



К ЦЕНТРУ ОБУЧЕНИЯ ВЗРОСЛЫХ: ШАГ ЗА ШАГОМ

МЕТОДИЧЕСКОЕ ПОСОБИЕ

**Методическое пособие «К Центру Обучения взрослых: шаг за шагом»,
Ташкент, 2013.**

Составители: А.Х. Абдуллаев, Н.С. Рахимов, М.О. Хадаев.

Под редакцией: Р. Ленс и Т.Л. Заиченко.

**Рецензенты: А.Р. Ходжабоев, доктор педагогических наук, профессор;
Б.С. Нуриддинов, кандидат педагогических наук.**

В данном методическом пособии представлен опыт десятилетней проектной деятельности партнеров Представительства Немецкой Ассоциации Народных Университетов (*dvv international*) в Узбекистане¹ по созданию и развитию Центров обучения взрослых в профессиональных колледжах Узбекистана.

Предлагается модель эффективного Центра обучения взрослых, которая была разработана с учётом результатов проекта, а также зарубежного опыта организации обучения взрослых.

Публикация включает в себя теоретическую информацию по организации и проведению обучающих курсов для взрослых, практические примеры из деятельности зарубежных организаций образования взрослых, а также методические рекомендации и полезные ссылки на Интернет - ресурсы и печатные издания.

Пособие предназначено для руководителей, преподавателей и мастеров производственного обучения профессиональных колледжей, а также для широкого круга лиц, занимающихся организацией и проведением обучающих курсов для взрослых.

Пособие подготовлено при финансовой поддержке Министерства по экономическому сотрудничеству и развитию Германии (BMZ) в рамках проекта «Создание и развитие Центров обучения взрослых на базе профессиональных колледжей Узбекистана», поддерживаемого Представительством Немецкой Ассоциации Народных Университетов (*dvv international*) в Узбекистане.

Мнения составителей методического пособия могут не отражать точку зрения BMZ.

¹ С 11 декабря 2012 года Филиал Немецкой Ассоциации Народных Университетов (DVV) в Узбекистане.

СОДЕРЖАНИЕ

ПРЕДИСЛОВИЕ:

- Леван Квачадзе, Региональный Директор по Центральной Азии Немецкой Ассоциации Народных Университетов (DVV);

Шаг №1: Образование взрослых и обучение на протяжении всей жизни:

- Краткий обзор современных концепций образования взрослых и обучения на протяжении всей жизни
- Организации Образования Взрослых
- Проект «Создание и развитие Центров обучения взрослых в профессиональных колледжах Узбекистана» - результаты и выводы
- Образование в Узбекистане: взгляд сквозь призму Образования Взрослых

Шаг №2: Подготовительная работа по созданию Центра обучения взрослых:

- Полезные инструменты для проведения анализа ситуации
- Особенности разработки учебных программ
- Требования к работникам Центра обучения взрослых и подбор персонала
- Организация процесса обучения взрослых

Шаг №3: Маркетинг образовательных услуг Центра обучения взрослых:

- Понятие, функции, специфика и особенности маркетинга образовательных услуг
- Рынок образовательных услуг, что надо о нем знать и почему это необходимо
- Образовательные услуги Центра обучения взрослых: разработка и развитие новых продуктов
- Определение цены образовательных продуктов, разработка ценовых стратегий
- Реклама и продвижение образовательных услуг Центра обучения взрослых

Шаг №4: Дальнейшее развитие Центра обучения взрослых:

- Советы по разработке бизнес – плана Центра обучения взрослых
- Обеспечение качества образовательного курса

Приложения:

1. Образец анкеты по проведению анализа потребности в умениях
2. Анкета оценки образовательной программы
3. Пример функциональной карты токаря
4. Анкета для преподавателей и слушателей
5. Зарубежный опыт в области маркетинга образовательных услуг

ПРЕДИСЛОВИЕ:

Дорогие читатели,

перед Вами публикация, которая подводит итоги девятилетней проектной деятельности по созданию и развитию Центров обучения взрослых (ЦОВ) в профессиональных колледжах Узбекистана. Проект осуществлялся Филиалом DVV² в партнерстве с Центром среднего специального, профессионального образования и профессиональными колледжами при финансовой поддержке Федерального министерства по экономическому сотрудничеству и развитию Германии (BMZ).

Инновационность идеи проекта состояла в том, что при небольших финансовых инвестициях на базе развитой сети профессиональных колледжей в стране можно осуществлять широкую деятельность по обучению взрослого населения, которое решает две задачи, имеющих равноценную важность: с одной стороны, граждане получают возможность самореализации, как профессиональной, так и личностной, а с другой стороны – местный рынок труда получает необходимых специалистов. А в случае широкого внедрения представленного опыта, можно было бы говорить о достижении еще одной важной задачи – создании возможности обучения для взрослых рядом с домом.

В Декларации, принятой в 1997 году Пятой международной конференцией по образованию взрослых (CONFINTEA V), подчеркнута роль образования взрослых в современном мире: *"Потенциальный вклад образования взрослых и непрерывного образования в формирование информированных и толерантных граждан, экономическое и социальное развитие, содействие распространению грамотности, уменьшение нищеты, сохранение окружающей среды столь велик, что им нельзя не воспользоваться"*. Под «взрослыми» в соответствии с определением «взрослого человека», данного на Генеральной сессии ЮНЕСКО в Найроби в 1976 году, понимают всех тех, кто рассматривается в качестве взрослых тем обществом, частью которого они являются.

Методическое пособие, которое Вы держите в руках, подготовлено группой специалистов, активно работающих в сфере образования взрослых и включает в себя, не только теоретическую информацию по организации ЦОВ, проведению обучающих курсов для взрослых, но и практические примеры из деятельности зарубежных организаций образования взрослых, а также методические рекомендации и полезные ссылки на интернет ресурсы и печатные издания.

Пользуясь случаем, хотел бы поблагодарить составителей этой публикации и свою предшественницу госпожу Роми Ленс (Глава Представительства Немецкой Ассоциации Народных Университетов в Узбекистане в период с 2010 по 2012 г.г.) за их вклад в подготовку этого методического пособия.

Уверен, что данная публикация окажется полезной не только для руководителей, преподавателей и мастеров производственного обучения профессиональных колледжей, но и для других работников системы образования.

Леван Квачадзе
Региональный Директор по Центральной Азии DVV

² До 2012 Представительство Немецкой Ассоциации Народных Университетов в Узбекистане

Шаг №1: Образование взрослых и обучение на протяжении всей жизни:

- ✓ Краткий обзор современных документов по образованию взрослых и обучению на протяжении всей жизни
- ✓ Организации Образования Взрослых
- ✓ Проект «Создание и развитие Центров обучения взрослых в профессиональных колледжах Узбекистана» - результаты и выводы
- ✓ Образование в Узбекистане: взгляд сквозь призму Образования Взрослых

«Каждому государству – члену ООН следует признать образование взрослых необходимым и специфическим компонентом своей системы образования и постоянным элементом своей политики социального, культурного и экономического развития» - рекомендация по развитию образования взрослых, принятая Генеральной конференцией ЮНЕСКО (Найроби 1976).

«Новые требования, предъявляемые обществом и сферой труда, обуславливают необходимость того, чтобы каждый человек продолжал обновлять свои знания и навыки на протяжении всей жизни», - выдержка из Гамбургской декларации об обучении взрослых (1997, Гамбург, Германия).

«Призываем национальные правительства обеспечить создание полной правовой базы для образования взрослых, которая являлась бы основанием для соответствующей финансовой поддержки, там, где этой базы пока не существует» - Боннская Декларация по финансированию образования взрослых в целях развития (июнь 2009).

КРАТКИЙ ОБЗОР МЕЖДУНАРОДНЫХ ДОКУМЕНТОВ ПО ОБРАЗОВАНИЮ ВЗРОСЛЫХ И ОБУЧЕНИЮ НА ПРОТЯЖЕНИИ ВСЕЙ ЖИЗНИ

Образование для всех

Образование для всех (ОДВ) - глобальное движение, сформировавшееся в 90 годах 20 века, которое ставит цель к 2015 году удовлетворить потребности в образовании всех детей, молодежи и взрослых³.

Возникновению ОДВ предшествовало принятие документов, закрепляющих право человека на образование. Провозглашение 10 декабря 1948 года Генеральной Ассамблеей ООН Всеобщей декларации прав человека стало важным шагом в этом направлении. В статье 26 Декларации говорится:

«1. Каждый человек имеет право на образование. Образование должно быть бесплатным, по меньшей мере в том, что касается начального и общего образования. Начальное образование должно быть обязательным. Техническое и профессиональное образование должно быть общедоступным и высшее образование должно быть одинаково доступным для всех на основе способностей каждого.

2. Образование должно быть направлено к полному развитию человеческой личности и к увеличению уважения к правам человека и основным свободам. Образование должно содействовать взаимопониманию, терпимости и дружбе между народами, расовыми или религиозными группами и должно содействовать деятельности Организации Объединенных Наций по поддержанию мира.

3. Родители имеют право приоритета в выборе вида образования для своих малолетних детей»⁴

Ниже представлена динамика развития ОДВ в международных документах:

Образование для всех: этапы развития	
1948	Всеобщая декларация прав человека. Принята ООН, провозглашает образование в качестве одного из основных прав человека. Республика Узбекистан присоединилась к Декларации 30 сентября 1991 г.
1959	Декларация прав ребенка. Провозглашает образование правом каждого ребенка.
1965	Международная Конвенция о ликвидации всех форм расовой дискриминации. Провозглашает право каждого на образование, независимо от расы и этнического происхождения. Конвенция ратифицирована Олий Мажлисом Республики Узбекистан 31 августа 1995 г.
1966	Международный Пакт об экономических, социальных и культурных правах. Страны, участвующие в Пакте признали, что образование должно быть

³ http://en.wikipedia.org/wiki/Education_For_All

⁴ http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/declarations/declhr.shtml

	направлено на полное развитие человеческой личности и должно укреплять уважение к правам человека. <i>Пакт ратифицирован Олий Мажлисом Республики Узбекистан 31 августа 1995 г.</i>
1981	Конвенция о ликвидации всех форм дискриминации в отношении женщин. Призывает к ликвидации дискриминации женщин и к предоставлению им равных прав на образование. <i>Конвенция ратифицирована Олий Мажлисом Республики Узбекистан 31 августа 1995 г.</i>
1989	Конвенция о правах ребенка. Провозглашает право ребенка на бесплатное начальное образование. <i>Конвенция ратифицирована Олий Мажлисом Республики Узбекистан 09 декабря 1992 г.</i>
1990	Всемирная декларация по образованию для всех (Джомтьен, Таиланд). Определила новое направление в образовании, провозгласив, что «Каждый человек – ребенок, молодой человек и взрослый – может воспользоваться возможностями образования, направленными на удовлетворение из базовых потребностей в обучении»
1993	Встреча на высшем уровне по вопросам образования «Е-9». Правительства девяти наиболее населенных стран мира обязались придать начальному образованию всеобщий характер и значительно сократить неграмотность в своих странах к 2000 году.
1996	Амманское заявление. Принято на встрече Международного консультационного форума по образованию для всех, призывает интенсифицировать усилия, направленные на достижение целей, закрепленных во Всемирной декларации по образованию для всех.
1996	Отчет Международной комиссии ЮНЕСКО по образованию в XXI веке. Пропагандирует целостный подход к образованию, состоящий из четырех «Краеугольных камней»: учиться, чтобы знать; учиться делать; учиться быть и учиться жить вместе.

С 90-х годов 20-го века в мировой практике прочно закрепилось понятие «базовые образовательные потребности человека». Во Всемирной декларации по образованию для всех дается следующее определение: «.....эти потребности охватывают как необходимый объем навыков (умение читать, писать, владение устной речью, умение считать и решать задачи), так и основное содержание обучения (знания, профессиональные навыки, ценностные установки и воззрения), которые необходимы людям для выживания, развития всех своих способностей, существования и работы в условиях соблюдения человеческого достоинства, всестороннего участия в развитии, повышения качества своей жизни, принятия всесторонне взвешенных решений и продолжения образования».



Dakar 26/04/2000: *Генеральный Директор ЮНЕСКО Коичиро Мутсуура, Генеральный секретарь ООН Кофи Аннан и Президент Всемирного Банка Джеймс Волфенсон во время международной пресс-конференции*

В апреле 2000 года в Дакаре на Всемирный форум по образованию собрались 1100 человек из 164 стран. Среди них были учителя и премьер-министры, академики и политические деятели; активисты из общественных и крупных международных организаций.

Всемирный форум по образованию в Дакаре был созван, чтобы дать оценку тому, что удалось сделать на пути к ОДВ после принятия Всемирной декларации по образованию для всех, а также проанализировать, где и почему этой цели

так и не удалось достичь.

По итогам форума делегаты приняли документ "Дакарские Рамки действий", который получил название "Образование для всех: выполнение наших коллективных обязательств". В этом документе вновь подтверждается задача ОДВ в том виде, в котором она была поставлена во Всемирной декларации по образованию для всех и на других международных конференциях. Этот документ призывает участников действовать для достижения конкретных целей в области образования:

1. расширение и совершенствование комплексных мер по уходу за малолетними детьми и их воспитанию, особенно в отношении наиболее уязвимых и обездоленных детей;
2. обеспечение того, чтобы к 2015 г. все дети, особенно девочки, дети из неблагополучной среды и из этнических меньшинств, могли свободно получать бесплатное и обязательное высококачественное начальное образование;
3. обеспечение того, чтобы образовательные потребности всех молодых людей и взрослых удовлетворялись на основе равного доступа к соответствующим программам обучения и приобретения жизненных навыков;
4. повышение к 2015 г. на 50% уровня грамотности взрослых, особенно женщин, и предоставление всем взрослым равного доступа к базовому и непрерывному образованию;
5. ликвидация к 2005 г. гендерных различий в начальном и среднем образовании и достижение к 2015 г. равенства полов в области образования с удалением особого внимания предоставлению девочкам полного и равного доступа к высококачественному базовому образованию и обеспечению их хорошей успеваемости;
6. повышение качества образования во всех его аспектах и обеспечение хорошей успеваемости для всех, с тем чтобы каждый мог достигать признанных и поддающихся оценке результатов обучения, особенно в отношении грамотности, счета и важнейших жизненных навыков⁵

⁵ http://www.unesco.org/education/efa/wef_2000/

Организация Объединенных Наций по вопросам образования, науки и культуры (ЮНЕСКО) осуществляет координацию международных усилий для достижения целей ОДВ. Правительства, агентства по вопросам развития, гражданское общество, неправительственные организации и СМИ - это лишь часть партнеров, работающих по достижению целей ОДВ.

Для проведения оценки уровня достижения целей ОДВ, ЮНЕСКО ежегодно публикует «Всемирный доклад по мониторингу ОДВ» (далее доклад). Первый доклад появился в 2002 году под названием «Образование для всех - следуем ли мы намеченному курсу?». Весь список докладов за период 2002-2011 года представлен на сайте ЮНЕСКО⁶.

В то же время многие эксперты в области образования обеспокоены недостатком внимания к проблемам образования взрослых. Так, например, участники Софийской конференции по Образованию взрослых подчеркнули: «Признавая достижения, которые были сделаны по программам "Образование для всех" и "Обучение на протяжении всей жизни" в отношении учащихся школьного возраста, мы, тем не менее, отмечаем, что во многих странах образовательным потребностям взрослых не уделяется должного внимания. Мы убеждены, что доступ к грамотности и обучению является неотъемлемым правом человека, которое должно быть гарантировано всем, вне зависимости от их возраста. Мы опасаемся, что программа EFA - Education for All ("Образование для всех") может превратиться в программу Except for Adults ("Исключая взрослых")»⁷

Документы международных конференций CONFINTEA

С конца 40-х годов (каждые 12-13 лет) ЮНЕСКО проводит международную конференцию по вопросам образования взрослых (The **I**nternational **C**onference on **A**dult **E**ducation - CONFINTEA). Всего было проведено шесть конференций: в Дании (1949), Канаде (1960), Японии (1972), во Франции (1985), Германии (1997). Последняя конференция CONFINTEA VI в 2009 году состоялась в Бразилии (г. Белен).

Основным предметом для обсуждения на CONFINTEA выступают актуальные проблемы развития образования взрослых. Понятие **«Образование взрослых»** включает в себя весь комплекс поступательных процессов формального или иного обучения, с помощью которых люди, являющиеся, с точки зрения общества, к которому они принадлежат, взрослыми, развивают свои способности, обогащают свои знания и совершенствуют технические и профессиональные квалификации или же применяют их в новом направлении для удовлетворения своих потребностей и потребностей своего общества. Обучение взрослых охватывает как формальное, так и непрерывное образование, неформальное обучение и весь спектр неофициального и побочного обучения⁸.

⁶ <http://www.efareport.unesco.org/>

⁷ <http://www.znanie.org/docs/sofia.html>

⁸ Гамбургская декларация об обучении взрослых, 1997 г.

В мировой практике выделяют три вида образовательной деятельности:

- **формальное образование**, завершающееся выдачей общепризнанного диплома или аттестата;
- **неформальное образование**, обычно не сопровождающееся выдачей документа, происходящее в образовательных учреждениях или общественных организациях, клубах и кружках, а также во время индивидуальных занятий с репетитором или тренером;
- **информальное образование**, наша индивидуальная познавательная деятельность, сопровождающая повседневную жизнь и не обязательно носящая целенаправленный характер.

CONFINTEA V, прошедшая в Германии, стала поворотным пунктом в истории международного признания важности обучения и образования взрослых и принятия обязательств в этой области. По результатам CONFINTEA V были приняты два документа - Гамбургская декларация об обучении взрослых и «Повестка дня на будущее». В них внимание мировой общественности было обращено на то, что обучение и образование взрослых является необходимой составной частью образования на протяжении всей жизни:

- «...Потенциальный вклад образования взрослых и непрерывного образования в формирование информированных и терпимых граждан, экономическое и социальное развитие, содействие распространению грамотности, уменьшение нищеты, сохранение окружающей среды столь велик, что им нельзя не воспользоваться».
- «Цели образования молодежи и взрослых, рассматриваемого в качестве процесса, протекающего на протяжении всей жизни, заключаются в развитии самостоятельности и чувства ответственности у людей и общин, укреплении способности адаптироваться к преобразованиям, происходящим в экономике, культуре и обществе в целом, а также в содействии сосуществованию, терпимости, осознанному и творческому участию граждан в жизни их общин», - *выдержки из Гамбургской декларации об обучении взрослых.*

Участники CONFINTEA V подчеркнули, что обучение и образование взрослых – главные инструменты в решении глобальных проблем 21 века: сохранение мира, расширение демократии, соблюдение прав человека, уважение разнообразия, урегулирование конфликтов, устойчивое развитие экономики, совершенствование человеческих ресурсов и защита окружающей среды.



