

## 6

**БОЛОВСРОЛЫН ЗОРГИЛГО, ҮҮРЭГ: ЭРДЭМ ОЮУНЫ  
ЗАХ ЗЭЭЛД АЖИЛЛАХ ШИНЭ ХАНДЛАГА,  
АРГА ЗҮЙ**

**Д.Дагвадорж**

**Уламжлалт боловсролын давуу ба сөрөг тал.** Ерөнхий боловсрол ба тусгай дунд, дээд боловсролыг иргэддээ эзэмшүүлэх нь Монгол төрийн нэн чухал үүрэг гэж үзэж нэг ижил боловсрол олгох зорилго тавьж түүнийгээ ч 1990-ээд он хүртэл амжилттай хэрэгжүүлж чадсан билээ. Оросын нэвтэрхий толь бичигт *"Системтэй мэдлэг, чадвар, дадлага эзэмших үйл явц ба үр дүн хүний амьдрал хөдөлмөрт бэлтгэх зайлшгүй нөхцөл"*-ийг боловсрол хэмээн тодорхойлсон байна. Боловсролыг сургуулиар болон бие даан эзэмших үндсэн 2 арга зам бий. Түүнчлэн нийгмийн амьдрал хөдөлмөрт оролцох үйл явцад боловсрол эзэмшиж байдаг. Сургуулиар боловсрол ба хүмүүжлийг хослуулан олгоход анхаардаг байсан нь үр дүнгээ өгснийг тэмдэглэх хэрэгтэй. Үр дүн нь манай орны улс төр, эдийн засаг нийгэм, оюуны амьдралыг жолоодож байгаа мянга мянган сэхээтнүүд болж байна. Өөрсдийн уйгагүй хөдөлмөр, оюуны чадвараараа тодрон гарсан их гүүш Ринчен, Дамдинсүрэн гээд Монголын оюуныг дэлхийг гаргасан эрдэмтдээрээ бид бахархдаг.

Бүх шатны сургууль нэг ижил сургалтын төлөвлөгөөтэй байсан ч хүн ам бүхэлдээ бичиг үсэгтэй болж ерөнхий ба мэргэжлийн боловсролын төвшингээр хөгжиж буй орнуудын дотор тэргүүлэхээр боловсролтой болсон нь монголчуудын бахархал юм. Гэвч энэ бол зөвхөн төрийн өмчинд үндэслэсэн, бүхнийг нэг загвараар хэрэгжүүлдэг, ихээхэн үзэл сурталжсан захиргаадальтын шинжтэй боловсрол байсныг манай ахмад залуу үеийнхэн бүгд мэдэх билээ.

**Зах зээл төвтэй боловсрол.** Нийгмийн тогтолцоо үндсээрээ шинэчлэгдэж эхэлсэнээс хойш манай орны боловсролын системд чанарлаг өөрчлөлтүүд гарч байгааг үгүйсгэх учиргүй. Боловсролын хөгжлийн мастер төлөвлөгөө боловсрогдож дэлхийн дийлэнхи орнуудад хэрэглэгддэг боловсролын шатлал, үнэлгээний

системд шилжин орж хувийн сургуулиуд олноор байгуулагдлаа. Зарим ахиц ололтууд байгаа боловч хэрэглэгч зах зээлийн эрэлт шаардлагаас үндэслэн удирдлагын үйл ажиллагааг төлөвлөн хэрэгжүүлдэг үйл явц буюу маркетингийн менежмент боловсролын байгууллагад нэн чухлаар шаардагдах болов. Энэ бол уг чанартаа боловсролыг зах зээл рүү эргүүлнэ гэсэн хэрэг билээ.

Өнөөгийн манай боловсролын тогтолцоо захиргаадальтын шинжтэй менежментээс зах зээл төлөвтэй тогтолцоонд шилжсэн гэж дүгнэхэд эртдэнэ. Аль ч шатны сургуулийн бодлогын төвд суралцагчид, суралцахыг хүсэгчдийн бодол, хүсэл, эрмэлзлэлийг судлан тусгах асуудал эхлэлийн төдий, боловсролын зах зээлд хийгдэх маркетингийн судалгаа байхгүй байна.

