

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ДЛЯ ВЗРОСЛЫХ: ЦЕЛИ И МЕТОДЫ

© 2012 В.И. Фомин*

Ключевые слова: образовательные услуги для взрослых, маркетинговый аспект, экономический аспект, статистический анализ, зарубежные исследования, цели, методы.

Представлен маркетинговый, экономический и статистический анализ рынка образовательных услуг для взрослых. Приведены основные результаты зарубежных исследований систем образования взрослых, выделены основные проблемы.

Образование взрослых, подразумевая под “взрослыми”, в основном, работающую часть населения, не являясь принципиально новым явлением в российской, а тем более в мировой системе образования, тем не менее переживает значительные качественные трансформации в последние годы, ставя перед теоретиками и практиками педагогической науки новые задачи. Одной из них является разработка методологии анализа сферы образования взрослых как одной из наиболее динамичных отраслей системы образования. В данной работе нас будет интересовать преимущественно экономический аспект рынка образовательных услуг для взрослых. Приведем некоторые положения в защиту актуальности поставленной проблемы¹.

Говоря о системе образования в целом, следует отметить, что несмотря на повальную коммерциализацию экономики государство по-прежнему остается основным заказчиком (потребителем) на рынке образовательных услуг. Поэтому оно по-прежнему диктует способы контроля качества предоставляемых услуг, регулирует и регламентирует формы, методы и сроки сбора данных для дальнейшего принятия управленческих решений. В качестве представителя государства выступают органы управления образованием. Сам обучаемый присутствует скорее опосредованно. Принципиальным отличием от классической рыночной экономики является то, что государство не только потребитель-монополист, но и продавец-монополист на этом же рынке. Рынок образовательных услуг для взрослых в какой-то мере является исключением из этого правила - на этом рынке мож-

но выделить три основные категории потребителей: государство (в лице органов трудоустройства), работодатели, обучаемые, и две категории продавцов: коммерческие структуры и государственные образовательные учреждения. Вообще с позиций системного подхода сферу образования взрослых можно рассматривать как упрощенную модель системы образования в целом с более короткой обратной связью. Действительно, очевидно, что в отсутствие плановой экономики и серьезных исследований рынка труда мы неизбежно сталкиваемся с ситуацией перепроизводства кадров одних специальностей и нехватки кадров по другим. Но если в системе классического высшего образования (мы используем высшее образование в качестве примера просто потому, что здесь затраты на обучение индивидуума несколько выше, чем в других сегментах рынка) ошибка при формировании плана приема станет очевидной через 5-10 лет, когда значительный процент выпускников окажется на бирже труда (хуже того, ошибка так и может остаться неочевидной - например, значительная часть выпускников педвузов оседает в качестве домохозяйек или находит работу не по специальности), то в системе образования взрослых потребительский отклик возникает через 1-2 года - работодатели и государственные органы трудоустройства не оплачивают обучение невостребованных специалистов, да и платить за получение ненужного образования из своего кармана желающих обычно не находится. Таким образом, выработанная методология анализа рынка образовательных услуг для взрослых сможет в дальнейшем

* Фомин Владимир Ильич, доктор педагогических наук, доцент Самарского государственного экономического университета. E-mail: fomin-v-i@ya.ru.

быть расширена на весь рынок образовательных услуг.

Выполняя анализ и моделирование рынка образовательных услуг для взрослых, в первую очередь следует сформулировать цели моделирования. Как было отмечено выше, на этом рынке два продавца - государство и образовательные учреждения (ОУ).