CONFINTEA VI, прошедшая в 2009 году в Бразилии (Белен), была призвана повысить признание общественностью обучения взрослых и неформального образования как составной части обучения на протяжении всей жизни.

В «Оценке ситуации», подготовленной к этой конференции говорится: «Сегодня считают, что увеличение средней продолжительности образования взрослого населения всего лишь на один год в

долгосрочном плане ведет к увеличению экономического роста на 3,7% и к повышению доходов на душу населения на 6%. И тем не менее, обучение и образование взрослых выходят далеко за пределы вопросов, связанных с социальными затратами или финансовыми расходами. Они представляют собой вложение средств в надежду на будущее».

В Беленской рамочной программе действий, участники CONFINTEA VI взяли на себя следующие обязательства по финансированию обучения и образования взрослых⁹:

«Обучение и образование взрослых являются ценным средством для обеспечения социальных благ путем создания более демократических, мирных, инклюзивных, производительных, здоровых и устойчивых обществ. Значительные финансовые инвестиции имеют существенно важное значение для обеспечения качества обучения и образования взрослых.

Для этого мы обязуемся:

- (a) ускорить прогресс в деле осуществления рекомендации CONFINTEA V относительно выделения на образование не менее чем 6% ВВП и принятия мер в целях увеличения ассигнований на обучение и образование взрослых;
- (b) расширять образовательные ресурсы и бюджеты, имеющиеся во всех государственных ведомствах, для достижения целей комплексной стратегии обучения и образования взрослых;
- (c) рассмотреть возможности создания новых и использования существующих транснациональных программ для финансирования мероприятий в области распространения грамотности и образования взрослых в соответствии с направлениями деятельности, предусмотренными в рамках Программы Европейского союза по обучению на протяжении всей жизни;
- (d) создавать стимулы для привлечения новых источников финансирования, таких как частный сектор, НПО, общины и отдельные лица, без ущерба для принципов справедливости и инклюзивности;
- (e) уделять приоритетное внимание инвестированию средств в обеспечение обучения на протяжении всей жизни для женщин, сельского населения и лиц с физическими и умственными недостатками»

⁹ Более подробно смотрите: <http://www.unesco.org/ru/confinteavi/>

Обучение на протяжении всей жизни

Обучение на протяжении всей жизни (ОПВЖ) – это концепция постоянного, добровольного поиска новых знаний, который вдохновляется как профессиональными, так и личными причинами. ОПВЖ способствует профессиональному росту и конкурентоспособности человека на рынке труда, и при этом является важнейшей частью личностного роста. При этом принятие в масштабах страны этой концепции благотворно сказывается на формировании человеческого и интеллектуального капитала и его качестве, а тем самым помогает развитию экономики.

Концепция ОПВЖ предполагает охватывать людей независимо от их возраста и сферы деятельности, и при этом предоставлять им возможности для реализации и развития абсолютно любых учебных интересов и предпочтений.

Практически во всех документах, принятых в последние два десятилетия, подчеркнута актуальность ОПВЖ для личности и общества.

Меморандум ЕС по обучению на протяжении всей жизни, который был принят Европейской комиссией 30 декабря 2000 года, является примером признания важности ОПВЖ. Он определил политику ЕС в сфере образования на ближайшее десятилетие, и выработал всестороннюю стратегию развития ОПВЖ.

Европейская комиссия и страны - члены ЕС определили учение длиною в жизнь в рамках Европейской стратегии занятости как всестороннюю учебную деятельность, осуществляемую на постоянной основе с целью улучшения знаний, навыков и профессиональной компетенции. Это рабочее определение использовано и в Меморандуме в качестве отправной точки для последующих обсуждений и действий.

Главная идея нового подхода состоит в том, что ОПВЖ перестает быть лишь одним из аспектов образования и переподготовки - оно становится основополагающим принципом образовательной системы и участия в ней человека на протяжении всего непрерывного процесса его учебной деятельности.

В Меморандуме ОПВЖ ЕС говорится: - «До сих пор, при формировании политики в области образования учитывалось лишь формальное образование, а остальным двум категориям не уделялось практически никакого внимания. Континуум (*от лат. *continuum* - непрерывность, неразрывность явлений, процессов - примечание составителей*) непрерывного образования делает неформальное и информальное образование равноправными участниками процесса обучения. К примеру, то, что компьютеры в первую очередь захватили сферу домашнего пользования и стали мощным ресурсом индивидуального познания мира, подчеркивает значение информального образования и доказывает его огромные резервы. Термин "образование длиною в жизнь" выделяет временной фактор непрерывного образования. Недавно появился термин "образование шириною в жизнь" (*lifewide learning*), который акцентирует не только постоянство процесса обучения, но и

разнообразие его форм — формальное, неформальное и информальное. Он напоминает нам о том, что обучение может быть одновременно приятным и полезным и происходить как в образовательном учреждении, так и в семье, в компании друзей, на рабочем месте или в клубе по интересам».

В Меморандуме выдвигаются 6 ключевых идей развития ОПВЖ:

▪ **Ключевая идея 1: Новые базовые знания и навыки для всех.**

Цель — гарантировать всеобщий непрерывный доступ к образованию с целью получения и обновления навыков, необходимых для включенности в информационное общество. В первую очередь это компьютерная грамотность, иностранные языки, технологическая культура, предпринимательство и социальные навыки, а также умение учиться, адаптироваться к переменам, ориентироваться в потоке информации.

▪ **Ключевая идея 2: Увеличение инвестиций в человеческие ресурсы.**

Цель — значительно увеличить инвестиции в человеческие ресурсы, чтобы поднять приоритет самого важного достояния Европы — ее людей.

▪ **Ключевая идея 3: Инновационные методики преподавания и учения.**

Цель — разработать новые методологии обучения для системы непрерывного образования — длиною и шириною в жизнь.

▪ **Ключевая идея 4: Новая система оценки полученного образования.**

Цель — коренным образом изменить подходы к пониманию и признанию учебной деятельности и ее результатов, особенно в сфере неформального и информального образования.

▪ **Ключевая идея 5: Развитие наставничества и консультирования.**

Цель — на протяжении всей жизни обеспечить каждому свободный доступ к информации об образовательных возможностях в Европе и к необходимым консультациям и рекомендациям.

▪ **Ключевая идея 6: Приближение образования ближе к дому.**

Цель — приблизить образовательные возможности к дому с помощью сети учебных и консультационных пунктов, а также используя информационные технологии. Люди не должны покидать свой родной город или поселок, чтобы получить качественное образование. Идея приближения образования к дому подразумевает создание просветительских центров в непосредственной близости от жилища: в школах, вузах, библиотеках, клубах, религиозных центрах, центрах отдыха, на рабочих местах.

Абсолютное большинство европейских стран поддержали меморандум ЕС по образованию в течение всей жизни и следуют ему в вопросах разработки национальных программ по развитию системы образования.

Цели развития тысячелетия

В преддверии Саммита тысячелетия ООН Генеральный секретарь Кофи Аннан в марте 2000 года опубликовал доклад под названием «Мы, народы: роль Организации Объединенных Наций в XXI веке». Этот доклад также известен, как «Доклад тысячелетия».

В докладе приводится сравнительный анализ статистических данных 1990 – 2000 годов, который демонстрирует рост показателей охвата всеобщим дошкольным и начальным образованием. Однако здесь же отмечается, что, несмотря на этот рост в цифрах, уровень неграмотности остается высоким. По крайней мере, 875 млн. взрослых неграмотны, из них 63,4 процента – женщины (такое соотношение наблюдалось 10 лет назад).

В своем докладе Кофи Аннан отмечает, что обеспечение начального образования для 130 млн. детей в развивающихся странах, которые не получают его, потребует дополнительно инвестировать приблизительно \$7 млрд. в год на протяжении 10 – летнего периода. Генеральный секретарь поставил очень конкретные цели: заметно сократить к 2005 году разрыв по признаку пола в начальном и среднем образовании, а к 2015 года обеспечить детей – мальчиков и девочек – повсеместно возможностью завершить начальное образование.

6 - 8 сентября 2000 года представители 189 государств-членов ООН, участвовавшие в Саммите Тысячелетия, приняли Декларацию тысячелетия ООН, в которой представлены восемь Целей Развития Тысячелетия (ЦРТ), которые направлены на борьбу с нищетой, голодом, болезнями, дискриминацией женщин, деградацией земельных ресурсов и неграмотностью¹⁰

В сентябре 2010 года состоялся Саммит ООН «Цели развития тысячелетия», который предоставил уникальную возможность укрепить коллективные усилия и партнерские отношения для ЦРТ.

В преддверии Саммита Генеральный секретарь ООН Пан Ги Мун опубликовал доклад «Выполнение обещания». Доклад стал основой для дискуссий между правительствами при разработке имеющего практическую направленность итогового документа Саммита ЦРТ.

В докладе говорится, что недостаточный прогресс в достижении ЦРТ объясняется не тем, что они являются недостижимыми или тем, что для их достижения требуется больше времени. Причина кроется в невыполнении взятых на себя обязательств, нехватке ресурсов, недостатке внимания и ответственности.

¹⁰ Более подробно смотрите: <http://un.by/ru/unfpa/topic/crt/>



20/09/2010: Выступление Президента РУз Ислама Каримова в пленарном заседании Саммита ООН «Цели развития тысячелетия»

На Саммите Президент Республики Узбекистан Ислам Каримов подтвердил намерение страны активно участвовать в достижении ЦРТ: - «Хотел бы подчеркнуть, что Узбекистан поддерживает предложенный Генеральным секретарем ООН Пан Ги Мун Глобальный план действий по ускорению прогресса в достижении Целей развития тысячелетия, в реализации которого намерен принять самое активное участие»¹¹

В настоящее время практически все международные программы содействия развитию направлены на достижение ЦРТ. Показатели достижения целей, сформулированных в Декларации тысячелетия, представлены на официальном сайте ООН¹².

¹¹ <http://press-service.uz/>

¹² <http://mdgs.un.org/unsd/mdg/Host.aspx?Content=Products/ProgressReports.htm>

ОРГАНИЗАЦИИ ОБРАЗОВАНИЯ ВЗРОСЛЫХ

В исследованиях, направленных на оценку ОБ, одним из важных критериев является наличие в стране различных типов учреждений ОБ и разветвленность их сети по всей территории. Эта информация позволяет более точно определить состояние ОБ в той или иной стране. Для сотрудников Центров обучения взрослых такая информация может помочь планированию сотрудничества с другими организациями ОБ или наоборот лучше с ними конкурировать.

Организации ОБ делятся на государственные (предлагающие, так называемое, формальное ОБ), негосударственные и общественные организации (предлагающие, в большинстве случаев, неформальное ОБ). Есть организации ОБ, осуществляющие свою деятельность в одном городе или в нескольких городах, в стране (страновой уровень кооперации) или в нескольких странах (международный уровень кооперации).

Деятельность государственных и муниципальных образовательных учреждений регулируется, как правило, типовыми положениями об образовательных учреждениях соответствующих типов и видов, утверждаемыми Правительством, и разрабатываемыми на их основе уставами.

Для негосударственных образовательных учреждений такие типовые положения могут приниматься за основу.

Право на осуществление образовательной деятельности для взрослого населения предоставляется организациям и частным лицам, располагающим соответствующей квалификацией, опытом, а также ресурсами, необходимыми для выполнения задач по обучению взрослых¹³.

Организациями ОБ также называют учреждения дополнительного образования для взрослых. Ими могут быть – Институты, Центры, факультеты повышения квалификации, Центры профессиональной подготовки и переподготовки кадров, музыкальные и художественные школы, дома культуры и творчества. Они относятся к государственным учреждениям ОБ, если их создают и финансируют государственные структуры.

В сфере образования взрослых в мире наиболее популярны такие виды организаций:

- *Негосударственная некоммерческая организация*
- *Ассоциация и союз*
- *Народный университет*

Популярным учреждением ОБ во многих зарубежных странах является Народный Университет (НУ) - общедоступное просветительское учреждение, способствующий повышению культуры и профессионального мастерства,

¹³ <http://www.cis.unibel.by/ru/main.aspx?guid=11235>

независимо от образовательного уровня и возраста. НУ часто включается в систему образования взрослых.

Первый НУ основан в 1844 году в Дании Н.Ф. Грундтвигом. В 40-70-х гг. 19 века учебные заведения такого типа возникли в скандинавских странах, Германии и Финляндии. Другой тип НУ получил развитие в Англии, где в 1870 при Кембриджском университете был создан Открытый университет. В нём читали лекции и проводили занятия профессора университета.

Народные Университеты Германии



В Германии первый НУ был основан Свободным институтом Берлина в 1902 г. Сегодня народные университеты представляют собой общественные центры переподготовки. В настоящее время в ФРГ действуют примерно 940 Народных Университетов (www.vhs.de), которые имеют около 3237 филиалов, действующих по всей стране по принципу «обучение ближе к дому»¹⁴ Они предлагают курсы, отдельные мероприятия, компактные семинары, научные командировки и учебные поездки в формате «образование на заказ» для конкретных фирм и предприятий.

Срок обучения на курсах НУ в большинстве случаев варьируется между 1 и 15 неделями. Обучение доступно для всех людей 16 летнего возраста. Однако имеются курсы, которые отвечают потребностям работающих людей. Также обязательно есть курсы для безработных, семейных женщин и мужчин или пенсионеров. В зависимости от целевой группы и наличия свободных помещений курсы проводятся или в первой половине дня, вечером или как интенсивный курс - в выходные. Следующей постоянной задачей народных университетов являются стажировки согласно законам о повышении квалификации работающих граждан федеральных земель. Многие народные университеты проводят также учебные командировки и экскурсии по поручениям фирм, союзов или частных лиц.



Каждый народный университет самостоятелен. Тем не менее, имеются земельные организации народных университетов во всех федеральных землях, в которых регулируются отношения с вышестоящими организациями, проводятся переговоры на федеральном уровне и организовывается сотрудничество отдельных народных университетов в различных регионах. Земельные организации народных университетов объединены в Ассоциацию Народных Университетов (www.dvv-vhs.de)

Финансирование народного университета складывается из следующих источников:

- Федеральных дотаций,
- Региональных дотаций,
- Средств обучающихся,
- Пожертвований и дополнительных средств (например, средства Агентства по

¹⁴ Die Volkshochschule – Bildung in öffentlicher Verantwortung, Hrsg.: Deutscher Volkshochschul - Verband e. V., 2011.

труду, проектные дотации из европейских или окружных социальных фондов).

Диапазон учебных программ достаточно обширен - от обучения скалолазанию и истории вооруженных отрядов горожан до йоги, жонглирования и способов приготовления джема. Особое место занимают курсы языка для получения сертификатов различных уровней. Бесчисленное количество предложений по обучению навыкам работы на компьютере, опять же рассчитанных на пользователей различного уровня - можно учиться и писать музыку, и создавать презентации из домашних фотоархивов, и просто получить первичные навыки пользования операционными системами и офисными программами. Так что было бы желание, время и немного средств, и практически каждый житель Германии может получить новую специальность или повысить квалификацию в связи с производственной необходимостью. Для лиц, не имеющих аттестата о среднем школьном образовании, обучение будет обязательным и бесплатным. Профессиональную переподготовку, в большинстве случаев оплатит компания - работодатель или профсоюз. В целом цены на курсы вполне доступны, как для студентов, так и для пенсионеров

В качестве примера успешного опыта деятельности ассоциации ОБ можно привести Европейскую Ассоциацию Образования Взрослых, которая осуществляет свою деятельность не только в масштабе одной страны:



Европейская Ассоциация Образования Взрослых (European Association for the Education of Adults - EAEA) была основана в 1953 г. как некоммерческая общественная организация для поддержки и развития неформального

образования взрослых в Европе.

ЕАЕА – это Европейская общественная организация, объединяющая более ста членских организаций из 34-х стран, действующая в сфере образования взрослых и представляющая интересы более 50-ти миллионов взрослых учащихся, как мужчин, так и женщин, по всей Европе.

Основная роль ЕАОВ состоит в: разработке политики и пропаганде на европейском уровне обучения на протяжении всей жизни; предоставлении информационных и прочих услуг своим членам; развитии компетенций посредством проектов, публикаций и обучения; международном сотрудничестве с другими организациями, работающими в этой сфере ЕАОВ.

ЕАЕА освещает лиссабонскую стратегию социальной вовлеченности, способствует развитию образования взрослых, прилагает усилия по расширению вовлеченности взрослых в формальное и неформальное образование. Генеральная ассамблея ЕАОВ является ежегодным мероприятием, обобщающим деятельность ассоциации и разрабатывающим стратегию дальнейших действий (более подробно смотрите: <http://www.eaea.org/>)

Одной из известных организаций образования взрослых, действующих в Азиатско-тихоокеанском регионе является ASPBAE - The Asia South Pacific

Association for Basic and Adult Education (Азиатская и Южно-Тихоокеанская Ассоциация по вопросам Образования взрослых).



Asia South Pacific Association
for Basic and Adult Education
Learning Beyond Boundaries

ASPBAE – была учреждена в 1964 году в Сиднее (Австралия) группой специалистов по обучению взрослых, вдохновленных идеей продвижения образования взрослых в регионе.

В настоящее время ASPBAE является региональной ассоциацией, в состав которой входит более 200 организаций и физических лиц. Ее работа направлена на повышение качества образования для всех, трансформация и либерализация образования и обучения взрослых в течение всей жизни. ASPBAE стремится к усилению Азиатско-тихоокеанского движения по поддержке местного сообщества и организаций, национальных коалиций по образованию, профсоюзов учителей, сетей компаний и других групп, институтов гражданского общества для большей подотчетности при выполнении обязательств в области образования правительством и международными донорскими организациями.

Через свою работу с правительством ASPBAE лоббирует:

- обеспечение прав всех на получения образования;
- образование как инструмент расширения возможностей по борьбе с нищетой и всех форм изоляции и дискриминации;
- активное и конструктивное участие людей в управлении;
- формирование культуры мира и международного взаимопонимания.