Асуудлын гол нь боловсролын удирдах ажилтнуудын дийлэнх нь маркетингийн үзэл баримтлалыг ойлгохгүй, арилжаа наймаа, бизнесийн хүрээнд хэрэглэдэг ойлголт мэтээр төсөөлж байгаад оршино. Олон жилийн турш сургуулиуд зөвхөн улсын төсөвт дулдуйдан амьдарч ирсэн нэг загварын тогтолцоо үүнд нөлөөлжээ. Төрийн өмчийн сургуулиуд одоо ч энэ байдлаасаа бүрэн ангижирч чадаагүй, энэ хүрээнд ажиллаж буй захирал, багш нар дээд байгууллагынхаа шийдвэр захирамжийг харах, дээрээс баталсан хууль журамд л захирагдаж нэг л хэвийн байдалтай ажиллаж, боловсролын шинэ зах зээлд нэвтрэх, шинийг эрэлхийлэх талаар тун ч ахицгүй байна гэж үзэж болно. Шинэ шинэ суралцагсдыг татаж, сургалтын өвөрмөц төрлийг үүсгэн хөгжүүлбэ гэтэл дээд шатны байгууллагаас баталсан санхүүгийн дүрэм гар хөлийг нь хүлчихээд байх жишээтэй.

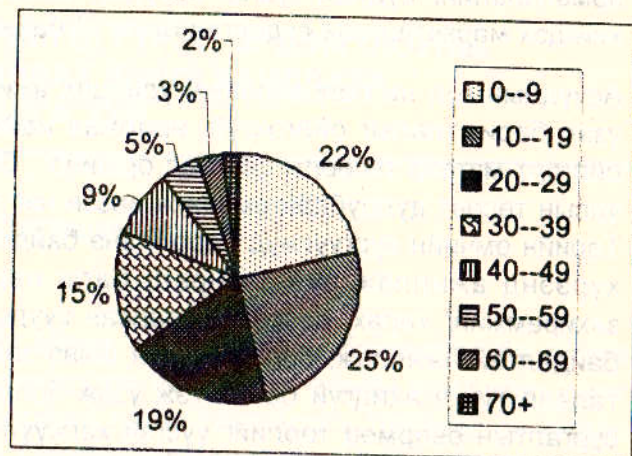
Боловсролын зах зээлд арай гүнзгий орж уян хатан ажиллаж байгаа нь хувийн сургуулиуд юм. Гэвч тэд дийлэнхидээ маркетингийн үзэл баримтлалын үүднээс бус түүний өмнөх түүх болох борлуулалтын үзэл баримтлалын үүднээс ажиллаж байгаа юм. Өөрөөр хэлбэл, ямар ч аргаар хамаагүй борлуулалтаа өсгөж ашгаа нэмэгдүүлэхийг хичээгч бизнес эрхлэгчдийн адилаар чадавхи муутайхан элсэгчдийг олноор элсүүлж ашгийн хойноос хөөцөлдөх явдал хувийн сургуулийнхны нийтлэг үзэгдэл болжээ. Төгссөн мэргэжилтэн нь уг сургуулийнхаа нэр хүндийг унагаж, цөөхөн жилийн дараа сургууль хаалгаа барих болно гэдгийг тэд ухаарч байгаа боловч өнөөдөр олж буй мөнгө нь ирээдүйг харах нүдийг нь хаачихаад байна.

Асуудлыг дээрх байдлаар тавихдаа боловсролын амьдралд түгээмэл байгаа асуудлыг маркетингийн онолын үүднээс илрүүлэн тавьж байгаагаас бус зах зээлд зохицон урагштай ажиллаж буй сургуулиудын амжилтыг зориудаар доош нь татахыг хүсээгүй гэдгийг тэмдэглэх хэрэгтэй.