Цели анализа и моделирования у этих участников рынка различны. Стратегическая цель ОУ - максимизация прибыли в кратковременном или долговременном периоде при соблюдении условий, налагаемых государством на образовательную деятельность. Следовательно, при анализе у ОУ преобладают маркетинговые цели, т.е. им хотелось бы ответить на следующие вопросы: в каком сегменте рынка мы работаем, устраивает ли качество предоставляемых услуг наших потребителей и потенциальных потребителей, каков объем платежеспособного спроса, каковы конкуренты на этом сегменте рынка и по каким параметрам ОУ отстает от конкурентов. Интересы государства намного шире и сложнее. Среди основных целей института образования взрослых можно назвать обеспечение функциональной грамотности населения, управление предложением на рынке труда (объемом и структурой безработицы), повышение социальной стабильности общества (с позиции А. Белла в постиндустриальном обществе знание становится одним из оснований социальной стратификации. Даже формальное увеличение доступности образования для всех категорий населения позволяет сгладить стартовые и классовые различия и, как следствие, увеличить социальную стабильность общества в целом), компенсацию за недостаток мобильности трудовых ресурсов (очевидно, что для значительной части взрослого населения России организационно и психологически гораздо проще поменять специальность, профессию, чем изменить место работы и жительства). Планирование государственной политики в области образования взрослых требует ответа на такие вопросы, как: кто вовлечен в систему образования взрослых и почему, как меняются количественные и качественные характеристики этого рынка, нет ли дискриминации по доступу к образованию национальному, языковому, гендерному и другим потен-

циально "опасным" признакам, какие специальности необходимы на рынке труда сейчас и будут востребованы в ближайшее время и т.д.

В данных существующей образовательной и экономической статистики тем не менее практически невозможно найти ответов на поставленные вопросы. Информация по рынку образования взрослых исчерпывается, в основном, сведениями о количестве взрослых обучаемых в тех или иных ОУ - причем данные по различным типам ОУ собираются в разное время и при помощи различных форм. Какие же исследования необходимо провести, чтобы ответить хотя бы на некоторые из поставленных вопросов? Обратимся к зарубежному опыту. Мы рассматриваем исследования, проведенные в США, так как по ряду параметров сложившаяся там система образования взрослых решает те проблемы, которые стоят или будут стоять перед российской системой образования. Дело в том, что, как и Россия, США являются многонациональным и, соответственно, многоязычным государством, обладающим большой площадью и значительной дифференциацией по уровню образования и благосостояния по регионам. Кроме того, следует отметить открытость информации о проводимых исследованиях в области образования. Мы будем рассматривать исследования, проведенные National Center for Education Statistic и представленные на сайте <http://nces.ed.gov>.

Выделим наиболее интересные направления исследования из представленных на сайте. Во-первых, это факторы мотивации участия в обучении взрослых. В качестве рабочих гипотез исследователи предполагали, что этими факторами являются: переход от производственной экономики к экономике информации, рост важности трудовых ресурсов, структурное изменение рынка труда (характеристик и требований к рабочим местам (вакансиям?), увеличение требований к навыкам работы), увеличение количества взрослых (по данным демографической статистики), увеличение предложения на рынке образования взрослых. Проведенное по этой проблематике исследование включает ряд опросов, проведенных в 1991, 1995, 1999 гг., с использованием телефонных интервью (слу-

чайный выбор респондентов) в 50 штатах и округе Колумбия на английском или испанском языках. Интервью проводились об образовательных действиях взрослых за предшествующий 12-месячный период.

Опросы проводились об участии в формальных действиях изучения: английский язык как второй язык, взрослое основное образование (взрослые программы средней школы), формальные поствторичные программы (колледж, университет, программа профессионального обучения), программы ученичества, связанные с работой или карьерой курсы, личные курсы развития (курсы, связанные со здоровьем, хобби, или спортивные уроки, иностранные уроки языка и изучение Библии). Участие в обучении взрослых было определено тем, был ли интервьюируемый вовлечен в по крайней мере в одно из перечисленных действий. Непрерывное формальное образование при этом не учитывалось как обучение взрослых.

Опрошенных попросили назвать одну основную причину для участия в каждой деятельности. Причины были разнесены в процессе интервью в 6-7 категорий, одна из которых связана с улучшением перспектив на текущей работе, другая - изменение работы или карьеры, все остальные не связаны с работой напрямую.