ASPBAE представляет собой сеть организаций и лиц, участвующих в формальном и неформальном обучении взрослых, работающих с/через НПО, общественные организации, государственные учреждения, университеты, профсоюзы коренных народов, женских организаций, средств массовой информации и других институтов гражданского общества по всему Азиатско-Тихоокеанскому региону (более подробно смотрите: <http://www.aspbae.org/>)

В Узбекистане в 2010 году начала свою деятельность Ассоциация Гармоничного Развития Взрослых и Молодёжи Узбекистана. В настоящее время она включает более 20 организаций (негосударственных образовательных учреждений (НОУ), негосударственных некоммерческих организаций (ННО) и физических лиц.



Миссия:

Продвижение идеи гармоничного развития взрослых и молодёжи, предоставляющей возможность широким слоям населения приобрести дополнительные знания и навыки для повышения своего социального статуса и активного участия в развитии экономики страны.

Цели и задачи:

Претворение в жизнь идей развития образования взрослых и молодёжи в республике, установление с заинтересованными организациями конструктивных партнерских

отношений; Распространение отечественного и международного опыта в области неформального образования для повышения качества услуг, предлагаемых образовательными структурами; Обеспечение доступа членов Ассоциации и всех заинтересованных сторон к информационной базе Ассоциации; Изучение деятельности образовательных структур Узбекистана для разработки приоритетных проектов и программ; Оказание консультационной помощи членам Ассоциации в повышении эффективности их деятельности (более подробно смотрите: <http://www.aday.uz/>)

ПОЛЕЗНЫЕ ССЫЛКИ

- Институт непрерывного образования ЮНЕСКО (UNESCO Institute for Lifelong Learning) -- <http://www.unesco.org/uil>
- Европейская Ассоциация образования взрослых (EAEA - European Association for the Education of Adults) -- <http://www.eaea.org>
- Международный совет по образованию взрослых (ICAE - International Council for Adult Education) -- <http://www.icae2.org/?q=en/about>
- Институт международному сотрудничеству Немецкой ассоциации Народных Университетов (Deutscher Volkshochschul-Verband e.V., DVV) -- <http://www.dvv-international.de>
- Международное общество сравнительных исследований в образовании взрослых (ISCAE - International Society for Comparative Adult Education) -- <http://www.uni-bamberg.de/fileadmin/andragogik/08/andragogik/iscae/home.htm>
- Консорциум европейских исследований по развитию институтов образования взрослых – (ERDI - Consortium of European Research and Development Institutes of Adult Education) -- <http://www.die-frankfurt.de/erdi>
- Европейское Общество по исследованиям в сфере образования взрослых (ESREA - European Society for Research on the Education of Adults) -- <http://www.esrea.org>
- Американская ассоциация образования взрослых и непрерывного образования (AAACE - American Association for Adult and Continuing Education, США) -- <http://www.aaace.org/>
- Американское общество непрерывного образования (ASCE - American Society for Continuing Education) -- <https://www.asce.com/>
- Азиатское и Южно-Тихоокеанское Бюро по вопросам Образования взрослых (The Asia South Pacific Association for Basic and Adult Education) -- <http://www.aspbae.org/>
- Совет по сотрудничеству в области образования государств - участников СНГ-- <http://www.cis.unibel.by/>
- Общество "Знание" России -- <http://www.znanie.org/>
- Портал дополнительного профессионального образования -- <http://www.dpo-edu.ru/>
- Академия повышения квалификации и профессиональной переподготовки работников образования (АККиППРО) -- <http://www.apkpro.ru/>
- Институт развития дополнительного профессионального образования (ГОО ИРДПО) -- <http://www.irdpo.ru/>
- Институт педагогического образования Российской академии образования (УРАО ИПО) -- <http://www.iporao.ru/>

ПРОЕКТ «СОЗДАНИЕ И РАЗВИТИЕ ЦЕНТРОВ ОБУЧЕНИЯ ВЗРОСЛЫХ В ПРОФЕССИОНАЛЬНЫХ КОЛЛЕДЖАХ УЗБЕКИСТАНА» - РЕЗУЛЬТАТЫ И ВЫВОДЫ

Система среднего специального, профессионального образования Узбекистана обладает широко разветвленной сетью образовательных учреждений, богатой материально-технической базой и кадровым потенциалом.

Чтобы использовать материально-техническую базу колледжей для организации и проведения вечерних образовательных курсов для незанятого населения Центр среднего специального, профессионального образования и Представительство Немецкой Ассоциации Народных Университетов в Узбекистане¹⁵ в 2002 году подписали Соглашение об апробировании данной идеи в некоторых профессиональных колледжах Узбекистана.

Проект «Подготовка и переподготовка незанятого населения на базе профессиональных колледжей Республики Узбекистан» осуществлялся с октября 2002 года по август 2006 года. В этот период в семи колледжах в разных областях республики взрослому населению были предложены краткосрочные курсы по различным специальностям, выбранным в результате исследования местного рынка труда.

Все курсы длились шесть месяцев и включали в себя около 500 учебных часов. Занятия проводились преимущественно во второй половине дня или вечером. Две трети всего учебного времени было посвящено практическим занятиям. В проекте могли принимать участие люди в возрасте от 18 до 65 лет, временно незанятые или находящиеся на иждивении, желающие приобрести предлагаемую проектом специальность.

Проект показал эффективность системы переподготовки незанятого населения на базе профессиональных колледжей:

- Показатель трудоустройства составил более 70% (включая самозанятость);
- Экономичность (не потребовались большие инвестиции на создание базы для организации обучения)

Вместе с тем была определена группа проблем, решение которых позволило бы говорить о достижении цели и задач проекта:

- слабое соответствие выпускников учебных заведений потребностям рынка труда;
- недостаточный опыт преподавателей по разработке учебных программ для краткосрочных курсов с учетом требований работодателей к уровню знаний и навыкам выпускников;

¹⁵ С 11 декабря 2012 года Филиал Немецкой Ассоциации Народных Университетов (DVV) в Узбекистане.

- недостаточные знания администрации и преподавателей колледжей в области обучения взрослых и менеджмента образования взрослых;
- слабое социальное партнерство между профессиональными учебными заведениями, отделами по труду, местными органами власти, представителями индустрии (потенциальными работодателями) и общественностью;
- малая известность идей Образования Взрослых и концепции «Обучения на протяжении всей жизни»

Позднее идея проекта нашла свое продолжение и поддержку Европейского Союза в рамках программы ТАСИС по Партнерству в Институциональном Развитии (ППИР), и с 1 марта 2006 г. по 29 февраля 2008 г. была реализована в очередном проекте под названием «Улучшение инфраструктуры и потенциала узбекских колледжей для обучения незанятого населения» (INSTRUCT).

В новом проекте ставилась задача создания Центров обучения взрослых на базе профессиональных колледжей. Была использована каскадная система: 7 профессиональных колледжей, имеющие опыт работы в области обучения взрослых передали свой опыт двум близлежащим колледжам. Таким образом, общее количество колледжей, охваченных проектом, составило 21.

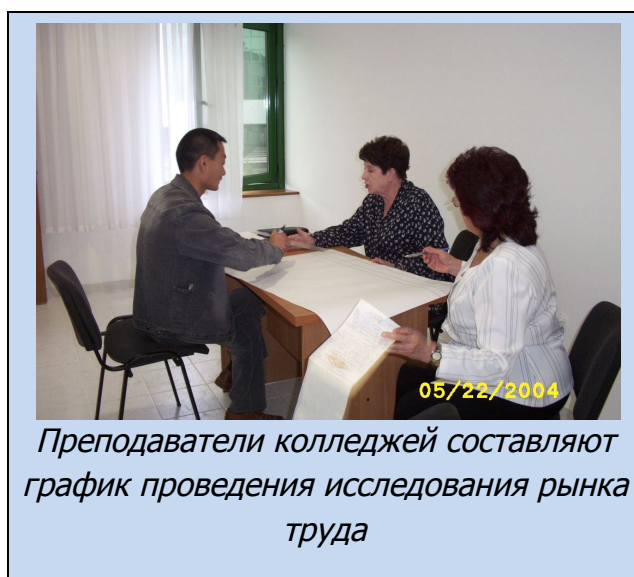
Следующим этапом взаимодействия Центра среднего специального, профессионального образования, Министерства труда и социальной защиты РУз и Представительства стал проект: «Создание и развитие Центров обучения взрослых в профессиональных колледжах Узбекистана», куда были включены 14 колледжей (конец 2008 года - декабрь 2011 года).

Приближение курсов к потребностям рынка труда

В Узбекистане до сегодняшнего дня актуальным остается вопрос обеспечения соответствия выпускников учреждений профессионального образования количественным и качественным потребностям рынка труда.

В рамках проекта был предложен гибкий механизм анализа потребностей рынка труда, в котором учебное заведение играло бы активную роль. В 2003 году была создана рабочая группа, которая разработала специальную методику анализа рынка труда, позволяющую проводить количественную и качественную оценку рынка труда самим учебным заведением.

В октябре 2003 года разработчики провели пилотное исследование рынка труда в трех регионах Узбекистана (г.



Чирчик, Железнодорожный район г. Самарканда и пос. Тода, Наринского района, Наманганской области).

С 2004 года по 2008 год были проведены тренинги по обучению методике анализа рынка труда преподавателей профессиональных колледжей, вовлеченных в проект. В этот период в каждом колледже, в котором проводились профессиональные курсы для безработных, предварительное исследование местного рынка труда было основой для выбора той или иной специальности для проведения обучения.

Методика показала свою эффективность - она позволяет в краткие сроки и при минимальных затратах (человеческих и материальных) провести исследования рынка труда и определить его потребности в той или иной специальности.

По итогам проекта INSTRUCT было издано методическое пособие «Как исследовать потребности местного рынка труда», в котором даются практические рекомендации по использованию методики «Анализ рынка труда», предназначенной для оценки потребностей местного (локального) рынка труда учебными заведениями.

Пособие предназначено для специалистов системы профессионального образования, хотя может также быть интересно и для широкого круга лиц, интересующихся современными подходами к исследованию рынка труда.



С электронной версией методического пособия можно ознакомиться на сайте Представительства *dvv international* в Узбекистане: <http://www.dvv-international.uz/>

Разработка учебных программ с учетом требований работодателей

Как разработать учебную программу с учетом качественных требований рынка труда? Как использовать время взрослого человека, которое он затрачивает на обучение, с пользой для него? Подобные вопросы много раз возникали в процессе реализации проекта.

Поиски привели к методу DACUM¹⁶, который позволяет ответить на подобные вопросы. DACUM, как процесс анализа профессии уникален тем, что задачи любой деятельности или профессии выявляются в ходе двухдневного семинара.

¹⁶ это сокращение от **D**eveloping **A** **C**urricul**UM** (Разработка Учебной Программы).



Михаэль Вихерт (BIBB) и преподаватели профессиональных колледжей на тренинге

Проведением семинаров и тренингов с 2004 г. начато внедрение этого метода в проект. В качестве эксперта был привлечен специалист Федерального Института Профессионального Образования Германии (BIBB).

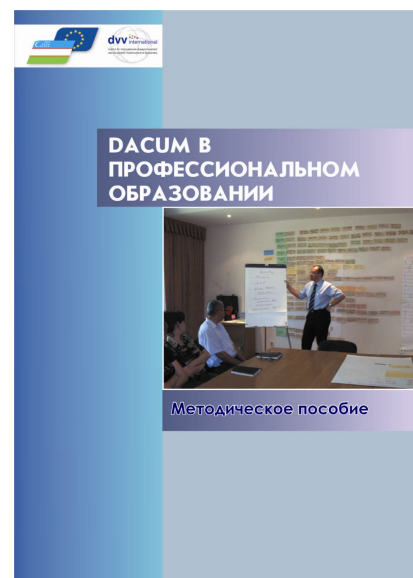
Преподаватели профессиональных колледжей-участников проекта получили информацию о преимуществах метода, особенностях подготовки и проведения DACUM-семинаров, изучили технологии разработки учебных программ по методу DACUM.

Практика показала следующие преимущества метода DACUM:

- Обеспечивает прочную основу для разработки или изменения учебных программ;
- Максимизирует вклады и участие работников из производственных предприятий;
- Анализ проводится за два дня в противоположность другим методам, требующих большего времени;
- Выявляет все ключевые задачи;
- Усиливает связи учебного заведения с коммерческими и промышленными предприятиями

За эти годы был проведен анализ более чем 14 специальностей (газоэлектросварщик, швея, помощник офис-менеджера и другие) по методу DACUM и разработаны соответствующие учебные программы.

По итогам проекта INSTRUCT было издано методическое пособие «DACUM в профессиональном образовании», которое предназначено для специалистов профессионального образования.



С электронной версией методического пособия можно ознакомиться на сайте Представительства *dvv international* в Узбекистане: <http://www.dvv-international.uz/>

Повышение квалификации администрации и преподавателей в области образования взрослых

В качестве инструментов для повышения квалификации были выбраны тренинги, семинары, круглые столы и учебные поездки. Тематика тренингов для каждой из групп была разной. Если для преподавателей обучающие тренинги касались таких тем, как проведение исследования рынка труда, составление учебных программ с учетом требований работодателей, современные методы обучения взрослых, то руководители профессиональных колледжей изучали менеджмент в ОБ, фандрайзинг. Кроме того состоялись две учебные поездки в Германию.

Первая поездка в 2005 г. 11 человек из семи профессиональных колледжей и соответствующих профильных Министерств ознакомились с деятельностью Окружного Народного Университета г. Аурих.

Вторая учебная поездка была организована с 15 по 22 сентября 2007 г. в рамках проекта ТАСИС ППИР INSTRUCT. 22 человека из партнерских организаций проекта ознакомились с деятельностью Народного университета г. Золинген - Вупперталь.



Гости из Узбекистана возле здания Окружного Народного Университета г. Аурих

С 2009 по 2011 года для сотрудников ЦОВ были проведены тренинги: «Обучение преподавателей профессиональных колледжей основам предпринимательства и ведения бизнеса» по программе МОТ «Начни и совершенствуй свой бизнес», «Содействие разработке бизнес-планов для ЦОВ», «Маркетинг образовательных услуг ЦОВ». Тренинги были проведены экспертом Центра Развития Рыночных Навыков.

Развитие социального партнерства в профессиональном образовании

В рамках данного проекта социальные партнеры участвовали практически на всех этапах реализации проекта и процесса обучения. Так, например, работа проекта в том или ином колледже начиналась с проведения Круглого стола. В качестве участников приглашались представители различных заинтересованных организаций, махаллинских комитетов, Центров содействия занятости, руководители предприятий т.д. В ходе этих мероприятий велась просветительская работа, разъясняющая цели и задачи проекта, обсуждение плана совместных действий.

Разработка учебных программ проводилась со специалистами местных предприятий и заводов. Они приглашались на DACUM-семинары, в рамках которых проводился совместный анализ профессии. На основе собранной информации разрабатывалась учебная программа.

В процессе работы были заключены договоры с предприятиями о принятии на стажировку выпускников курсов, организации для них экскурсии на предприятия.

Учебный процесс завершился проведением экзаменов, на которые независимыми экспертами приглашались специалисты из предприятий. К выпускным экзаменам было приурочено проведение Круглых Столов с местными работодателями.

Популяризация образования взрослых и концепции «Обучения на протяжении всей жизни»

Для более широкой популяризации ОБ и ОПВЖ среди различных слоев населения были организованы несколько конференций.

4-5 июня 2003 года в Ташкентском Бизнес Центре прошла первая Региональная Конференция «Образование для всех – обучение на протяжении всей жизни в Центральной Азии».

20 апреля 2006 в Ташкенте прошла конференция, посвящённая открытию Проекта ТАСИС ППИР «INSTRUCT».

6 марта 2008 г. была организована ещё одна конференция под названием «Повышение занятости: новые подходы и партнерство», посвященная завершению проекта «INSTRUCT»

Таким образом, через средства массовой информации было проведено широкое информирование населения о проблемах образования взрослых и результатах проекта, о дальнейшей работе по обеспечению устойчивости Центров Образования Взрослых, созданных на базе профессиональных колледжей-участников проекта.

О целевой группе

С целью получения комплексного представления о слушателях проекта было проведено исследование под названием «Социальный портрет слушателя проекта», основными задачами которого были – определение причин незанятости и периода пребывания в состоянии незанятости, уровня образования и семейного положения. Немаловажными моментами, вызвавшими интерес, также выступали: возраст слушателей и их гендерный состав.

Исследователи хотели получить практическое подтверждение следующим предположениям:



- «Чем выше уровень образования людей, тем, больше шансов иметь работу и, наоборот, наиболее высокий уровень безработицы наблюдается среди лиц с низким образовательным потенциалом»;
- «Социальные программы поддержки малообеспеченных слоев населения целесообразно увязывать с программами переобучения и повышения квалификации безработных»

Исходя из социальных угроз и рисков безработицы для современного общества с рыночной экономикой, можно согласиться с мнением, что: «безработица оказывает негативное воздействие на все стороны жизни общества – экономику, политику, социальные отношения. Она влечет за собой расточение в огромных масштабах главной производительной силы общества – рабочей силы, нереализованные социальные потенциалы многомиллионной армии безработных, существенное сокращение потенциального внутреннего валового продукта и национального дохода страны, значительные непроизводительные расходы государства (или, точнее, средств налогоплательщиков) на выплату пособий по безработице, переквалификацию безработных и их трудоустройство, колоссальные экономические потери лиц наемного труда, ставших безработными (утрата заработка), и в связи с этим – резкое ухудшение материального положения семей безработных, рост заболеваемости и преступности, обострение социальной напряженности в обществе»¹⁷.

Для человека стабильность занятости (и, естественно заработка) – это, прежде всего, уверенность в завтрашнем дне, устойчивость социально-экономического положения.

Стояла задача выявить период пребывания слушателей курсов в состоянии безработицы.

В качестве источника информации была взята анкета, которую заполнял каждый, стремящийся обучаться на курсах проекта. Помимо сведений о себе, слушатели ответили на вопросы, касающиеся причин их незанятости, периода пребывания в состоянии безработицы, о количестве работающих в семье, об основном источнике доходов семьи, уровне образования (т.е. здесь имелась вся информация, необходимая для проверки гипотез исследования).