**Шинэ үнэлэмж ба боловсролын зах зээлийн хэсэгчлэл.** Дээр бидний авч үзсэн бодит байдал нь боловсролын зорилгын шинэ үнэлэмжийг зүй ёсоор шаардаж байна. Төгссөн гаргасан мэргэжилтнүүд нь зах зээлийн эрэлт шаардлагыг хангаж байгаа төвшин энэ үнэлэмжийн гол агуулгыг бүрдүүлж байна. Орчин үед хүн ардын амьдрал улам бүр бие биенээсээ хамаарсан глобал шинж чанартай болж

байгаагийн улмаас мэргэжилтнүүд зөвхөн өөрийн орны төдийгүй дэлхий дахины орчинд ажиллах чадвартай байх хэрэгтэй боллоо. Тэгэхдээ энэ нь тухайн хүнийг ажиллуулах зах зээлийн хэрэгцээ шаардлагаас шууд хамаарах юм. Маркетингийн онолд чухал байр суурь эзэлдэг хэсэгчлэлийн стратегийн үүндээс хандах ёстой гэсэн үг л дээ. Элсэгчдэд, элсэхийг хүсэгчдийн хэрэгцээ шаардлага ба өөр бусад шинжүүдээс үүдэн боловсролын зах зээлийг олон янзын хэсгүүдэд хуваан үзэж болно. 2000 оны Монголын хүн амыг насны бүлгээр харуулсан тоо баримтаас үндэслэн боловсролын зах зээлийг хэсэгчилж үзээд диаграммаар илэрхийлбэл дараах байдалтай байна.

нас	хүний тоо	хувь
0-9	523200	21,39
10-19	596900	24,40
20-29	474400	19,39
30-39	378600	15,48
40-49	216900	8,87
50-59	118200	4,83
60-69	80600	3,29
70+	57700	2,36
<b>Нийт</b>	<b>2446500</b>	



Хүүхэд залууст зориулсан боловсрол зонхилох байр суургийг эзлэх шаардлагатай болохыг энэхүү диаграмм харуулж байна. Тэгэхээр насны ялгаатай эдгээр зах зээлийн алинд нь давамгайл байр суурь эзэлж байгаагаа сургуулиуд тодорхойлж түүнд нийлүүлэх үйлчилгээнийхээ чанарыг ялгаатай байлгах талаар тодорхой хөтөлбөрүүд хэрэгжүүлэх хэрэгтэй юм. Хүн амын насыг маш ойрхон интервалтайгаар авбал зах зээлийн илүү нарийвчилсан сегментийг тодорхойлон гаргах болно.

Дээрхи байдлаар боловсролын зах зээлийг байршлаар нь ангилж үзвэл тун ч сонирхолтой дүр зураг харагдах болно.

Ийнхүү аль ч сургууль өөрийн оршин байгаа нутаг дэвсгэр, нийгэмд эзэлж буй байр сууриа бодолцон ажиллах зах зээлээ хэсэгчлэн авч үзэх шаардлагатай боллоо. Олон улсын орчинд ажиллах мэргэжилтнүүдийг бэлтгэдэг сургууль байна гэж үзвэл суралцагсдынхаа ажиллах чиглэлээс хамааруулан чиглэх зах зээлээ сонгон авч болно.

Маркетингийн менежментэд тулгуурласан боловсролын байгууллагын бодлого стратеги тэрхүү менежментийг хэрэгжүүлж буй түвшин бүрд ялгаатай байх нь зүй ёсны хэрэг юм. Өөрөөр хэлбэл, ажиллах зах зээлдээ тохирсон бодлого, стратеги дэвшүүлэн тавих нь аль ч боловсролын байгууллагын амжилтанд хүрэх түлхүүр хүчин зүйл мөн.

Өөрчлөгдөн хөгжиж буй нийгмийн амьдралын чиг зүгийг зөв тодорхойлж, монгол улсаа дэлхий дахины нийтлэг аяг жишгийн дагуу удирдан хөгжүүлэх, орчин үеийн шинжлэх ухаан, техник технологийн нууцад нэвтрэн орох мэдлэг, дадлага чадвартай шинэ үеийг бэлтгэх нь монголын боловсролын байгууллагуудын түгээмэл зорилго байж болох авч ажиллах зах зээлээсээ хамаарсан өвөрмөц зорилтуудаар баяжуулах зайлшгүй шаардлагатай байна. Хөгжингүй орнуудад хэрэгжиж эхлээд байгаа элит боловсролын асуудал ч төрийн хэрэгцээнд нийцсэн мэргэжилтэн бэлтгэх тогтолцоо юм л даа.