Опрошенные квалифицировались возрастом, полом, этнической принадлежностью, имеющимся уровнем образования, статусом работы, типом занятости. По возрасту рассматривались группы: 16-24; 25-34; 35-44; 45-54; 55-64; 65 или старше; по этнической принадлежности: белые, испаноговорящие, черные, неиспаноговорящие, испанцы, азиаты, другие меньшинства; по статусу работы: полностью занятые, частично занятые, безработные (ищут работу), не работающие; по типу занятости: руководитель или специалист, работник сферы услуг (торговля, обслуживание), не работающий.

Дополнительно ряд опросов, включенных в исследование, оценивает тип и степень обучения, обеспеченного предпринимателем. (Так, опрос Бюро трудовой занятости среди частных предприятий с числом служащих более 50 показал, что в 1995 г. 93% таких предприятий финансировали программы обучения для служащих и 70% служащих участвовали в этих

программах.) При этом были выявлены распределения обучающихся служащих по масштабам учреждения, по отраслям промышленности, по товарообороту предприятия и уровню социального обеспечения (соцпакет), а также по демографическим характеристикам работающих и степени их занятости.

Отметим, что по указанной схеме были также проведены исследования в 2001-2003 гг. (их отличием можно считать увеличение оснований классификации (сегментации) за счет семейного положения, доходов домашних хозяйств, а также расширенную типологию формальных действий обучения).

Полученные результаты позволили высказать достаточно обоснованные предположения о факторах мотивации обучения взрослых в США. (Мы не приводим полученных результатов, поскольку нас интересуют целеполагание и методология проведения подобных исследований.) Авторы обзора использовали логистический регрессионный анализ для построения регрессионной модели, позволяющей предсказывать вероятность участия в образовании взрослых в зависимости от возраста, статуса работы, достигнутого уровня образования и других факторов². Для подтверждения полученных результатов использовались методы многомерного анализа.

Особо следует отметить методологию проведения опросов и способы коррекции результатов. Как уже было отмечено, опросы проводились путем интервьюирования взрослых в домашних хозяйствах с телефонами. По данным статистики, 5% домашних хозяйств взрослых в США не имеют телефона. Чтобы минимизировать возможные ошибки к наблюдениям применялись весовые коэффициенты на основе вероятностей выбора ответчиков, процентов охвата и ответа. Специализированные статистические методы использовались, чтобы вычислить стандартные ошибки для всех оценок.

Второе направление исследований в значительной мере дополняет первое. Цель этого направления - выявить препятствия (барьеры) для продолжения формального обучения взрослыми. Рассматривались барьеры как к получению основного образования и изучению английского языка, так и к обучению на связанных с работой (карьерой) курсах.

Вопросы задавали только неохваченным этими занятиями, причем первый вопрос был о том, имел ли интервьюируемый интерес к получению данной услуги, а дальнейшие вопросы адресованы лишь тем, кто продемонстрировал интерес. Их спрашивали об интенсивности их интереса, а также о том, были ли им известны конкретные курсы выбранного типа. Только ответившим положительно задавали ряд вопросов о возможных барьерах к их участию. К рассмотрению предлагалось четыре основных типа барьеров: время, деньги, необходимость заботы о ребенке и транспорт. Серией вопросов выявлялась важность каждого типа барьера при принятии решения об отказе от обучения. Затем внутри каждого типа барьера проводилась более тонкая градация.

В предшествующих опросах (1991 г.) использовался более простой способ - было предложено ответить на вопрос: "Какая из указанных причин препятствует Вашему участию в (дополнительном) обучении взрослых?" Предполагались ответы "да" или "нет" по каждой из девяти перечисленных причин:

- 1) календарный план работы;
- 2) неудобное время курсов;
- 3) стоимость курсов;
- 4) местоположение курсов;
- 5) отсутствие транспорта до места проведения курсов;
- 6) необходимость заботиться о ребенке;
- 7) другие обязанности в семье;
- 8) недостаток информации о доступных курсах;
- 9) интересующие курсы не предлагаются.