Было проанализировано 408 анкет слушателей (81,6 % от общего числа обучающихся на курсах проекта в 2007-2008). Собранные анкеты были заполнены слушателями из 10 регионов Узбекистана, в которых осуществлялся проект.

Основную часть целевой группы проекта (78%) составили люди от 18 до 35 лет (см. таблицу). Наверное, это обстоятельство, можно объяснить тем, что само общество Узбекистана остается достаточно молодым.

¹⁷ Плякся В.И., Безработица: теория и современная российская практика (социально-экономический аспект). – М.: Изд-во РАГС 2004.-384 с.

Сравнительный анализ по гендерному признаку показал, что 55,6 % слушателей курсов составили мужчины, а 44,4 % - женщины.

В практике известны четыре стадии адаптационного цикла в связи с безработицей.

На первой стадии потеря работы вызывает шок, но безработные рассматривают отсутствие работы как временное явление, вторая стадия характеризуется интенсивными поисками работы, на третьей стадии неудачи в трудоустройстве ведут к страху, к социальному протесту и сопровождаются нервными срывами. Для этой стадии характерным является разлад в семье и разрыв отношений с близкими и знакомыми. Четвертая стадия – это стадия формирования у безработных чувства фатальной безнадежности и психологической установки рассматривать безработицу как роковое явление в их судьбе.

Полученные данные показывают, что большая часть слушателей проекта находилась на третьей и четвертой стадии согласно теории о сокращении адаптационной способности работников в связи с длительной безработицей. Так, например, 36,1 % опрошенных отнесли себя к категории лиц, которые находятся в состоянии безработного от 1 до 2 лет, большая часть респондентов (50,49%) причислили себя к людям, находящимся безработными более 3-х лет.

Причины безработицы названы следующие: 49,51% - «Нет специальности и профессионального образования», 22,6% - «нет работы», 17,40% - «сокращение штата на прежнем месте работы, рождение ребенка, замужество (у женщин), переезд».

Почти половина слушателей проекта имели только среднее образование. Приведенные выше данные еще раз подтверждают, что чем выше уровень образования людей, тем, больше шансов иметь работу и, наоборот, наиболее

Возраст	
18-25 лет	39,21 %
26-35 лет	38,48 %
36-45 лет	15,44 %
46-55 лет	5,64 %
56 лет - и старше	0,74 %
Не ответили	0,49 %
Сколько времени Вы находитесь без работы?	
один год	12,25 %
от 1 до 2 лет	35,54 %
более трех лет	50,49 %
Не ответили	1,72 %
По какой причине Вы находитесь без работы?	
нет специальности и проф. образования	49,51 %
маленькая з./п.	0,74 %
нет соответствующего документа	2,45 %
нет работы	22,06 %
не занимались поисками	0,74 %
другое	17,40 %
Не ответили	7,10 %
Образование	
Средняя школа	50,00 %
Училище, Техникум	14,22 %
Колледж, Лицей	7,84 %
ВУЗ	1,22 %
Различные курсы	1,72 %
Не ответили	25%

высокий уровень безработицы наблюдается среди лиц с низким образовательным уровнем.

Результаты исследования подтвердили предположение, что социальные программы поддержки малообеспеченных слоев населения целесообразно увязывать с программами переобучения и повышения квалификации безработных.

МНЕНИЕ О ПРОЕКТЕ

***Куязова Нилуфар,
24 года, слушательница курса
«Специалист по пошиву женской и мужской одежды»***

Я родилась и живу в г. Ханка, Хорезмской области. После окончания средней школы, я по семейным обстоятельствам не смогла продолжить обучение для получения профессионального образования – это было основной причиной моего длительного пребывания безработной.



С детства я мечтала научиться профессиональному шитью, однако у меня было мало возможностей осуществить свою мечту - образовательные учреждения находились очень далеко, а поехать учиться, у меня не было средств, да и семейное положение (в нашей семье семь человек) не позволяло это сделать.

Недавно узнала, что моя соседка после завершения курсов для взрослых в колледже, открыла свой швейный цех, в котором работают и обучаются местные женщины. Она посоветовала обратиться в администрацию колледжа, которая объявила о начале формирования группы для очередного курса обучения. Там сказали, что данный курс обучения будет финансироваться в рамках программы Европейского Союза. Очень рада, что мне удалось, пройдя предварительный отборочный этап, попасть в группу.

С 1 декабря 2006 года по 1 июня 2007 г. я проходила обучение на курсах «Специалист по пошиву женской и мужской одежды». Организованные в рамках проекта курсы, мне очень нравятся. Особенно поразила методика обучения, применяемая преподавателями, при которой, в первую очередь, учитывается наш возраст, жизненный опыт и образовательные потребности. Еще один важный момент: колледж находится недалеко от нашего дома, и обучение проводится во второй половине дня, что очень удобно для семейных людей, не имеющих возможности для обучения вдали от дома. В ближайшем будущем я собираюсь открыть свой швейный цех, пригласить нескольких своих сокурсниц на работу и начать свой бизнес, и нет сомнений, что мне удастся это сделать – самое главное, у меня есть желание и необходимые знания!

Выводы

Начав работу по организации профессиональных курсов для незанятого населения, проект находится на этапе институционализации Центров обучения взрослых (ЦОВ) в профессиональных колледжах Узбекистана.

Около 120 преподавателей и мастеров производственного обучения, вовлеченных в проект, получили базовые знания и навыки дидактики обучения взрослых, проведения исследования рынка труда и составления учебных программ с использованием современных методов обучения. Они прошли обучение в таких образовательных тренингах, как «Интерактивные методы в профессиональном образовании взрослых»; «Коучинг»; «Оценка потребностей местного рынка труда»; «Организация и проведение семинаров на основе модифицированного метода DACUM»; «Разработка учебных программ»; «Обучение преподавателей профессиональных колледжей основам предпринимательства и ведению бизнеса»; тренинг по программе МОТ «Начни и совершенствуй свой бизнес»; «Содействие разработке бизнес планов для ЦОВ»; «Маркетинг образовательных услуг ЦОВ».

Мероприятия проекта внесли вклад в повышение качества обучения взрослых в колледжах Узбекистана.

20 директоров профессиональных колледжей из семи областей получили навыки менеджмента в сфере образования взрослых, финансов и управления кадрами.

МНЕНИЕ О ПРОЕКТЕ



**Татьяна Ташева,
Директор Самаркандского профессионального
колледжа легкой промышленности**

«Проект INSTRUCT на практике обозначил новые направления деятельности: развитие образования взрослых, осуществление политики обеспечения занятости населения, и реализация Концепции «Обучения на протяжении всей жизни» в Узбекистане. Благодаря проекту, наш колледж начал выполнять новую функцию – функцию Центра обучения взрослых. Данное обстоятельство с одной стороны позволяет нам вносить свой вклад в реализацию государственных программ по решению проблем занятости, с другой стороны - привлекать дополнительные финансовые средства для развития материально- технической базы профессионального колледжа»

Всего с 2002 по 2011 г.г. было организовано свыше 130 курсов профессионального обучения, на которых прошли обучение около 1400 человек.

Деятельность проекта оказала существенное влияние на жизнь целевых групп, так как они получили соответствующие профессиональные знания, повышающие их конкурентоспособность на рынке труда.

Развитию проекта способствовало принятие Постановления Президента Республики Узбекистан «О мерах по повышению занятости и совершенствованию деятельности органов по труду и социальной защите населения» №ПП616 от 6 апреля 2007 года, в котором, Министерству труда и социальной защиты населения

поручено совместно с Министерством высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан определить в разрезе территорий базовые профессиональные колледжи, в которых будет осуществляться подготовка, переподготовка и повышение квалификации безработных, а также разработать соответствующие программы обучения, учитывающие потребности работодателей и рынка труда в квалифицированных кадрах.

В настоящее время Министерство труда и социальной защиты населения республики проводит курсы профессиональной подготовки и переподготовки безработных в более чем 200 профессиональных колледжах.

В статье 41 Конституции Республики Узбекистан подчеркнуто: - «Каждый имеет право на образование. Государство гарантирует получение бесплатно общего образования. Школьное дело находится под надзором государства».¹⁸

Законом Республики Узбекистан «Об образовании» определены правовые основы обучения, воспитания, профессиональной подготовки граждан: - «Каждому гарантируются равные права на получение образования независимо от пола, языка, возраста, расовой, национальной принадлежности, убеждений, отношения к религии, социального происхождения, рода занятий, общественного положения, места жительства, продолжительности проживания на территории Республики Узбекистан...».

Узбекистан одна из немногих стран постсоветского пространства, инвестирующая значительные средства в развитие системы образования. Согласно официальным данным ежегодные расходы на образование в Узбекистане составляют 10-12 процентов от ВВП¹⁹.

Бюджетное финансирование образования в Узбекистане имеет целевой характер, и основывается на разработке и реализации крупных государственных программ: Национальной программы по подготовке кадров, принятой в 1997 году и нацеленной, в первую очередь, на создание принципиально новой системы среднего специального, профессионального образования; Программы развития школьного образования, принятой в 2004 году и направленной на коренное улучшение этого сектора образования.

С мая 2011 года в стране реализуется программа модернизации материально-технической базы высших образовательных учреждений и кардинального улучшения качества подготовки специалистов на период с 2011 по 2016 годы.

В соответствии с целевыми показателями вышеназванных программ, государственные средства и ресурсы, направляемые в сектор образования, в значительной мере связаны с инвестиционными затратами на новое строительство, реконструкцию и техническое оснащение вузов, средних специальных, профессиональных учебных заведений и общеобразовательных школ.

Образовательная система Узбекистана имеет огромный потенциал. В республике насчитываются 9765²⁰ общеобразовательных школ, 1548 средних специальных,

¹⁸ Конституция Республики Узбекистан, от 8 декабря 1992 г.

¹⁹ Доклад Президента РУз Ислама Каримова на Саммите ООН «Цели развития тысячелетия», 20.09.2010

²⁰ <http://uzedu.uz/rus/info/pokazateli/>

профессиональных образовательных учреждений²¹, 75 высших учебных заведения²².

В стране действуют 45 учреждений повышения квалификации (Институты, Факультеты, Центры).

Система среднего специального профессионального образования получила признание и высокую международную оценку на международной конференции «Подготовка образованного и интеллектуально развитого поколения — как важнейшее условие устойчивого развития и модернизации страны», прошедшей 16-17 февраля 2012 года в Ташкенте.

В Итоговом документе конференции было подчеркнуто, что Национальная программа по подготовке кадров основывается на концепции «Образование для всех через всю жизнь»²³

Помимо государственных образовательных учреждений в Узбекистане существуют сотни организаций, осуществляющих деятельность в неформальном секторе образования. В основном это негосударственные образовательные учреждения (НОУ), деятельность которых лицензируется, согласно Постановлению Кабинета Министров РУз (N 100 от 01.03.2004 г.). С целью содействия укреплению связей и развития сетевого сотрудничества между действующими НОУ и была создана Ассоциация Гармоничного Развития Взрослых и Молодёжи Узбекистана.



Миссия:

Продвижение идеи гармоничного развития взрослых и молодёжи, предоставляющей возможность широким слоям населения приобрести дополнительные знания и навыки для повышения своего социального статуса и активного участия в развитии экономики страны.

Цели и задачи:

Претворение в жизнь идей развития образования взрослых и молодёжи в республике, установление с заинтересованными организациями конструктивных партнерских отношений; Распространение отечественного и международного опыта в области неформального образования для повышения качества услуг, предлагаемых образовательными структурами; Обеспечение доступа членов Ассоциации и всех заинтересованных сторон к информационной базе Ассоциации; Изучение деятельности образовательных структур Узбекистана для разработки приоритетных проектов и программ; Оказание консультационной помощи членам Ассоциации в повышении эффективности их деятельности (более подробно смотрите: <http://www.aday.uz/>)

²¹ <http://markaz.uz>

²² <http://edu.uz/otmlar>

²³ Итоговый Документ Международной конференции «Подготовка образованного и интеллектуально развитого поколения - как важнейшее условие устойчивого развития и модернизации страны»: <http://educonf.uz/>

В настоящее время возрастает актуальность организации обучения для взрослых «ближе к дому», путем большей ориентации учреждений среднего специального, профессионального образования и других учреждений дополнительного образования на разработку курсов и программ многоцелевого назначения, доступных и представляющих интерес для людей всех возрастов, в том числе с использованием возможностей сети Интернет.

Например, идея использования базы профессиональных колледжей для обучения взрослых находит все большее понимание и поддержку. Принятие Типового Положения «О Центре профессиональной подготовки и обучения взрослых при профессиональном колледже»²⁴ могло бы стать правовой основой для реализации этой идеи на практике.

На различных этапах реализации государственной политики по реформированию системы образования, намечено осуществить шаги, обеспечивающие более активное развитие неформального образования взрослых и его полную интеграцию в общую систему непрерывного образования.

15-17 ноября 2011 года в Ташкенте состоялся Национальный Форум «Образование Взрослых», в котором приняли участие представители государственных, негосударственных и международных организаций. На Форуме были затронуты вопросы государственной политики, управления, финансирования, мониторинга и обеспечения качества ОБ и ОПВЖ республики.

В итоговом документе Национального Форума рекомендовано внести на рассмотрение министерств и ведомств, общественных организаций, международных организаций целый ряд важных предложений:

- Разработать Национальную стратегию обучения на протяжении всей жизни, включающую образование взрослых, согласованную с такими международными программами, как Цели развития тысячелетия (2000-2015 гг.), Образование для всех (2000-2015 гг.), Десятилетие образования в интересах устойчивого развития ООН (2005-2014 гг.), Десятилетие грамотности ООН (2003-2012 гг.) и КОНФИНТЕА VI (2009-2020 гг.);
- Разработать Положение об Образовании взрослых как в формальной, так и неформальной системах в Узбекистане;
- Улучшить координацию и сотрудничество государственных и негосударственных структур по развитию образования взрослых;
- Внедрить принципы андрагогики в программы подготовки, переподготовки и повышения квалификации специалистов;

Внедрение в практику этих рекомендаций могло бы внести большой вклад в развитие сферы ОБ и ОПВЖ республики.²⁵

²⁴ Проект типового положения был разработан экспертами Узбекско - Швейцарского проекта «Развитие профессиональных навыков» и проекта «Создание и развитие Центров обучения взрослых в профессиональных колледжах» Представительства *dvv international* в Узбекистане

²⁵ Более подробно смотрите Итоговый документ Национального Форума «Образование Взрослых» (Ташкент, 15-17 ноября 2011 г.): <http://dvv-international.uz>

Шаг №2: Подготовительная работа к созданию Центра обучения взрослых:

- ✓ Полезные инструменты для проведения анализа ситуации;
- ✓ Особенности разработки учебных программ;
- ✓ Требования к работникам Центра обучения взрослых и подбор персонала;
- ✓ Организация процесса обучения взрослых

«Результатов можно достичь использованием возможностей, а не путем, решения проблем. Сами же результаты должны происходить из использования возможностей: отыскать правильные пути и поступки и сконцентрировать на них ресурсы и усилия».

**Питер Друкер,
известный ученый в
области современного
менеджмента**

«Уметь управлять – значит уметь выбирать»

**Филиппо Пананти,
итальянский поэт**

«Для взрослого учение должно быть организовано весело!»

ЮНЕСКО

«Образовательное учреждение вправе оказывать платные образовательные услуги, а также заниматься иными видами предпринимательской деятельности в соответствии с уставными задачами» - Статья 6 Закона Республики Узбекистан «Об образовании».

В Положении «О среднем специальном, профессиональном образовании в Республике Узбекистан» также указано, что финансирование деятельности среднего специального, профессионального образовательного учреждения осуществляется в соответствии с действующим законодательством и может (помимо государственных средств) осуществляться за счет доходов, полученных от реализации образовательных услуг, научно-педагогической, производственной и других видов деятельности, соответствующих уставным задачам образовательного учреждения.²⁶

Это дает право профессиональному колледжу оказывать платные образовательные услуги местному населению. Многие профессиональные колледжи уже осуществляют такую работу и предлагают платные курсы для молодежи, взрослым, безработным, а также проводят повышение квалификации сотрудников местных предприятий.

Однако эта работа во многих случаях недостаточно систематизирована и упорядочена. Многие руководители профессиональных колледжей нуждаются в дополнительных знаниях по организации платных образовательных курсов и обеспечения их качества.

Эту задачу можно решить путем открытия ЦОВ при профессиональных колледжах, который, являясь его подструктурой, содействовал бы осуществлению непрерывного образования для местного населения.

Формально открыть ЦОВ не представляется сложным, однако добиться того, чтобы эта структура стала действенной, необходимо приложить немало усилий.

Организация деятельности ЦОВ имеет свои особенности, требует осуществления логически выстроенных мероприятий. Лучше всего начинать с проекта, который в конечном итоге приведет к заданной цели – созданию ЦОВ.

В последнее время понятие «проект» часто ассоциируют с грантом, предоставляемым государством или международными организациями на реализацию определенной идеи. Это понимание не совсем точное. Проект должен ассоциироваться с планом мероприятий, направленное на достижение определенного уникального продукта или услуги.

²⁶ Раздел 6 Положения «О среднем специальном, профессиональном образовании в Республике Узбекистан» от 13 мая 1998 года.

Проект (от лат. projectus — брошенный вперед, выступающий, выдающийся вперед, торчащий) — это уникальная деятельность, имеющая начало и конец во времени, направленная на достижение заранее определённого результата/цели, создание определённого, уникального продукта или услуги, при заданных ограничениях по ресурсам и срокам. Подготовка проектной документации называется проектированием.

Проекты имеют следующие признаки:

- Цель – получить конечный продукт или результат;
- Установленные сроки начала и завершения – дата начала проекта и дата его окончания;
- Определенные ресурсы – трудовые, финансовые, оборудование и информация

Хотя по сложности и длительности проекты сильно отличаются друг от друга, основные методы планирования и управления у них одни и те же. И, чем лучше применяются эти методы, тем ближе проект к достижению цели.

Каждый проект имеет пять стадий развития:

- **Замысел.** Рождение идеи проекта.
- **Разработка.** Создание плана проекта.
- **Начало.** Формирование команды исполнителей проекта.
- **Исполнение.** Выполнение работ по проекту.
- **Завершение.** Проект закончен.