**Шинэ зуун ба боловсролын зорилго үүргийн шинэчлэл.** 21-р зуун боловсролын зорилго үүрэгт шинэ шинэ зүйлийг авчрах болно. Хүн төрөлхтөн танин мэдэхүйн цоо шинэ шатанд дэвшин орж байна. Боловсрол олгох, олсон боловсролоо ажил амьдрал болгон ашиглах үйл явц улам бүр нэгдэн нийлж нийгмийн хөгжлийн хүчирхэг оньс болон хувирч байна. Энэ шинэ нөхцөл байдлыг ухаарсан залуусын шинэ агуулга, төрх бүхий зах зээлийн сегментүүд үүсэж байна. Иймээс боловсролын зах зээлд нэвтрэх маркетингийн шинэ шинэ стратегийг эзэмшихгүй бол ерөнхий зорилт тавиад амжилтанд хүрэхгүй нь тодорхой. Үүнийг боловсролын үйлчилгээ ба түүний зах зээлийн уялдаа холбооны матрицаар харуулъя.

Боловсролын зах зээлд ажиллах маркетингийн стратегиуд

Боловсролын үйлчилгээ (бүтээгдэхүүн)

	Одоогийн	Шинэ
Боловсролын зах зээл	Одоогийн Зах зээлд гүн нэвтрэх	Шинэ Зах зээлийг хөгжүүлэх
	Одоогийн	Шинэ
	Одоогийн Үйлчилгээг хөгжүүлэх	Шинэ Өргөжүүлэн өсгөх

1. **Боловсролын зах зээлд гүн нэвтрэх стратеги.** Элсэн суралцаж байгаа хүмүүстэй хэрхэн яаж үйлчлэх вэ? Гэдгийг ул суурьтай бодон төлөвлөж сургалтын технологи, аргазүй, багшлах боловсон хүчний чадавхийг одоогийн төвшиндөө бууруулахгүй байх нь энэ стратегийг баримтлагчдын эн тэргүүний зорилт юм. Элсүүлсэн оюутнуудаа татаж чадалгүй өөр бусад сургууль руу алдчихаад байгаа сургуулиуд бол зах зээлд ажиллах наад захын шаардлагыг хангахгүй байна гэсэн үг.

2. **Боловсролын зах зээлийг хөгжүүлэх стратеги.** Суралцагсдад үзүүлж буй үйлчилгээнийхээ одоогийн төвшинг хэвээр хадгалж шинэ шинэ суралцагсдыг татах зорилт тавин ажиллаж буй сургуулиуд энэ бүлэгт хамаарна. Энэ логикийг ойлгоогүйгээс практикт 2 талтай туйлшрал гарч байгааг тэмдэглэх хэрэгтэй. Сайн багш, олигтойхон материаллаг бааз буй болгоогүй байж сургуулиа хэтрүүлэн сурталчилж, өндөр шаардлага тавьдаг оюутнууд элсүүлчихээд эцэст нь өөрөө хүнд байдалд орж, нэр хүндээ унагаах тохиолдол хувийн гэгдэх олон сургуулийн үйл ажиллагаанд илэрч байна. Бас боломжийн багш нар, сургалтын тоног төхөөрөмж, анги танхимтай атлаа чимээгүй суусаар, сурлагаар тааруухан

оюутнууд элсүүлж боловсролын зах зээлд эзэлж буй байр сууриа алддаг сургуульч цөөнгүй байна.

3. **Боловсролын үйлчилгээг хөгжүүлэх стратеги.** Өнөөдөр суралцаж буй оюутнууддаа зориулан шинэ хичээл, сургалтын шинэ технологи, илүү дэвшилттэй үйлчилгээг үзүүлэх замаар энэ стратеги хэрэгждэг. Сургууль зах зээлд эзлэх байр сууриа бэхжүүлж нэр хүнд олѐ гэвэл энэ стратегийг баримлтах аас өөр аргагүй. Хичээлийг шинэ арга технологиор заалгах талаар багш нарын хамт олноо урамшуулж идэвхижүүлэх зөв механизм тогтоож хэрэгжүүлэх нь энэ стратегийг баримтлагч сургуулиудын эн тэргүүний зорилт мөн.

