерывного образования Республики Узбекистан. Глава 1. Управление образованием

125. Саидов М. Х. и др. Содействие реформированию системы непрерывного образования Республики Узбекистан. Глава V. Финансирование образования
126. Саидов М. Х. и др. Методология оценки качества подготовки высококвалифицированных специалистов в транзитивной экономике. Москва, 2000 г.
127. Саидов М. Х. и др. Методика прогнозирования спроса на специалистов с высшим образованием. Ташкент, 2000 г.
128. Сергеев П. В. Менеджмент. Вопросы и ответы. Москва. Юриспруденция. 1999 г.
129. Тихонов А.Н., Пузин И.Н., Амосов Б.А. и др. Вуз и рынок. Коммерческая деятельность в системе высшей школы России / М.: Коллектив, 1993. – Кн. 1.
130. Тихонов А.Н., Пузин И.Н., Амосов Б.А. и др. Вуз и рынок. Коммерческая деятельность в системе высшей школы России / М.: Коллектив, 1993. – Кн. 2.
131. Чупрунов Д.И., Жильцов Е.Н. Экономика, организация и планирование высшего образования. – М.: Высш. школа, 1988.
132. Шадриков В.Д. Философия образования и образовательные политики. – М., 1993.
133. Шукшунов В.Е., Взятыхшев В.Ф., Романкова Л.И. Инновационное образование: идеи, принципы, модели. – М.: МАН ВШ, 1996
134. В.В.Радаева, А.В.Бузгалина Экономика переходного периода // М.: Изд-во Московского университета, 1995.
135. Фарберман Б.Л. Передовые педагогические технологии. Ташкент; «ФАН». 2000 г.
136. Экономическая наука на рубеже XXI века. Сборник научных статей молодых аспирантов, ученых Российской Федерации и зарубежья. Москва, 2000 г.
137. Панкрухин А. Маркетинг образовательных услуг в высшем и дополнительном образовании: Учебное пособие для студентов экономических и педагогических вузов и факультетов –М.: Интерпракс, 1995.-239с.
138. Педагогика и экономика. Челябинск: Анталия, 1996 г.

139. Плотницкая Е. Организационно-экономический механизм региональных образовательных комплексов. Автореф. на соискание уч. ст. к.э.н. (НИИ высшего образования Министерства общего и профессионального образования РФ. – М., 1997 г.)
140. Потеев М. И. Основы маркетинга в сфере образования: Учебное пособие (Институт точной механики и оптики. - С-Пб.:ИТМО, 1992-102 с.)
141. Преловская И. Что изменит реформа в высшей школе (Известия, 1997 г., 12 ноября.-С.4)
142. Профессиональное образование. Словарь. Москва: НОВЬ, 1999
143. Савин А. Платное образование: услуга без правил (Известия, 1999 г., 11 марта.-С.6.)
144. Скрябин В. Особенности и организационные формы подготовки кадров для малого предпринимательства. Автореф. дисс. к.э.н. (Гос. акад. сферы сбыта и услуг. - М., 1996 г.)
145. Тетерюкова О. Социально-психологические основания переподготовки управленческого персонала приватизационного предприятия. В кн.: Образование и науки на пороге III тысячелетия. Тезисы докладов международного конгресса под эгидой ЮНЕСКО. – Новосибирск: Изд-во СО РАН, 1997, т.2.
146. Чекмарев В. Предпринимательство в сфере образования. – Кострома: Изд-во КГПУ, 1995.-25 с.
147. Шолохов И. Как поступить в немецкий университет? Ровесник. - М., 1997, №4
148. Юдин В. Роль и место вуза в системе рыночных отношений. «Высшее образование в России», 1994 г., №1.-С. 96-104)
149. Георгиева Т.О. Высшая школа США на современном этапе. - М.: Высшая школа, 1989. - 143 с.
150. Джонсон Р., Системы и руководство. М. 1991.
Каст Ф., Розенцвейг Д.
151. Иванова Т. Специализация по-американски или 90 вариантов выбора // Народное образование. - 1989. - 6. - С. 159.

152. Галаган А. Университеты в региональных экономических и управленческих структурах США, стран Западной Европы и Японии – М.: НИИВШ- 1995
153. Жильцов Е., Зуев В., Колосова Р. Коммерциализация высшего образования: возможности и границы. Вестник Московского университета – Серия 6 – «Экономика», 1993 г., №6)
154. Жильцов Е. Проблемы формирования финансово-экономического механизма высшей школы. Материалы международной конференции «Экономика и управление высшей школы»- Красноярск: НИИВШ,-1992 г.
155. Жильцов Е., Зуев В., Егоров Е., Ломоносов П. Деятельность университетов в условиях рыночной экономики М.: НИИВО 1991 г.
156. Жураковский В. Право на самостоятельность. «Высшее образование в России», 1995 г. №2
157. Зуев В. Социально-экономические условия формирования региональных комплексов высшей школы// Магистр (Новости НИИВО) 1995 г. №6
158. Елисеева И., Бутова Н. Высшее образование в России: пути совершенствования // Ученые записки секции МАНВШ. Выпуск 3. С-Пб, 1997.
159. Иванов Е. Высшая школа в конце XIX - начале XX в. М.: Прогресс, 1991 г.
160. Многоканальное финансирование высшего образования: опыт зарубежных стран М.: НИИВШ, 1995
161. Никольский П. Финансы в системе хозяйственного механизма управления промышленностью. М.: Финансы и статика 1982 г.
162. Нормативная база ресурсного обеспечения подготовки специалистов вузов в условиях рыночной экономики. М.: НИИВШ. 9, 1992.
163. Образование в Российской Федерации /Статический сборник М.: Госкомстат РФ, 1995 г.
164. Образование в условиях перехода к регулируемой рыночной экономике М.: НИИВШ 1991 г.
165. Опарин В. Структура и основы функционирования финансово-кредитного механизма. // Финансы, 1994, №4

166. Определение себестоимости цены подготовки специалистов в высших и средних учебных заведениях. М.: НИИВШ, вып. 4,1990.
167. Попов Е. Услуги образования и рынок // Российский экономический журнал, 1992, №6
168. Шукшунов В. Анализ состояния и путь развития высшего образования в России М.:МАНВШ-1996
169. Финансы и кредит / Под редакцией А.Ю. Казака. Екатеринбург: ИД “Ява”, 1997
170. Юдин В. Роль и место вуза в системе рыночных отношений // Высшее образование в России, 1994, №1