Процесс осуществления проекта сопровождается проведением мониторинга и оценки. Для выполнения маленьких проектов требуются считанные дни, а на крупные могут уйти годы. Каким бы ни был проект, стадии будут одни и те же.

Процесс создания ЦОВ - это «проект», а стратегический план развития ЦОВ после его открытия - «программа».

Проект «Создание ЦОВ в профессиональном колледже» может состоять из следующих разделов:

- Анализ ситуации и обоснование необходимости ЦОВ;
- Цель и задачи проекта;
- Описание требуемых результатов;
- План мероприятий по достижению результатов;
- Бюджет проекта

Все пункты рекомендуется фиксировать письменно, чтобы не упустить важные детали и ничего не забыть.

Успех проекта зависит от точности, ясности плана, уверенности проектной команды в его осуществимости.

ПОЛЕЗНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ АНАЛИЗА СИТУАЦИИ

*«Если знаешь противника и знаешь себя, то не проиграешь.
Если также знаешь подходящее время и поле боя,
твоя победа будет полной»
Сун-Цзы, «Искусство войны»*

На рынке образовательных услуг работают те же правила. Бизнес на рынке образования — это нескончаемая череда мелких и крупных «сражений». Если образовательное учреждение правильно оценит свои сильные и слабые стороны, определит рыночные возможности и угрозы, её шансы на успех сильно возрастают. Приведенные ниже инструменты могут помочь провести качественный анализ потенциала организации и рынка образовательных услуг.

SWOT-анализ.



SWOT – анализ – это оперативный диагностический анализ организации и ее среды. Осуществляется с целью выявления в потенциале организации сильных и слабых сторон, угроз со стороны внешней среды, а также установления возможностей, предоставляемых фирме её внешней средой.

Стратегический подход к управлению деловыми организациями начал использоваться во всем мире еще в 20-30 г.г. XX столетия. Но особенно интенсивно процесс перехода к управлению на основе развития начался в 60-е, когда обострилась конкуренция европейского и американского бизнеса с Японией и компании вынуждены были перестраивать свою деятельность с учетом новых реалий. Вот тогда-то и потребовался подход, который бы обеспечил возможность компаниям своевременно адаптироваться к внешним как благоприятным, так и неблагоприятным условиям, прогнозировать альтернативные варианты развития компании и управлять этим развитием, используя новые методологии предвидения и моделирования тенденций изменений макро- и микроокружения.

SWOT – это аббревиатура начальных букв английских слов:

- Strengths - силы;
- Weaknesses - слабости;
- Opportunities - возможности;
- Threats – угрозы.

Таким образом, SWOT-анализ - это определение сильных и слабых сторон предприятия, а также возможностей и угроз, исходящих из его ближайшего окружения (внешней среды).

Цель SWOT-анализа – сформулировать основные направления развития организации через систематизацию имеющейся информации о сильных и слабых сторонах организации, а также о потенциальных возможностях и угрозах.

Задачи SWOT-анализа:

1. Выявить сильные и слабые стороны по сравнению с конкурентами;
2. Выявить возможности и угрозы внешней среды;
3. Связать сильные и слабые стороны с возможностями и угрозами;
4. Сформулировать основные направления развития организации

SWOT-анализ — это промежуточное звено между формулированием миссии организации и определением наиболее эффективной стратегии ее развития. Ниже приведены результаты SWOT-анализа Центра Обучения Взрослых Кокандского профессионального колледжа бытового обслуживания²⁷:

Сильные стороны:	Слабые стороны:
Хорошая материально-техническая база	Слабые знания персонала в области маркетинга образовательных услуг
Хорошо подготовленные профессионально сильные преподаватели-тренеры	Слабая реклама
Качественные учебные программы соответствующие требованиям работодателей	Недостаточно устойчивы связи с работодателями
Наличие качественных учебно-методических пособий по профессиям	Отсутствие опыта организации хозрасчетной деятельности
Использование интерактивных методов обучения взрослых	
Структура, гибко адаптирующаяся к требованиям рынка	
Многопрофильный центр наличие нескольких учебных продуктов	
Возможности:	Угрозы:
Большое количество незанятого населения в регионе	Сильная конкуренция: существуют частные центры по обучения взрослых
Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по повышению занятости и совершенствованию деятельности органов по труду и социальной защите населения» №ПП616	Недоверие населения к получению образования в колледжах
Участие донора /спонсора	Быстро меняющаяся конъюнктура рынка труда
Актуальность для страны обучения Взрослых	Снижение платежеспособности населения
Население заинтересовано в получении новых профессий	
Колледж является базовым по обучению взрослых для Центра ССПО	
Развитие предпринимательства в регионе	

²⁷ SWOT-анализ был проведен в 2010 году при составлении бизнес-плана ЦОВ.

Сильные стороны организации — то, в чем она преуспела или какая-то особенность, предоставляющая дополнительные возможности. Сила колледжа на рынке образования заключается ещё в наличии права на ведение образовательной деятельности, в наличии передовой технологии и современного оборудования, высокой квалификации персонала и, конечно, в наличии здания и помещений и т.п.

Слабые стороны организации — это отсутствие чего-то важного для функционирования организации или то, что пока не удастся по сравнению с другими образовательными учреждениями и ставит в неблагоприятное положение. В качестве примера слабых сторон колледжа можно привести недостаток опыта работы преподавателей в области образования, недостаток финансирования и т.п.

Возможности — это благоприятные обстоятельства, которые можно использовать для получения преимущества. Следует отметить, что возможностями с точки зрения SWOT-анализа являются не все возможности, которые существуют на рынке, а только те, которые может использовать данная организация. В качестве примера рыночных возможностей колледжа можно ещё привести ухудшение позиций конкурентов, государственные льготы в налогообложении, резкий рост спроса на профессиональную подготовку и переподготовку, рост уровня доходов населения и т.п.

Угрозы — события, наступление которых может оказать неблагоприятное воздействие на организацию. Примеры рыночных угроз: выход на рынок новых конкурентов, рост налогов, изменение вкусов покупателей, снижение рождаемости и т.п.

Сопоставление сильных и слабых сторон с рыночными возможностями и угрозами позволит ответить на следующие вопросы, касающиеся дальнейшего развития ЦОВ:

- Как можно воспользоваться открывающимися возможностями, используя сильные стороны колледжа?
- Какие слабые стороны колледжа могут в этом помешать?
- За счет, каких сильных сторон можно нейтрализовать существующие угрозы?
- Каких угроз, усугубленных слабыми сторонами колледжа, нужно больше всего опасаться?

Результатом проделанной работы и является матрица SWOT. Более подробно с техникой проведения SWOT-анализа можно ознакомиться на сайте:

<http://swotanaliz.ru>

Исследование рынка труда

Исследование рынка труда – изучение тенденций и процессов развития рынка рабочей силы, включая анализ изменения экономических, научно-технических, демографических, социальных и других факторов. Исследованию подлежат также структура и география рынка, его емкость, динамика занятости населения, барьеры рынка рабочей силы, возможности и риски.

Исследования по источникам информации делят на первичные и вторичные.

Первичные исследования предполагают сбор данных из «первых рук», т.е. непосредственно от самих респондентов.

Вторичные исследования (Desk Research) – это сбор и анализ данных и информации из других различных источников, таких как: статистические данные, информация в СМИ и т.п. Вторичные исследования сравнительно недороги, данные можно собрать относительно быстро, и они дополняют данные, полученные при первичных исследованиях. Как правило, вторичные исследования предшествуют первичным, давая исследователям информацию, необходимую для лучшего понимания общей ситуации и подготовки к непосредственному общению с респондентами.

Количественные исследования обычно отождествляются с проведением различных опросов, основанных на использовании структурированных вопросов закрытого типа, на которые отвечает большое число респондентов. При этом исследователи получают ответы на вопросы: *Кто? Что? Сколько? Где?*

Характерными особенностями таких исследований являются: определенный формат собираемых данных и источники их получения. Если необходимо исследовать поставленные вопросы, которые не требуют количественных оценок (например, сколько процентов из числа целевой группы интересуется курсами профобразования), а о причинах и мотивах, т.е. качественных характеристиках исследуемых вопросов, то применяются так называемые **качественные исследования**. В этом случае задаются «открытые вопросы», на которые невозможно просто ответить «Да» или «Нет» и которые требуют от респондента развернутого ответа. Лица, которые отвечают на вопросы, называются **респондентами**.

Пример: идет поиск ответа на вопрос о количестве человек из числа взрослого населения, которые хотели бы получить новую профессию. При этом нужны конкретные цифры и тогда, конечно же, применяются количественные исследования. ответы респондентов «Да» или «Нет» дадут в результате нужные цифры. А если необходимо выяснить, почему эти люди хотят получить новую профессию, то для этого имеются уже другие качественные методы, которые могут быть применены как альтернатива или дополнение к количественным методам исследования рынка.

Эти методы в большинстве своем требуют меньших усилий и поэтому относительно дешевы, они быстро проводятся и быстро представляют результаты. Но у них есть недостаток – невозможность обобщения результатов, так как рассматриваемые единичные случаи очень малы и не могут отражать мнение большинства. При этом исследователи получают ответы на вопросы: *Почему? Зачем? Для чего? Каким образом?*

При проведении исследования рынка труда используют различные методы – метод опроса (интервью, анкетирование, телефонный и почтовые опросы, фокус-группа), а также метод наблюдения.

Разработчиками методики «Анализ рынка труда» был выбран *метод опроса*, как наиболее приемлемый для получения количественной информации.

Опросы – незаменимый прием получения информации о субъективном мире людей, их склонностях, мотивах деятельности, мнениях.

Известный российский социолог В.Я Ядов дает такое определение методу опроса: «Опрос привлекает исследователей ещё и потому, что он кажется почти универсальным методом. Будучи, несомненно, лучшим источником знания о внутренних побуждениях людей, этот метод при соблюдении надлежащих предосторожностей позволяет получить не менее надежную информацию, чем в наблюдении или по документам, информацию о событиях прошлого или настоящего, о продуктах деятельности, короче – о чем угодно. Спрашивать можно обо всем, даже о том, чего самому не увидеть, ни прочесть никоим образом не удастся. Искусство использования этого метода состоит в том, чтобы знать, о чем спрашивать, как спрашивать, какие задавать вопросы и, наконец, как убедиться в том, что можно верить полученным ответам. Добавив несколько других условий, как-то: кого спрашивать, где вести беседу, как обработать данные и нельзя ли узнать все эти вещи, не прибегая к опросу, - мы получим более или менее полное представление о возможностях этого метода».²⁸

60-70% социологических исследований, содержат данные, получены методом опроса. В общем виде опрос – это метод сбора данных, при котором исследователь получает информацию в форме ответов на поставленные вопросы непосредственно или опосредованно от представителей населения.

Опрос может проводиться с помощью очного или телефонного интервью, с помощью заполнения опрашиваемыми анкет-вопросников, доставленных по почте или заполнения в присутствии лица, проводящего опрос. Инструментарием опроса являются анкеты, которые респонденты заполняют самостоятельно, бланки интервью, которые заполняются интервьюером в ходе проведения интервью.

Существует два больших класса опросных методов: интервью и анкетирование.

²⁸ Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: «Добросвет» 1999 – 596 стр.

Интервью – проводимая по определенному плану беседа, предполагающая прямой контакт интервьюера с респондентом (опрашиваемым), причем запись ответов последнего производится либо интервьюером (его ассистентом), либо механически (на пленку).

Анкетирование – наиболее распространенный вид опроса. Анкетирование, как и другие виды опроса, предоставляет исследователю информацию четырех типов:

- факты;
- знания;
- мнения;
- отношения.

Проведение исследования рынка труда с использованием анкетирования требует составления плана: определения сроков, необходимого материально-технического обеспечения (для тиражирования анкет, компьютерного ввода, обработки и т.д.), определения ответственных исполнителей отдельных работ, согласования графика.

Исследование рынка труда (как и любое другое прикладное исследование) – это сложный процесс, в ходе которого необходимо иметь целый комплекс знаний по проведению маркетинговых исследований, очень важно знать и правильно применять методы социологии, уметь правильно обрабатывать и интерпретировать полученные данные.

В методическом пособии «Как исследовать потребности местного рынка труда» подробно описаны тонкости исследовательского процесса, где составители постарались вооружить лиц, желающих проводить исследование местного рынка труда, некоторыми готовыми инструментами, апробированной на практике методики «Анализ рынка труда» и описать самые основные правила ее использования.

Методическое пособие было подготовлено в рамках реализации проекта «Улучшение инфраструктуры и потенциала узбекских колледжей для обучения незанятого населения», Программы Европейского Союза ТАСИС по Партнерству в Институциональном Развитии (ППИР).

С электронной версией методического пособия можно ознакомиться на сайте Представительства *dvv international* в Узбекистане: <http://www.dvv-international.uz/>

ОСОБЕННОСТИ РАЗРАБОТКИ УЧЕБНЫХ ПРОГРАММ

Для проведения качественного обучения на всех уровнях образования, наряду с созданием хороших условий важным является качественная учебная программа. Важность качественной учебной программы многократно возрастает, когда речь идет об обучении взрослых, так как здесь свою роль играют такие факторы, как ограниченность временных рамок, предыдущий опыт взрослого человека, его образовательные потребности. Установлено, что одним из мотивов, побуждающих взрослого человека к обучению является увеличение возможностей на рынке труда, который в силу различных причин находится в постоянном движении.

При разработке учебных программ иногда допускаются тематические ошибки, которых следует избегать. Существует два основных типа ошибок:

- первый – это неспособность обучать тому, чему следует обучать, для того, чтобы не отставать от актуальных нужд промышленности и реального мира.
- второй – это противоположная сторона первого, более серьезный – обучение тому, чему не следует обучать.

Известный американский специалист по составлению учебных программ Роберт Нортон в своей статье отмечает: «Обучение тому, что уже не нужно и не существенно, (второй тип ошибок), случается, когда используются устаревшие учебники, курсы обучения, со ссылкой на материалы, планы занятий, инструменты, оборудование, материалы и наглядные пособия. Это случается, когда задачи и способности включаются в программу без удаления из них устаревшего содержания. Это случается, когда преподаватели и инструкторы не способны идти в ногу с новыми разработками своей сферы деятельности и преподают старые методы и устаревшие технологии. Это случается, когда используются старое оборудование и материалы, так как закупка новых слишком дорогостояща, и адекватных ресурсов на их приобретение не имеется.

Обучение тому, что более не существенно обманывает студентов, занимая ценное время, которое можно было бы потратить на что-нибудь более важное. Здесь также потерянное время обучения и ресурсы преобразовываются в дополнительную длительность обучения для работника или стажера, высокие издержки и малую ценность для работодателя, и вдобавок, потраченные впустую деньги налогоплательщиков.

Пока существуют такие тематические ошибки, мы не будем иметь высококачественных профессионально-технических или деловых и производственных программ обучения, которые так необходимы для глобальной, конкурентоспособной экономики. Как случаются тематические ошибки в учебной программе? К сожалению, они чаще всего происходят, когда мы преподаем (a) то, что знаем лучше всего, (b) то, что преподавалось нам, (c) то, что нам нравится преподавать, (d) то, в чем мы имеем опыт, (e) то, что включено в учебники, (f) то, что советует преподавать чужой анализ профессии, сделанный в другом месте, или (g) то, что включено в наш старый (3-5-летней давности) анализ профессии.

Тематические ошибки происходят в случаях, когда, вопрос о том, что нужно преподавать не исследован тщательно, и на него не дан правильный ответ. Эти ошибки

являются серьезными с точки зрения их влияния на обучающихся, их общину и их работодателей. Чаще всего, одновременно случается сразу две или более ошибок, далее усугубляя проблему»²⁹

Традиционный опыт при составлении учебных программ малоприменим в образовании взрослых, так как в этой сфере достаточно устойчиво закрепился другой опыт – модульный.

Модуль - это целостный набор подлежащих освоению умений, знаний и отношений (т.е. компетенций), описанных в форме требований, которым должен соответствовать обучающийся по завершению модуля.

Центральным понятием модульного подхода является понятие компетенции, которая определяется, как: способность применять знания, умения, отношения и опыт в знакомых и незнакомых трудовых ситуациях.

Таким образом, ключевым аспектом компетенции является способность осуществлять какую-либо деятельность, как привычную, так и новую на основе органического единства знаний, умений, опыта, отношений и т.д.

Различаются три основных типа компетенций:

1. технические/профессиональные компетенции, относящиеся к сфере профессиональной деятельности;
2. сквозные/ «мобильные» компетенции, относящиеся к социальным, коммуникативным, методическим и иным компетенциям, которые необходимы для эффективной трудовой деятельности в рамках различных профессий и сфер деятельности;
3. новые базовые (ключевые) компетенции/умения, которые дополняют традиционные ключевые компетенции и необходимы для:
 - получения новых знаний и адаптации имеющихся знаний к новым требованиям;
 - адаптации к изменяющейся ситуации собственного профессионального и карьерного роста и повышения собственной трудовой и экономической мобильности посредством обучения в течение всей жизни.

Новые базовые умения необходимы для эффективного участия граждан в социальной и экономической жизни. Они начинают формироваться на самых ранних этапах жизни человека и постепенно содержательно усложняются, углубляются или расширяются.

Базовые умения/компетенции охватывают несколько основных категорий:

²⁹ Robert E. Norton, DACUM HANDBOOK , Second Edition, 1997

- традиционные базовые умения, дополненные свободным владением иностранными языками и умениями в области ИКТ (информационно-коммуникационных технологий),
- интеллектуальные (аналитические, способность к инновационной деятельности, умение учиться),
- социальные и межличностные (необходимые для общения, принятия решений, работы в команде, адаптивности, принятия ответственности),
- предпринимательские (творчество, инновационность, умение идти на обоснованный риск, умения для организации самозанятости).

В следующей таблице³⁰ показана характерная разница между традиционным профессиональным образованием и образованием, основанным на компетенциях.