4. **Боловсролын үйлчилгээг өргөжүүлэн өсгөх стратеги.** Боловсролын цоо шинэ үйлчилгээг бий болгож шинэ шинэ зах зээлийг эзэмдэн ажиллах нь энэ стратегийг үүсгэн хөгжүүлж буй их, дээд сургуулиуд энэ стратеги руу шилжиж буй хэрэг. Эрдмийн дээд шатны сургалтанд хамрагдагсад өмнө нь зааж байсан хичээлээ давтан заах гээд байдаг дутагдал нэлээд ажиглагдаж байгааг даруй өөрчлөхгүй бол тэрхүү шинэ зах зээлийг татах биш түлхэх үйл ажиллагаа болж сөрөг үр дүнд хүрэх аюул нүүрлэж байна.

Ийнхүү аль ч шатны боловсролын байгууллагын тулмагдсан зорилт нь ажиллах зах зээлээ шуурхай мэдрэх, тэрхүү зах зээлийнхээ эрэлт шаардлагад тохирсон боловсролын үйлчилгээг багцаар нь тодорхойлж нийцүүлэх явдал болж байна. Шинэ зуунд тодорхой зорилт, стратегитай байж л амжилтанд хүрэх ганцхан боломж буй.

Боловсролын үүргийн талаар олон зүйлийг хамруулан тоочиж болох авч түүнийг зах зээлийн агуулгаар нь тунгааж үзэх нь нэн зохистой юм. Суралцагсдаас төлбөр, төрөөс санхүүжилт авч байгаа нь сургууль багш нарт өгч буй урьдчилгаа мөнгө гэж үзэж болно. Урьдчилгааг нь авчихаад урагшгүй бүтээгдэхүүн үйлчилгээ үзүүлсэн бизнесмен өрөнд ордогтой адил сургууль багш нар үүргээ биелүүлэхгүй бол нийгэм хүн арддаа бүүр ч том өр тавьж буй хэрэг билээ. Ингэхлээр суралцагсдын таашаалд нийцсэн хариу үйлчилгээ үзүүлэх нь сургууль, багш, тэнд ажиллагч бүхний нэн тэргүүний үүрэг мөн.

Боловсролын чанаргүй үйлчилгээ бол зах зээлд чанаргүй бүтээгдэхүүн нийлүүлэх, төр засгийн албыг хариуцлагагүй гүйцэтгэх, эрдэм оюуны нууцад нэвтэрч чадахгүй байх гээд л эдийн засаг, нийгэм, оюун санааны амьдралд хортой олон сөрөг үр дагаврын үндэс болдог гэдгийг бүх шатны боловсролын байгууллагын удирдах ажилтан, багш ажилтнууд сайтар ухааран, олон талаас нь бодож боловсруулсан стратегийн ба бизнес төлөвлөгөөтэй ажиллах үүрэгтэй болж байна. Түүний үндэс нь ажиллах зах зээлийнхээ судалгаанд тулгуурлан хэрэгжүүлэх маркетингийн менежмент мөн. Иймээс мэргэжлээрээ явцууралгүйгээр зах зээлд ажиллах арга ухаанд шаргуу суралцах, суралцаад зогсохгүй амьдрал үйл ажиллагаандаа цаг алдалгүй хэрэгжүүлэх явдал Монгол орны боловсролын байгууллагын удирдах

ажилтан, мэргэжилтнүүд, эрдэмтэн багш нарын шинэ бөгөөд зайлшгүй үүргийн нэг гэж үзэж байна. Энэ үүргийг амжилттай хэрэгжүүлсэн сургууль, багш нар бусад үүргүүдээ төдөлгүй биелүүлж чадна гэдэгт эргэлзэх хэрэггүй юм. Учир нь бид бүгдээрээ зах зээл, тэнцүү солилцооны эрин үед амьдарч байгаа шүүдээ.