В 10-м пункте было предложено указать причины, не внесенные в список.

Полученные данные анализировались на основе ряда теорий потребительского (участвующего, вовлеченного, participatory) поведения. Для простоты обсуждения исследователи организовали теоретические модели в девять групп: экономика, социальная психология, изучение досуга, здоровье, обучение взрослых, теории изменения, образование и студенческое истощение, распределение времени, и поведение потребителя. Так, теория человеческого капитала объясняет концепцию моделей экономической группы (Becker, 1964, 1993; Schultz, 1962). Теория человеческого капитала предполагает, что

индивидуумы выбирают их образование, обучение, медицинское обслуживание, время, деньги и затраты. Выгоды включают культурную и другую неденежно-кредитную прибыль наряду с усовершенствованием дохода и карьеры, тогда как затраты включают ценность времени, потраченного на эти инвестиции.

Приведем характеристики некоторых экономических моделей:

◆ Dhanidina и Griffit, 1975.

Модель выгоды стоимости предполагает рациональное решение индивидуума об участии в обучении взрослых. Участие рассматривается как инвестиции в человеческий капитал. Участие более вероятно, если выгоды от него перевешивают затраты. Затраты включают стоимость обучения, материалы (оборудование, учебная литература и т.п.), транспортные расходы, а также денежный эквивалент затраченного времени; выгоды включают культурную и нематериальную прибыль, так же как возможную будущую материальную прибыль от увеличенного дохода или зарплаты. Эта модель поведения, максимизирующая полезность.

◆ Cohn и Hughes, 1994, Gilboa и Schmeidler, 1995.

Модель Внутренней Нормы Возвращения (IROR) рассматривает образовательную деятельность как инвестиции и оценивает эффективность по ожидаемой норме возвращения дохода (прибыли) по сравнению с другими инвестициями (например, сверхурочным пребыванием на работе). Однако модель также учитывает важность внутренней оценки человека относительной ценности инвестиций. Параметры моделей включают возраст, пол, расу (национальность), семейное положение, местоположение, образование родителей, социально-экономическое положение родителей и родственников, религию, образование; доход, стаж, дополнительные рабочие места, вид трудового контракта и членство в профсоюзе. Кроме того, для модели важны переменные окружения: уровень безработицы, среднедушевой доход.

◆ Gilboa и Schmeidler, 1995.

Теоретическая модель решения на основе случая (CBDT) базируется на предположении, что индивидуум помнит прошлые проблемы, их решения и результат (здесь случаем считается тройка "проблема - решение -

результат”). При возникновении новой проблемы возможные решения оцениваются на основании опыта - индивидуум оценивает не все затраты и выгоды, а лишь те из них, которые появлялись в предшествующих случаях. Основой данной модели является теория принятия решений в условиях неопределенности (риска). Параметрами модели являются воспоминания индивида о подобных проблемах, их решениях и результатах, оценка важности случая, степень подобия предшествующему опыту.

Нельзя не отметить, что в отчете (обзоре) обсуждаемого исследования также аргументы “за” и “против” различных методик отбора респондентов. Рассматриваются три возможных методики: опрос участников, опрос неучастников, опрос участников и неучастников конкретных типов и видов образования взрослых. На основании анализа полученных данных также приведены конкретные рекомендации по реорганизации деятельности учреждений, в том числе более четкая сегментация рынка образовательных услуг, помогающая ликвидировать барьеры к образованию взрослых среди конкретных групп населения (Попробуем проиллюстрировать эту рекомендацию в российских условиях. Человек среднего возраста, 35-45 лет, вряд ли присоединится к вечерней школе, чтобы получить среднее образование. Основным барьером при этом будет отношение потенциальных одноклассников и окружения индивидуума к подобному решению. Но организовав специальные группы обучения для возрастной группы старше 30 и выдавая удостоверение, являющиеся документом о среднем или среднепрофессиональном образовании данный барьер можно ликвидировать. Естественно, это имеет смысл только в том случае, если барьер носит достаточно массовый характер и представляет значимую социальную проблему).