Таблица 1.1. Сравнение профессионального образования, основанного на компетенциях, и традиционного

Основная характеристика	Профессиональное образование, основанное на компетенциях	Традиционное профессиональное образование
Стандарты (основное содержание)	Ориентированность на потребности сферы труда (на реальную трудовую деятельность)	Требования, устанавливаемые системой образования (число часов и дисциплин)
Образовательная программа	Модульная, строится гибко в виде горизонтального и/ или вертикального набора модулей, каждый из которых ориентирован на конкретный результат обучения – целостный набор профессиональных, надпрофессиональных и ключевых компетенций, необходимых для выполнения конкретной трудовой функции.	Целостная программа по профессии/специальности обучения; строится как набор теоретических и практических дисциплин, ориентирована на общие подходы и методы в профессиональной деятельности.
Оценка	«Умеет/ещё не умеет делать что-то» - оценка освоенных компетенций. Проводится с участием внешних экспертов на рабочем месте или в имитационной ситуации. Методика оценки позволяет выявить соответствие/несоответствие демонстрируемых компетенций задачам модуля. Оценка носит обучающий характер	Отметки, зачеты, «неуды», оценка посещаемости занятий. Методика оценки не дает возможности вернуть обучающегося к дополнительному обучению при неполном соответствии установленным требованиям к результатам. Оценка не носит

³⁰ При подготовке этого раздела были использованы материалы учебного пособия «Модульные технологии: проектирование и разработка образовательных программ», О.Н. Олейникова, А.А. Муравьева, Ю.Н. Коновалова, Е.В. Сартакова – М.: Альфа М; ИНФРА – М, 2010. – 256 с.: ил.

		обучающего характера.
Методы обучения	Активные, ориентированные на обучающегося, основанные на самостоятельной и практической деятельности, в том числе проектная работа. Преподаватель становится организатором процесса обучения и консультантом в ходе выполнения работ студентами; он в курсе изменений и тенденций предметной отрасли.	Лекции, демонстрации, объяснение. Преподаватель является преимущественно «транслятором» знаний, излагающим информацию из учебников; у преподавателя нет явных стимулов обновлять программу обучения и повышать собственную квалификацию.
Продолжительность программы обучения.	Гибкий подход, учитывающий конкретную потребность обучающегося	Строго установленная продолжительность программ
Реализация обучения	Разнообразие методов и мест освоения, включая обучение на рабочем месте, объем которого гибко регулируется	В основном на базе учебного заведения, периоды производственной практики, направленные на закрепление умений, жестко фиксированы

Предлагаемый подход к модульному обучению отличается от традиционно используемого в учебных заведениях блочно-модульного подхода, поскольку в рамках отдельного модуля осуществляется комплексное освоение умений и знаний в рамках формирования конкретной компетенции, обеспечивающей выполнение конкретной трудовой функции, отражающей требования рынка труда.

Важно подчеркнуть, что разработка и реализация модульных программ предполагает наличие постоянной обратной связи с требованиями работодателей к умениям и знаниям работников, что обеспечивает качество подготовки последних.

Важнейшая особенность модульного подхода состоит в гибкости программ обучения, поскольку:

- они обеспечивают индивидуализацию обучения для каждого обучающегося исходя из его уровня знаний и умений и предыдущего обучения (или трудового опыта) путем комбинирования необходимых модулей;
- возможно использование одних и тех же модулей в нескольких учебных программах (таких как техника безопасности, эффективное общение и т.д.).

Другие преимущества модульных программ состоят в том, что:

- по мере изменений требований сферы труда в модули могут быть оперативно внесены необходимые изменения или же отдельные модули в программе могут быть заменены;
- на основе различных комбинаций модулей можно формировать самые различные курсы обучения в зависимости от потребности обучающихся и их исходного уровня (т.е. умений, знаний и опыта, полученного в ходе ранее завершеного обучения или трудовой деятельности).

Модульные программы касаются только профессиональной составляющей образовательной программы и не относятся к общеобразовательным предметам, которые преподаются традиционными методами.

Функциональный анализ

Функциональный анализ представляет собой описание трудовой деятельности через функции и результаты. Данный метод используется для различных целей, включая разработку работодателями профессиональных стандартов. Если профессиональные стандарты отсутствуют, функциональный анализ осуществляют при разработке образовательных стандартов и программ представители сферы образования в тесном сотрудничестве с представителями предприятий. По сути, в ходе функционального анализа проводится своего рода инвентаризация самой профессиональной деятельности в рамках определенной профессии/специальности или области профессиональной деятельности (вида экономической деятельности) в целом.

Международным сообществом признано, что данный метод в наибольшей степени соответствует особенностям современного развития отраслей и организации труда на различных предприятиях. Преимущество этого метода в том, что он позволяет оперативно учитывать изменения в технологии и организации труда на региональных рынках труда, где будут работать выпускники учебных заведений.

Следует пояснить, что раньше, когда трудовая деятельность была раздроблена на небольшие циклы и стандартные операции, характерные для массового производства и бумажного (не электронного) делопроизводства, функциональный анализ не был нужен. Вполне хватало анализа задач, не включающего в себя так называемые «нетехнические» аспекты труда, такие, как планирование, решение задач, координация и коммуникация. Сегодня именно эти «нетехнические» аспекты лежат в основе требований современной экономики и работники должны обладать многими умениями и быть адаптивными.

Выявленные функции лежат в основе разработки образовательных программ, поскольку они, по сути, представляют собой набор ожидаемых результатов обучения. После выявления функций, выполняемых работником определенной профессии различных уровней квалификации, и тех компетенций, которые нужны для выполнения этой трудовой/профессиональной деятельности, составляется функциональная карта.

Функциональная карта состоит из описаний:

- основной цели области профессиональной деятельности (предназначение области профессиональной деятельности);
- видов трудовой деятельности, необходимых для выполнения профессиональной деятельности определенного предназначения;
- трудовых функций, входящих в каждый вид трудовой деятельности. В полную функциональную карту входят функции различных квалификационных уровней, так как любая область профессиональной деятельности включает в себя и управленческие, и исполнительские функции.

Таким образом, процедура анализа направлена на последовательное уточнение основной цели и ее дробление до уровня трудовых функций. Рассмотрим каждый компонент функциональной карты подробнее.

Основная цель кратко описывает область профессиональной деятельности как суммарный результат того, что должно быть в ней достигнуто.

Виды трудовой деятельности обеспечивают достижение основной цели области профессиональной деятельности. Можно сказать, что основная цель как бы «разворачивается» в виды трудовой деятельности, необходимые для выполнения основного предназначения области профессиональной деятельности. Число видов трудовой деятельности зависит от ее сложности.

Трудовые функции. Каждый вид трудовой деятельности далее «раскладывается» на конкретные трудовые функции, которые должны выполняться в данном виде трудовой деятельности.

Примеры:

Вид трудовой деятельности — отстаивать интересы организации.

Трудовые функции:

- анализировать внешнее и внутреннее окружение организации;
- влиять на внешнее и внутреннее окружение в интересах организации.

Вид трудовой деятельности - разрабатывать стратегию организации.

Трудовые функции:

- формировать общую стратегию организации;
- руководить составлением бизнес-плана организации.

Вид трудовой деятельности - получать одобрение стратегии организации от различных заинтересованных сторон.

Трудовые функции:

- получать одобрение стратегии и бизнес-плана со стороны правления и акционеров организации;

- получать одобрение стратегии и бизнес-плана внешними заинтересованными сторонами;
- мотивировать работников на использование ресурсов, необходимых для достижения стратегических целей организации.

Любая функциональная карта должна включать в качестве отдельного элемента сквозные, или надпрофессиональные, функции, отражающие надпрофессиональные компетенции, т.е. компетенции, связанные с организацией труда и рабочего места, техникой безопасности и охраной труда, экологической безопасностью и взаимодействием работника с коллегами, руководством и клиентами. Эти функции интегрируются во все трудовые функции и обеспечивают эффективную трудовую деятельность в любой профессиональной области. Сформированные компетенции могут быть успешно использованы даже при смене рабочего места или сферы трудовой деятельности.

В процедуре разработки функциональной карты обязательно должны принимать участие специалисты из той области профессиональной деятельности, для которой эта карта разрабатывается. Другими словами, разработка функциональной карты осуществляется только при активном участии социальных партнеров с предприятий. Проект функциональной карты обязательно утверждается работодателями.

Для удобства описания в функциональной карте применяются условные обозначения: виды трудовой деятельности кодируются заглавными латинскими буквами А, В, С и т.д. или римскими цифрами I, II, III, IV и т.д.

Трудовые функции кодируются добавлением к буквенному коду или цифровому обозначению основной функции соответствующих цифровых обозначений А1, А2, А3, В1, В2, В3, С1, С2С3,... и т.д.

При составлении функциональной карты необходимо указывать:

- основную цель деятельности в рамках данной профессиональной области - в обобщенном виде (одно предложение); виды трудовой деятельности;
- трудовые функции.

Пример функциональной карты приведен в Приложении 1.

Анализ потребности в умениях

Организационные процедуры составления функциональной карты и сбора дополнительной информации, необходимой для последующего проектирования на базе функциональной карты модульных программ в международной практике носит условное название «Анализ потребности в умениях» (АПУ).

Задача анализа потребности в умениях — выявить трудовые функции работника и требования к качеству их выполнения для последующего проектирования модульных программ, основанных на компетенциях.

Основное назначение АПУ состоит в выявлении или уточнении результатов обучения для разработки модульных программ, основанных на компетенциях, или для обновления содержания программ, поскольку даже самые совершенные образовательные стандарты не могут учесть все значимые требования рынков труда и региональных работодателей.

Конечной целью АПУ является обеспечение максимального соответствия содержания образовательных программ постоянно меняющемуся спросу современного мира труда.

Следовательно, анализ потребностей в умениях способствует:

- улучшению связи учебного заведения с миром труда;
- повышению качества подготовки специалистов;
- совершенствованию стратегии развития учебного заведения;
- определению направлений и областей повышения квалификации профессионально-педагогического состава учебного заведения, поскольку в связи с новыми требованиями работодателей необходимы и новые компетенции преподавателей, и мастеров производственного обучения;
- развитию ориентированных на практику исследовательских проектов в учебных заведениях;
- налаживанию связей учебного заведения с предприятиями, что приводит к активизации деятельности учебного заведения по развитию программ дополнительного профессионального образования (непрерывного обучения) для предприятий.

Объекты АПУ. Поскольку компетенция представляет собой интеграцию знаний, умений, опыта и отношений, при описании требований к качеству выполнения трудовых функций надо выбрать те знания и умения, являющиеся показателем составных элементов компетенций, которые могут быть измерены и реально сформированы в ходе обучения. Именно знания и умения являются основными объектами анализа.

В процессе АПУ происходит согласование функциональной карты и определение знаний и умений, необходимых для выполнения трудовых функций. Кроме того, как дополнительный параметр уточняются показатели личностных качеств, формировать которые следует в ходе обучения.

Современная сфера труда требует наличия у работника любого уровня квалификации не только собственно профессиональных/технических компетенций, т.е. непосредственно связанных с технологическими и бизнес-процессами, но также надпрофессиональных и ключевых компетенций. Ключевые компетенции являются фундаментом для дальнейшего обучения и профессионального развития выпускника системы профессионального образования.

Таким образом, качественное и эффективное выполнение каждой трудовой функции предполагает актуализацию целостности трех групп компетенций.

Формат проведения АПУ. Для АПУ учебные заведения должны организовать исследование, основанное на сборе и анализе данных, полученных в ходе интервьюирования работников предприятий, условно называемых «работодатели».

Условия проведения АПУ. Как известно, сейчас учебным заведениям профессионального образования приходится уделять все больше и больше внимания вопросам повышения качества и эффективности собственной деятельности. Это вызвано рядом причин:

- растущая конкуренция на рынке образовательных услуг;
- необходимость расширения функций учебных заведений профессионального образования для удовлетворения потребностей различных категорий населения в рамках развития непрерывного профессионального образования и обучения.

Повышение качества деятельности напрямую зависит от того, насколько тесно учебные заведения взаимодействуют с субъектами сферы труда — с работодателями. В настоящее время учебные заведения практикуют различные формы такого взаимодействия, в том числе:

- организацию производственной практики студентов на предприятии;
- привлечение работников предприятия к проведению семинаров и занятий в учебном заведении;
- трудоустройство выпускников;
- профориентацию и консультирование;
- участие работодателей в определении требований к специалистам (выпускникам) и оценке качества подготовки выпускников.

Пока работодатели в недостаточной мере участвуют в формировании содержания образовательных программ; при этом даже в тех учебных заведениях, где оно практикуется, отсутствует методика выявления потребностей и их трансформации в содержание образовательных программ. Изучение потребности в умениях с помощью функционального анализа является тем звеном, отсутствие которого препятствует реальному повышению качества образовательных программ. Можно сказать, что АПУ становится областью пересечения интересов учебных заведений профессионального образования и социальных партнеров на рынке труда.

Хорошо, когда анализ потребностей в умениях становится неотъемлемой и обязательной частью деятельности учебного заведения в рамках его стратегии обеспечения качества, для чего педагогический коллектив учебного заведения должен четко понимать цели и задачи АПУ, а также освоить принципы, процедуры и методы его выполнения.

Правила и процедуры АПУ. Механизм анализа потребности в умениях состоит из двух этапов - опроса работодателей и анализа, данных опроса.

Эффективное проведение АПУ предполагает соблюдение обязательных требований, включающих в себя:

- грамотно составленные анкеты;
- наличие рабочей группы и подготовленных интервьюеров из числа преподавателей и мастеров производственного обучения учебного заведения;
- ясное и четкое объяснение руководителям предприятия, для чего проводится анкетирование; выполнение процедур анкетирования;
- тщательный анализ информации, полученной при анкетировании;
- использование полученных данных для коррекции реализуемых образовательных программ и формирования новых (по новым профессиям и специальностям обучения) при возникновении соответствующей потребности на рынке труда.

В Приложении 2 приведен образец анкеты для проведения АПУ.

Более подробную информацию о технике составления модульных учебных программ можно найти в следующих учебных пособиях:

- «Модульные технологии: проектирование и разработка образовательных программ», О.Н. Олейникова, А.А. Муравьева, Ю.Н. Коновалова, Е.В. Сартакова – М.: Альфа М; ИНФРА – М, 2010. – 256 с.: ил.
- «DACUM в профессиональном образовании», Н.С. Рахимов, Б.М. Фарши-Джалали, Ташкент, 2008³¹

Также в приложении 3 приведена анкета оценки образовательной программы, которая может стать инструментом менеджеру ЦОВ для проверки и утверждения учебных программ.

³¹ Электронная версия методического пособия на сайте Представительства *dvv international* в Узбекистане: <http://www.dvv-international.uz/>

ТРЕБОВАНИЯ К РАБОТНИКАМ ЦОВ И ПОДБОР ПЕРСОНАЛА

Каждый руководитель хочет иметь в своем штате квалифицированных и деятельных сотрудников, приносящих реальную пользу и принимающих активное участие в развитии организации. Поэтому подбор персонала – работа всегда непростая, и следует уделять ей особое внимание. Она требует ответственного подхода и не терпит суеты.



Подбор кадров - определение психологических и профессиональных качеств людей с целью определения их соответствия конкретной работе. При подборе кадров учитываются: желание или нежелание кандидата заниматься данной деятельностью, способность выполнять эффективно данную деятельность и потребность предприятия в данных работниках. При кадровом подборе также

учитываются морально-этические, половозрастные и психологические особенности конкретного человека (темперамент, характер, способности, направленность личности). В целом подбор кадров должен сочетать социальную зрелость, моральные качества, профессиональную компетентность и специальную диагностику психологических особенностей человека³².

Прежде чем приступить к поиску и подбору персонала ЦОВ необходимо разработать ясные требования к претенденту на ту или иную должность.

Требования к специалисту, работающему с взрослыми, вытекают из особенностей взрослых обучающихся. Отличие взрослого обучающегося от молодого в том, что он:

- приходит учиться добровольно, без принуждения;
- он оценивает, анализирует, отбирает знания и внутренне их корректирует на основе своего опыта, мотиваций, ценностных ориентаций;
- осознаёт себя самостоятельной личностью;
- имеет большой запас жизненного (бытового, профессионального, социального) опыта, который становится важным источником обучения его самого и его коллег;
- его мотивация к обучению определяется стремлением решить свои жизненно важные проблемы и достичь конкретных целей;
- стремится к скорейшей реализации полученных знаний, умений, навыков и качеств;

³² Управление персоналом Словарь-справочник: <http://psyfactor.org/personal0.htm>

- его учебная деятельность в значительной мере обусловлена временными, пространственными, бытовыми, профессиональными, социальными факторами (условиями).

Обучение взрослого человека эффективно проводит специалист, имеющий специальную подготовку. Профессионала, занятого в сфере образования взрослых, называют андрагогом.

Андрогог – специалист, выступающий как социальный посредник в различных формах взаимодействия с взрослыми, способствующий приобретению ими новых знаний и актуализирующий деятельность взрослого человека в образовательном плане – для достижения социально значимых целей³³.

Мировоззрение андрогога строится на том, что каждый человек:

- имеет собственные достоинства (акцент на его сильные стороны, поиск скрытых ресурсов);
- в своей основе активен (активность - физическая, психическая или социальная — позитивна);
- хочет отвечать за себя (андрагог отвечает за структуру и содержание, облегчающие процесс обучения, а обучающийся — за прилежание, уважение к остальным участникам учебного процесса);
- может развиваться (нет безнадежных обучающихся, есть не стимулирующие и не мотивирующие их развитие андрогоги).

Андрогог владеет техникой толерантного общения, включающей такие приемы как активное слушание, зрительный контакт, умеет поддерживать обучающегося, достичь с ним взаимопонимания, стимулировать процессы его самосознания и саморазвития. С учетом этого основные требования к преподавателям ЦОВ можно сформулировать следующим образом:

- наличие соответствующей квалификации и опыта, необходимые для проведения обучения определенной специальности;
- знание андрогогических принципов обучения;
- умение ориентироваться в мире информации;
- навыки коммуникативной культуры, позволяющей вступать во взаимодействие с другими людьми;
- знание информационных образовательных технологий, делающих продуктивным процесс обучения.

Здесь перечислены лишь минимальные требования к потенциальному работнику ЦОВ, однако практика показывает, что в профессиональных колледжах не всегда

³³ Учебно-методическое пособие «Особенности обучения взрослых», Ташкент: ИРК и ПКССПО 2011, 178 стр.

можно найти специалиста, который отвечал бы всем этим требованиям. Распространенными недостатками являются: отсутствие знаний в области андрагогических принципов обучения, недостаточные знания информационных образовательных технологий.

Опыт работы кандидата для многих руководителей является, чуть ли не основным критерием при приеме на работу. Однако кандидат может быть профессионалом и приятным во всех отношениях человеком, но если при этом у него отсутствует желание работать, он может оказаться совершенно неэффективным. Многие работодатели объясняют это отсутствием "блеска в глазах". Эксперты считают, что в этом случае имеется в виду именно внутренний потенциал. Работодатель, нацеленный на долговременную работу сотрудника в организации, стремится принять на работу человека, который впоследствии будет не только качественно исполнять свои функциональные обязанности, но и вносить свой вклад в развитие бизнеса компании. Поэтому потенциал профессионального и личностного роста сотрудника, особенно в современных условиях, является одним из ключевых критериев.

Иногда лучше взять на работу человека без опыта и сразу обучить его так, как требует внутренний регламент организации, потому что выучить, как правило, бывает легче, чем переучить.

Среди существующих способов поиска сотрудников можно выделить четыре:

- поиск сотрудников внутри организации;
- поиск через органы образования;
- поиск сотрудников при помощи объявлений в СМИ;
- поиск сотрудников через агентство.

Подбор персонала может осуществляться самыми различными способами, среди которых нет универсального. Наилучший результат достигается, как правило, в том случае, когда методы подбора представляют собой комплексную систему.

Методы должны быть достоверными. С целью повышения достоверности выводов (суждений) используется метод сравнения результатов нескольких альтернативных процедур отбора (например, тестирование, собеседование и получение информации от «третьих» лиц — тех, кто достаточно хорошо знает кандидата). Если результаты одинаковые или сходные, выводы можно считать достоверными. В противном случае нужно более глубоко и тщательно проанализировать полученные данные.

Процесс подбора персонала ЦОВ может состоять из следующих основных этапов:

1. определение потребности в персонале ЦОВ;
2. анализ имеющихся кадров колледжа (при отсутствии подходящих распространение информации о вакансии);
3. предварительная беседа. На встрече необходимо рассказать об идее открытия ЦОВ и о требованиях к его работникам. На этом этапе можно

- подробнее узнать про образование, опыт работы, составить представление о коммуникативных навыках кандидата;
4. проверка рекомендаций. Зачастую от предыдущего руководителя или коллег кандидата можно не только выяснить какую-либо информацию о претенденте, но и получить полезные сведения о том, в чем этот человек силен или какие с ним могут быть проблемы. Однако предыдущий руководитель или кто-либо из бывших коллег кандидата могут быть необъективными в его оценке, особенно в случае, если «не сошелся с ним во взглядах»;
 5. анализ результатов;
 6. принятие решения о пригодности кандидата для работы в ЦОВ;
 7. подготовка проекта трудового договора. В случае положительного решения о приеме на работу сотруднику сообщается список необходимых документов, с ним согласовывается дата обсуждения проекта трудового договора. К этому сроку на основе типового трудового договора составляется проект с учетом всех особенностей конкретной должности.

Известно, что правильный выбор может помочь в увеличении производительности, прибыли и повышении «боевого духа» сотрудников организации.

Неправильный выбор обычно приводит к большой текучести персонала или недостаточной компетенции сотрудников. Если руководитель подобрал не того человека, то придется снова тратить деньги на подбор новых людей. Это может существенно увеличить расходы любой организации.

Деятельность ЦОВ следует организовать в специально отведенном помещении, где есть возможность создать необходимые условия для организации учебного процесса. Рекомендуется выделить не менее двух комнат: класс для проведения занятий и консультаций вместимостью 15-20 человек и комната для сотрудников ЦОВ.

Аудитория для проведения обучения должна быть просторной и светлой. Хорошо предусмотреть наличие свободных стен для размещения наработанных флип-чартных листов.

Класс надо обеспечить мебелью, а также техническими средствами обучения, стендами, учебными наглядными пособиями, учебно-методической литературой и дидактическими материалами. В своей деятельности ЦОВ имеет возможность использовать другие учебные классы, мастерские, а также оборудование профессионального колледжа. Самое главное: работа по обучению взрослых не должна препятствовать основной деятельности колледжа.

Любое образовательное мероприятие по обучению взрослых включает не только учебный процесс, но и всю подготовительную, а также заключительную работу. На каждом из этих этапов, в определенный период времени, решается ряд задач.

Подготовка курса или семинара предполагает выполнение следующих организационных мероприятий:

- подбор и организация подготовительной работы с преподавательским составом;
- подготовка материально-технической базы и смет для проведения учебного мероприятия;
- агитационно-пропагандистская работа по набору слушателей семинара (более подробно см. следующий раздел);
- подбор и изготовление учебно-методической документации и наглядных пособий;
- составление учебного расписания занятий.

Работу над подготовкой учебного мероприятия рекомендуется начинать заранее, примерно за 1-2 месяца до его начала. Ведь может возникнуть достаточно вопросов, для решения которых необходимо время, а иногда дополнительные средства, материалы и ресурсы.

Один из принципов обучения - принцип наглядности предполагает организовать обучение таким образом, чтобы слушатели усваивали знания на основе чувственного восприятия реальных предметов, явлений или их изображений. И чем больше органов чувств обучаемых примет участие в восприятии какого-нибудь впечатления или группы впечатлений, тем более полно они будут восприняты и тем прочнее усвоятся.

Весь подсобный учебно-методический материал и наглядные пособия делятся на две группы:

- материал и пособия, выдаваемые слушателям для личного пользования (раздаточные материалы и инструкции, методические рекомендации);
- учебно-методические наглядные пособия в помощь преподавателям.

Планирование учебного процесса должно исходить из расписания учебных занятий, планов и раздаточных материалов практических и теоретических занятий.

Расписание учебных занятий составляется на основании учебных планов и программ. В расписании устанавливаются наиболее целесообразные, с точки зрения преподавателей, чередования занятий по разделам и темам учебных планов на дни занятий и внутри дня, время начала и окончания каждого занятия. Правильно составленное расписание обеспечивает равномерное распределение учебной нагрузки, соблюдение принципа систематичности и последовательности в обучении.

Существуют определенные принципы составления расписания:

- не рекомендуется ставить в расписании подряд более двух часов занятий по трудным для восприятия темам теоретического обучения, их надо чередовать с занятиями по другим, более простым темам;
- занятия по темам, требующим большой домашней работы не ставить вместе, их следует равномерно распределять на весь период обучения;
- стремиться, чтобы на семинаре занятия были разнообразными по содержанию;
- по возможности чередовать теоретические и практические занятия в пределах одного дня;
- продолжительность занятия по темам теоретического обучения устанавливается 45 мин, перерывы между занятиями - 10 мин. В период практического обучения рекомендуется предусматривать перерывы для отдыха продолжительностью до 10 мин. через каждые 60-90 мин. работы;
- практические занятия, требующие физической нагрузки, не должны следовать непосредственно после приема пищи.

Очень важно, чтобы расписание проведения занятий подходило под график слушателей. Поэтому на этапе набора слушателей желательно провести мини-опрос для выявления наиболее удобного для времени и графика обучения. К расписанию занятий обучения взрослых надо подходить гибко и всегда допускать, что оно при необходимости может быть скорректировано.

Желательно позаботиться и о технических средствах обучения. К ним можно отнести доску флип-чартную, видео проектор и персональный компьютер. Очень важно, чтобы столовая колледжа была доступна также и для взрослых слушателей – они должны иметь возможность во время перерывов выпить чай, кофе и поесть. Все важные организационные моменты должны были быть выполнены до начала процесса обучения.

Шаг №3: Маркетинг образовательных услуг Центра обучения взрослых:

- ✓ Понятие, функции, специфика и особенности маркетинга образовательных услуг;
- ✓ Рынок образовательных услуг, что надо о нем знать и почему это необходимо;
- ✓ Образовательные услуги Центра обучения взрослых: разработка и развитие новых продуктов;
- ✓ Определение цены образовательных продуктов, разработка ценовых стратегий;
- ✓ Реклама и продвижение образовательных услуг Центра обучения взрослых

ПОНЯТИЕ, ФУНКЦИИ, СПЕЦИФИКА И ОСОБЕННОСТИ МАРКЕТИНГА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

Существует множество определений раскрывающих понятие «маркетинг». Мάρкетинг (от англ. marketing — продажа, торговля на рынке) в общем понимании, рассматривается как управление созданием товаров и услуг, и механизмами их реализации, как единым комплексным процессом.

Известный во всем мире специалист в области маркетинга Филип Котляр следующее определение: *«Маркетинг – вид человеческой деятельности направленный на удовлетворение нужд и потребностей посредством обмена».*

По мнению другого известного специалиста в области современного менеджмента, Питера Друккера: *«Цель маркетинга - сделать усилия по сбыту ненужными. Его цель - так хорошо познать и понять клиента, что товар или услуга будут точно подходить последнему и продавать себя сами».*

В мире существует более 1000 определений маркетинга. В данном пособии предлагается использовать следующую редакцию этого определения: *«Маркетинг образовательных услуг, это процесс управления, включающий в себя определение, прогнозирование и удовлетворение запросов потребителей в личностном и профессиональном развитии при достижении прибыли, обеспечивающей устойчивое развития образовательного учреждения».* Данное определение позволяет понять, что включает в себя процесс маркетинга и какие цели он преследует.

Рассмотрение сущности маркетинга образовательных услуг стоит начинать с составляющих его элементов: субъектов и объектов маркетинга образовательных услуг. К объектам маркетинга образовательных услуг, как правило, относят: образовательные учреждения, потребителей услуг, организации и структуры, задействованные в продвижении образовательных услуг на рынке.

В нашем случае в качестве образовательных учреждений рассматриваются сами Центры Образования Взрослых, они предоставляют образовательные услуги, потребителями которых могут выступать как физические, так и юридические лица. Добавим лишь, что конечным потребителем услуг ЦОВ (объектом) маркетинга выступает в основном взрослое население. Поэтому именно взрослые, как конечные потребители, оказывают существенное влияние на выбор направлений, форм, места, времени, источников финансирования самого обучения. Вокруг взрослого человека, выступающего потребителем образовательных курсов, программ, других услуг и формируются маркетинговые отношения по предоставлению образовательных услуг.

С позиции практического маркетинга к основным функциям маркетинга образовательных услуг, осуществляемым ЦОВ, можно отнести:

- исследование и оценка рынка образовательных услуг, прогнозирование изменений его конъюнктуры;

- выявление перспективных направлений обучения, определение объема и ассортимента предоставляемых образовательных услуг;
- оценка потребностей в обучении целевых групп и возможностей по их удовлетворению;
- разработка политики и стратегии ценообразования;
- определение коммуникационной политики, каналов продвижения, способов продаж;
- осуществление сервисного обслуживания в процессе потребления образовательных услуг.

При организации работы по осуществлению маркетинга образовательных услуг следует принимать во внимание, что образовательные услуги имеют свою специфику. Это, значительно отличает их от любых товаров/продуктов, которые покупатель при их приобретении может увидеть, почувствовать, оценить качество. Как следствие, приобретение образовательной услуги для потенциального потребителя всегда связано с большим риском. Формально потребитель любого учебного продукта, записавшись на курс, фактически покупает «кота в мешке». Поэтому в большинстве случаев слушатели, при принятии решения об участии в обучении, обычно в большей степени полагаются на рекомендации или отзывы знакомых ему людей, которые уже имели положительный опыт участия в предлагаемом рынку учебном курсе.

Для того чтобы наглядней представить особенности образовательных услуг, необходимо также рассмотреть важные отличительные особенности обучения как услуги. Для примера, возьмем некоторые основные специфические характеристики образовательной услуги, которые всегда следует учитывать при организации маркетинговой деятельности ЦОВ.

- *Первое:* Образовательная услуга отличается «неосвязаемостью», т.е. её невозможно потрогать, услышать, почувствовать, оценить до момента ее приобретения и потребления.
- *Второе:* Процессы *предоставления и потребления* услуги невозможно разделить. В отличие от обычных товаров, которые начинают использоваться только после их приобретения, образовательная услуга предоставляется и потребляется одновременно. Главная отличительная характеристика образовательной услуги определяется тем, что в процессе её предоставления осуществляется тесное взаимодействие поставщика услуги и потребителя.
- *Третье:* Образовательные курсы и программы как услуга, отличаются нестабильностью, непостоянством качества, а её основные параметры зависят от множества факторов и составляющих. К примеру, качество обучения на одном и том же курсе может значительно отличаться по содержанию и методике проведения занятий в зависимости от уровня подготовки проводящего данный курс преподавателя, состава и мотивированности участников группы слушателей, даже от графика и времени года, в которое проходит обучение.

Следует также учитывать, что при получении образовательной услуги, оценка такого показателя как качество, очень индивидуальна. Оценка качества курса обучения тесно взаимосвязана с восприятием конкретным человеком той или иной методики обучения, уже имеющегося у него уровня знаний и навыков, ценностей и притязаний, предъявляемых к содержанию учебной программы. Очевидно, что все, что перечислено может значительно отличаться у различных людей, посещающих один и тот же курс. Из этого и вытекают разные оценки, которые могут дать слушатели одного курса.

- *Четвертое:* По своей природе образовательные услуги отличаются несохраняемостью. Например, для тех, кто не пришел вовремя, или пропустил очередное занятие. Несмотря на возможность пользования конспектами других и учебными раздаточными материалами, само пропущенное занятие нельзя повторить или провести многократно с тем же содержанием. Следует также отметить, что полученные знания могут быть забыты, утрачены, подвержены старению, что вызывает необходимость их постоянного пополнения и обновления.

Таким образом, в общем понимании можно сказать, что под *образовательной услугой* подразумевается *неосязаемая деятельность, которую одна сторона (учебный центр) предлагает другой (слушателю) для достижения количественных и качественных изменений в уровне его знаний, навыков, профессиональных и личных компетенций.* Предоставление образовательной услуги тесно взаимосвязано с сервисным обслуживанием слушателей, качеством управления учебным процессом и выбором маркетинговой стратегии. Предлагаемые ЦОВ образовательные услуги, в конечном счете, формируют лояльное отношение к нему потребителей, и оказывают непосредственное влияние на увеличение его прибыли.

Организуя маркетинговую деятельность ЦОВ, необходимо понимать, что сама образовательная услуга неотделима от такого субъекта обучения как тренер-преподаватель. Профессиональные знания, использование специальных методик обучения взрослой аудитории, умение владеть аудиторией, установить доверительные отношения со слушателями, существенным образом влияют на результаты обучения. Поэтому подбор и подготовка преподавателя или другого лица, ведущего процесс обучения, играет порой даже большую роль, чем хорошо разработанные программы и учебные материалы. Допущенные в работе с преподавателями просчеты, могут привести к существенным проблемам в деятельности Центров (неудовлетворенность слушателей, отклонение от получения запланированного результата, отказ от занятий со стороны некоторых слушателей и т.п.).

РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ЧТО НАДО О НЕМ ЗНАТЬ И ПОЧЕМУ ЭТО НЕОБХОДИМО

Наличие достоверной и достаточной для принятия маркетинговых решений информации о рынке образования, на котором действует учебный центр, помогает персоналу ЦОВ правильно провести оценку рынка образовательных услуг, прогнозировать и отслеживать происходящие на нем изменения. Полученная при изучении рынка информация позволяет выявить целевые группы потенциальных клиентов, правильно оценить их потребности в профессиональном и личностном развитии, на основе чего, в свою очередь, определяются перспективные направления обучения, объем, содержание и ассортимент предлагаемых клиентам образовательных услуг.

Как можно использовать основную информацию о рынке в деятельности ЦОВ?

Во-первых, получение необходимой информации о рынке, дает возможность администрации ЦОВ ясно видеть и представлять ситуацию, правильно строить и осуществлять свою маркетинговую стратегию по завоеванию рынка и потенциальных клиентов.

Во-вторых, полученные в результате исследования рынка данные и сведения могут быть положены в основу разрабатываемых Центрами бизнес планов, служить основой эффективного управления, любого образовательного учреждения.

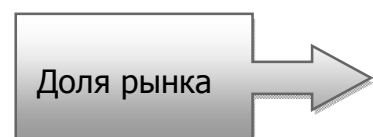
Рассмотрим основные понятия, которые необходимы при проведении исследования и оценки рынка образовательных услуг.



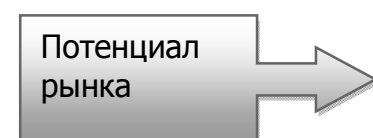
Общее количество конкретных образовательных услуг, которое могут потребить потребители данного рынка в конкретный отрезок времени



Общий объем продаж конкретного учебного продукта в конкретный отрезок времени всеми образовательными структурами данного рынка



Отношение объема продаж услуг ЦОВ к общему объёму продаж данной услуги на рынке в конкретный отрезок времени



Предел к которому стремится спрос на образовательные услуги при приближении затрат на маркетинг к такой величине, что их дальнейшее увеличение уже не приводит к росту спроса.

Следует заметить, что информация, характеризующая приведенные выше понятия, может быть собрана и оценена сотрудниками ЦОВ с использованием инструментов анализа, описанных в разделе данного пособия «Полезные инструменты для проведения анализа». Собранная информация даст возможность решать многие вопросы, связанные с разработкой и реализацией основных маркетинговых стратегий. Возможности и сферы применения данной информации приведены в таблице 3.1.

Таблица 3.1

Основные характеристики рынка образования	Что даёт информация и как может использоваться ЦОВ	Способы получения информации	Где используется полученные результаты
Емкость рынка	Позволяет правильно оценить объемы существующего спроса на конкретные учебные продукты. Дает возможность оценить привлекательность рынка и возможность получения достаточного количества прибыли при его освоении	Сбор и анализ статистической информации, наблюдения	Для оценки привлекательности различных сегментов Для разработки стратегий роста и расширения деятельности
Объем рынка	Позволяет оценить существующие на рынке предложения и масштабы конкуренции	Сбор и анализ статистической информации, анализ отчетов образовательных учреждений об организованном обучении	Планировать маркетинговые стратегии по товару, рекламе и продвижению
Доля рынка	Позволяет определить положение ЦОВ и его конкурентов на существующем рынке	Сравнительный анализ объема рынка и показателей обучения, достигнутых ЦОВ, и другими образовательными учреждениями	Дает возможность наметить стратегии по завоеванию доли рынка конкурентов и предусмотреть собственные защитные действия
Потенциал рынка	Позволяет планировать рост и спад в обучении, намечать и осуществлять планирование разработки новых учебных продуктов их репозиционирование.	Анализ тенденций роста или снижения спроса на различные виды обучения	Выявление трендов, разработка планов развития сети, либо сокращения и замены существующих продуктов новыми

Сегментация рынка образовательных услуг

Разные потребители имеют разные предпочтения и желают приобретать разные товары и услуги. Для того, чтобы удовлетворить различные потребности различных клиентов, образовательные центры должны стремиться выявлять группы потребителей, которые, скорее всего, положительно воспримут и отреагируют на предлагаемые ЦОВ учебные курсы и программы, и станут их покупать. В связи с этим любой образовательный центр ориентирует свою маркетинговую деятельность, прежде всего, на данные целевые группы потребителей.