Обобщая изложенный и оставшийся за рамками данной статьи зарубежный опыт, с учетом корректив, вносимых современным состоянием российского образования, попробуем сформулировать некоторые положения построения системы сбора и анализа данных в сфере образования взрослых.

1. Для проведения исследований любых типов необходима четкая классификация (ти-

пология) рынка услуг в области образования взрослых. Примерная сегментация, приведенная в данной статье, может использоваться в качестве отправной точки для разработки такой классификационной модели. Основные требования: типы должны быть непересекающимися, образующими полную группу (т.е. любая услуга сектора образования взрослых должна однозначно относиться к одному и только одному типу), очевидными для неквалифицированных пользователей (т.е. при проведении опросов интервьюируемый должен однозначно самостоятельно при наличии минимальных пояснений отнести оказанные или неоказанные ему услуги к одному и только одному из типов).

2. Первичной является также задача разработки и апробации системы проведения опросов (интервью) в совокупности с методологией случайного отбора индивидуумов. Механический перенос зарубежного опыта будет заведомо некорректен, так как вместо 5% домашних хозяйств без телефонов в США мы имеем гораздо больший процент таких хозяйств в России, да и уровень “неответов” возможно будет намного выше. Только надежная, апробированная система формирования репрезентативной выборки с известными типами ошибок (неответа, неохвата и т.д.) и методологией корректировки результатов с их учетом позволит получить достоверные данные. Эта проблема, на наш взгляд, является одной из сложнейших в условиях современной России из-за существенной дифференциации населения по регионам, уровням доходов. Не исключено, что более целесообразным является использование не механического, а типического отбора с типологией по регионам и/или численности населения в населенном пункте.

3. Необходимым компонентом является разработка теоретических моделей потребительского поведения (на базе зарубежного опыта), имеющих перспективы практического применения в российских условиях (или адаптация зарубежных моделей). Очевидно, что в неизменном виде зарубежные модели неприменимы к российским условиям (среди причин можно назвать отсутствие четкой связи между уровнем и качеством образования и уровнем дохода, отношение к некоторым формам образования взрослых как к сред-

ству организации досуга, неумение оценивать суммарные затраты и упущенную выгоду (в системе ценностей время зачастую не рассматривается как ценность, имеющая денежно-материальный эквивалент), доступность к образованию взрослых чрезвычайно дифференцирована по региональному и территориальному признаку (мегаполис или деревня) и т.д.). Без наличия теоретических моделей сформировать набор параметров для анализа рынка образовательных услуг для взрослых практически невозможно.

4. В условиях переходной экономики более актуальным нам представляется направление исследований о барьерах (препятствиях) к участию в образовании взрослых. Потенциально этот рынок имеет миллионы потребителей, однако по многообразию причин реальный платежеспособный спрос не очень велик. Корректно проведенные исследования способны выявить эти причины, реорганизо-

вать деятельность образовательных учреждений для взрослых дабы обеспечить широкий доступ населения к образовательным услугам на протяжении всей своей активной сознательной жизни. А без такого доступа, как неоднократно отмечалось теоретиками, построение информационного (постиндустриального) общества невозможно³.

¹ *Фомин В.И.* Профессиональная переподготовка взрослых: реальность, проблемы, особенность // Опыт и проблемы совершенствования учебного процесса в вузе. Самара, 2003.

² *Фомин В.И.* Дидактические принципы андрагогики: существуют ли они? // Труды Международного Форума по проблемам науки, техники и образования. М., 2003.

³ *Фомин В.И.* Психолого-педагогические аспекты реализации образовательных технологий при обучении взрослых // Социальные технологии и современное общество : сб. науч. тр. Вып. 2. СПб., 2005.

Поступила в редакцию 17.11.2011 г.