Поэтому сегментация рынка, является одним из важных направлений маркетинговой деятельности, позволяющей сконцентрировать свои, как правило, ограниченные средства и ресурсы на определенных направлениях обучения, и сфокусировать свое внимание на определенной группе клиентов, потребности которых они могут удовлетворить с наибольшей вероятностью. Для максимального удовлетворения потребностей наибольшего количества потребителей каждый ЦОВ должен:

- выявить и изучить различные группы потенциальных потребителей, заинтересованных в получении определенных образовательных продуктов и услуг;
- выбрать наиболее подходящие, с учетом возможностей ЦОВ, сегменты рынка для взаимодействия с выбранной группой потенциальных потребителей;
- определить эффективные пути и методы проведения в выбранном целевом сегменте работы, по доведению до потребителей информации о предоставляемых рынку учебных продуктах, их отличительных особенностях и выгодах, которые получают клиенты, приобретая данные услуги именно у вас.

В общем принятом понимании, сегментация рынка заключается в его разделении на относительно схожие группы потребителей (рыночные сегменты), которые могут быть ориентированы на приобретение разных учебных продуктов и, соответственно, требовать разных подходов в организации маркетинговых усилий по достижению эффективных продаж.

Рыночный сегмент – это группа потребителей, характеризующаяся однотипной реакцией на предлагаемые учебные продукты и набор маркетинговых стимулов.

Попробуем найти ответы на вопрос: Что дает ЦОВ проведение сегментации рынка? Назовем несколько наиболее важных причин, по которым необходимо проделать эту работу.

Сегментация рынка образовательных услуг необходима, так как:

- Позволяет иметь характеристику основных клиентских групп;
- Дает возможность выявить и описать основные потребности клиентов;
- Позволяет предложить выявленным клиентам образовательные услуги, удовлетворяющие эти потребности;
- Помогает определить основные маркетинговые стратегии по завоеванию своих потенциальных клиентов;
- Позволяет выбрать эффективные каналы/ способы рекламы и продвижения предлагаемых учебных продуктов.

Анализ практики работы ЦОВ позволяет предложить принципы сегментации и целевые сегменты³⁴. В качестве таких сегментов могут быть определены следующие основные группы потенциальных потребителей образовательных услуг:

- Молодые люди и взрослое население, желающие иметь квалификацию для получения работы в качестве оператора персонального компьютера, а также использовать знания компьютера в работе которую они уже выполняют, либо для собственных нужд;
- Домохозяйки, желающие получить навыки и знания по направлению обучения «Швейное дело», для использования в быту и возможности получения надомной работы;
- Местное население, желающее повысить уровень своих доходов путем приобретения знаний и получения работы на условиях полной и частичной занятости, надомного труда, в том числе в предпринимательских структурах, а также создания возможностей для деятельности в качестве участников семейного предпринимательства;
- Безработные, желающие приобрести новую специальность, знания и навыки для получения работы;
- Лица желающие изменить свою деятельность, путем переподготовки, приобретения новых знаний, навыков;
- Организации и бизнес структуры, работающие в сфере услуг, ресторанного бизнеса, торговли, желающие обучить своих работников современным методам работы, по востребованным предприятиями сферы услуг специальностям;
- Начинающие и действующие предприниматели, нуждающиеся в открытии своего бизнеса и обеспечении конкурентоспособности собственных предприятий;
- Вновь создаваемые и перепрофилируемые предприятия, нуждающиеся в переобучении имеющихся сотрудников и получении квалифицированных работников, умеющих работать по новым технологиям и на современном оборудовании

При проведении сегментации местного рынка каждый центр будет руководствоваться спецификой и особенностями региона, но поставленные при

³⁴ Принципы сегментирования, использованные ЦОВ Самаркандской, Андижанской и Сурхандарьинской областей при разработки бизнес планов деятельности в 2010 году.

этом цели должны быть одинаковыми: *определить целевые группы клиентов нуждающихся в обучении и развитии собственного потенциала, выявить их специфические потребности и предложить способы, которыми ЦОВ может удовлетворить эти потребности.*

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ ЦЕНТРА ОБУЧЕНИЯ ВЗРОСЛЫХ: РАЗРАБОТКА И РАЗВИТИЕ НОВЫХ ПРОДУКТОВ

Как правильно определить ассортимент предоставляемых образовательных услуг и развивать их?

Как показывает практика, решение данного вопроса зависит от многих аспектов. Конечно, всегда есть соблазн взяться за удовлетворение всех потребностей в обучении существующих на вашем рынке образования. Ведь все они по идее могут быть объектом деятельности вашего Учебного центра. Однако анализ реальной практики деятельности ЦОВ показывает, что предлагая потенциальным клиентам привлекательные курсы и программы, не оценив при этом собственные возможности для их предоставления, Центры очень рискуют потерять реальных клиентов уже на ранней стадии своей деятельности.

В связи с этим, принимая окончательное решение по включению конкретных курсов в пакет предлагаемых ЦОВ учебных продуктов, следует получить ответы на следующие основные вопросы:

- кто будет потенциальным потребителем вашей услуги?
- подходит ли новый продукт к вашей стратегии, соответствует ли миссии?
- кто может, и будет платить за обучение? И как много?
- что действительно нужно целевому потребителю?
- как далеко вы можете продвинуться в удовлетворении его потребностей?
- кто из ваших конкурентов уже проводит данный курс и есть ли у него существенные преимущества перед вами в организации такого обучения?
- обладаете ли вы необходимыми ресурсами? Каким будет качество данного курса? Как и на сколько, будут удовлетворены нужды потребителей?

При определении тематики предлагаемых курсов и программ, необходимо сразу определиться с объемом и содержанием предлагаемого курса. Сделать это квалифицированно вам поможет использование подходов, изложенных в разделе данного пособия «Особенности разработки программ обучения взрослых». Важно помнить, при разработке любого курса или программы необходимо:

- обеспечить фокус предлагаемого обучения на конкретном результате (выработке требуемых навыков и компетенций, получении новых знаний законодательства, налогообложения, разработке бизнес плана по открытию собственного бизнеса, подготовке плана маркетинга, подготовке финансового анализа, проведении исследования и т.д.);

- знать, какой продукт, удовлетворяет какую потребность/какого потребительского сегмента;

Некоторые виды образовательных услуг, предлагаемых действующими ЦОВ³⁵:

№	Наименование курсов и программ	Потенциальные клиенты	Удовлетворяемые потребности
1	Курс: «Оператор офисных программ и техобслуживание компьютеров»	Безработные, делопроизводители, менеджеры компаний и частных фирм, работающие с компьютерной техникой.	Получение работы, повышение квалификации и развитие навыков для сохранения рабочих мест
2	Курс: «Швейное дело»	Домохозяйки, работники частных швейных производств	Получение навыков для использования в семье и в быту, повышение квалификации и развитие навыков для получения домашней работы
3	Курс: «Обучение кондитерскому делу»	Население района и особенно женщины желающие получить навыки выпечки кондитерских изделий в производственных и домашних условиях	Развитие навыков выпечки кондитерских изделий для использования в собственном бизнесе или получения работы в точках общественного питания
4	Курс: «Парикмахер-стилист»	Безработные ищущие работу, а также лица желающие изменить специальность	Получение работы и создание собственных новых рабочих мест в сфере услуг, а также при содействии махаллинских комитетов
5	Курс: «Сварочные и сантехнические работы»	Безработные мужчины, а также лица желающие получить новую востребованную специальность	Получение востребованной специальности и трудоустройство в структурах обслуживающих жилые массивы, в организациях строительного профиля, занятие предпринимательской деятельностью и оказание платных услуг, по направлению полученной специальности

³⁵ Информация взята из Бизнес плана ЦОВ Ханкинского профессионального колледжа сферы услуг и информационных технологий, разработанного в 2010 и усовершенствованного в 2011 году

6	Курс: «Основы бухгалтерского учета для фермерских хозяйств»	Персонал фермерских хозяйств занимающихся ведением бухгалтерских документов в фермерском хозяйстве	Получение навыков ведения бухгалтерских документов в фермерском хозяйстве, улучшения финансового планирования
7	Курс: «Основы бизнеса и предпринимательства»	Безработные, а также все желающие начать бизнес, в том числе действующие предприниматели, желающие его расширить	Получение знаний необходимых для успешного создания бизнеса и обеспечения его конкурентоспособности

Следует отметить, что осуществляемая ЦОВ образовательная деятельность может, проводиться в различных формах, и учитывать различные аспекты проведения самого обучения, разделяемого в этом случае на:

- формальное и неформальное;
 - начального уровня и более продвинутого;
 - очного, заочного и дистанционного;
 - краткосрочного и долгосрочного;
 - функционального и общего;
 - индивидуального и группового;
 - общего обучения, осуществляемого по свободному набору слушателей;
 - обучения сотрудников внутри предприятий/компаний (закрытые семинары).

С учетом такого подхода, оценка предлагаемых учебных продуктов может осуществляться с учетом особенностей данных продуктов приведенных в таблице № 3.2

Сравнительная характеристика различных образовательных продуктов предлагаемых учебными центрами осуществляющими обучение взрослых

Наименование учебного продукта	Продолжительность обучения	Преимущества и особенности	Недостатки и сложности
Краткосрочные курсы и семинары	От 1 до 3-х дней	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Легче объяснить и сообщить цели потребителю; ▪ Легче получить деньги от клиента; ▪ Легче подготовить и провести; ▪ Клиенту проще найти время для участия в семинаре 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Должны иметь ясную задачу и учебные цели; ▪ Если недостаточно специализированы, возрастает риск быть поверхностными по причине ограниченности во времени; ▪ Обычно требует лучших преподавателей
«Закрытые» программы для сотрудников предприятий/компаний	В зависимости от тематики от 3 до 10 дней	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Обычно хорошо и своевременно оплачиваются; ▪ Обучение требует использования и разбора собственных примеров/проблем деятельности компании; ▪ Способствуют росту имиджа Центра; ▪ В обучении больше используются дискуссии, разбор ситуаций, меньше общих лекций и примеров 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Различные отрасли и особенности работы компаний могут потребовать разработку не стандартных программ; ▪ Требуют изучения специфики компании и отрасли; ▪ Возможен переход с обучения на консалтинг; ▪ Обычно требует опытных тренеров-практиков, знающих специфику предприятия и отрасли
Программы профессиональной подготовки и обучения, по различным направлениям	От одного до шести месяцев	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ориентированы, на общий контингент обучающихся; ▪ Используются стандартные программы и материалы; ▪ Требуют большого количества преподавателей 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Требуют более четкой стыковке учебных блоков, баланса между теоретическим и практическим обучением, в случае отсева слушателей могут быть не рентабельны в последние месяцы обучения; ▪ Требуют решения вопроса организации производственной практики;
Сложные, многомодульные программы по маркетингу и менеджменту	От недели до нескольких месяцев	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Требует четкой координации самой программы и деятельности преподавателей; ▪ В отличие от коротких программ, отбор участников требователен и должен ставить цель иметь сбалансированные группы слушателей по интересам, социальному положению, 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Подготовка является более сложным процессом, требует серьезной работы при наборе слушателей; ▪ Участники должны отдаваться процессу участия в обучении полностью; ▪ Для организации процесса обучения

		<p>статусу, должности и т.д.;</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Более сложная «технология обучения» и подготовки учебного материала 	<p>требуются учебные кейсы</p>
<p>Информативные программы (семинары по изменению в налогообложении, разъяснению новых правил и процедур в связи с принятием новых нормативных документов)</p>	<p>От 4 часов до двух дней</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Легко получить деньги и привлечь людей; ▪ Выглядят легкими, но не могут претендовать на уникальность и будущее развитие; ▪ Должны проводиться профессионально, активно привлекая аудиторию; ▪ Могут использоваться как начальный этап для установления последующих долговременных отношений с потенциальными клиентами 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Требуют привлечения знающих специфику вопроса специалистов и лиц, имеющих отношение к разработке и принятию новых нормативных документов; ▪ Не позволяют использовать имеющийся потенциал преподавателей, требуют привлечения специалистов со стороны

Быстро меняющаяся внешняя среда и окружение, в котором работают Центры обучения взрослых, требуют от них постоянного совершенствования имеющихся и поиска новых учебных продуктов, которые можно предлагать развивающемуся рынку образования для взрослых. Рассмотрим некоторые аспекты, которые следует учитывать, разрабатывая новые учебные продукты:

- необходимо постоянно стремиться осваивать и развивать «молодые» рынки;
- важно опережать появляющиеся на рынке труда новые запросы;
- целесообразно вносить инновации, предлагать новые программы для новых потребителей;
- внимательно следить за конкурентами, они могут дать вам новые идеи и указать на новые возможности развития.

При разработке новых курсов и программ необходимо стараться избегать характерных ошибок и помнить некоторые советы:

- не старайтесь быть всеми для всех;
- убедитесь в том, что новые курсы нравятся и интересны не столько вашим преподавателям, сколько вашим потенциальным клиентам, и они готовы за них платить;
- не повторяет ли новый продукт уже существующий? Каковы будут побочные эффекты?
- если вы пытаетесь увлечь своих клиентов новыми направлениями обучения, убедитесь в том, что они следуют за вами и заинтересованы в этом;
- соотнесите организацию новых курсов с вашими реальными ресурсами и возможностями;
- посчитайте, окупятся ли вложенные в организацию новых курсов затраты, достаточна ли будет получаемая от них прибыль.

Для того чтобы удовлетворить существующие и новые потребности клиентов, нужно сначала научиться понимать их. Это ставит перед сотрудниками ЦОВ

задачу быть в постоянной связи с потребителями. В качестве основных составляющих успеха в организации маркетинга образовательных услуг очень важно:

- проводить систематические опросы по выявлению нужд, и возможностей в удовлетворении потребностей потенциальных клиентов в общеличностном, профессиональном и менеджерском образовании;
- проводить собственную оценку результатов изучения;
- изучать, чем занимается конкурент;
- узнавать, что думают потребители о вас и других «поставщиках» образовательных услуг;
- изучать местные и региональные тенденции в развитии рынка образовательных услуг и перенимать все самое лучшее;
- задумываться не только об имеющихся, но и будущих нуждах потребителей.

Необходимо также быть в постоянной связи с представителями местных сообществ (махаллинских комитетов и других общественных объединений), сотрудниками органов по труду, других организаций, в той или иной мере занимающимися вопросами занятости населения, оказывающими содействие в развитии личностного потенциала людей.

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ЦЕНЫ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ПРОДУКТОВ, РАЗРАБОТКА ЦЕНОВЫХ СТРАТЕГИЙ

Важным аспектом маркетинговой деятельности ЦОВ является выбор и проведение эффективной ценовой политики, разработка действенной стратегии ценообразования.

Организуя эту деятельность, в первую очередь, следует исходить из того, что выбранная вами стратегия ценообразования должна основываться на информации, дающей реальную оценку *желаниям и возможностям* потенциальных клиентов *заплатить за свое обучение*. При определении цены на ваши продукты необходимо принимать во внимание наличие реального покупательского спроса и существующих на рынке предложений. В случаях наличия в вашем регионе достаточного количества конкурентов, необходимо учитывать среднерыночные цены и цены, предлагаемые вашими основными конкурентами. Полезно при этом учесть и сделать поправку на разницу и отличия в качестве предлагаемого обучения, учесть ваши затраты на предоставление сопутствующих обучению услуг.

Ценовая политика призвана решать следующие задачи:

- привлечь целевую аудиторию слушателей на предлагаемые ЦОВ курсы;
- обеспечить финансовую устойчивость ЦОВ, самоокупаемости и прибыльность необходимую для дальнейшего развития.

Цены устанавливаются с учетом особенностей местного рынка образовательных услуг и зависят от характера предлагаемого учебного курса:

- для краткосрочных семинаров обычно устанавливается стандартная цена в расчете на участника за весь курс обучения, за день, за час...;
- для семинаров, организуемых для компаний (закрытых семинаров), цена определяется на 10-15 участников в открытом семинаре той же длительностью, с учетом сложности и специфичности разработанной программы;
- для специальных учебных программ, используются различные основы ценообразования (например, включается стоимость дополнительных учебных и расходных материалов для организации практических занятий, может также включаться стоимость проживания, питания, культурная программа и др.);
- при определении цены за обучение следует учитывать, что клиенту трудно самому оценить ценность предлагаемого курса или семинара.

Необходимо помнить: Цена не всегда дает представление о качестве

Некоторые вопросы обеспечения финансовой устойчивости деятельности ЦОВ.

Выбор образовательных продуктов, их разработка и развитие ставят своей целью обеспечение устойчивости и достижение прибыльности ЦОВ. Поэтому немаловажно проводить оценку экономической эффективности уже предлагаемых и внедряемых учебных продуктов. Это всегда можно сделать на основе расчета такого показателя как «Точка безубыточности» (ТБ). Под точкой безубыточности, или критическим объемом продаж ($Q_{кр}$), в данном случае понимается объем продаж в денежном выражении, при котором возможно покрытие всех расходов Центра без получения прибыли. Очевидно, что все последующие продажи после прохождения ТБ или достижения $Q_{кр}$, будут приносить Центру прибыль, объем которой должен расти с приростом продаж.

Расчет достижения безубыточности производится по следующей формуле:

$$Q_{кр} = И_{пост} / (1 - К_{пер}/100)$$

где: $Q_{кр}$ - критический объем продаж в денежном выражении, при котором будет достигнута безубыточность (тыс. сумов);

$И_{пост}$ – сумма условно-постоянных (фиксированных) затрат (тыс. сумов);

$К_{пер}$ – удельный вес переменных издержек в объеме продаж (%)

После расчета критического объема продаж может быть построен график безубыточности, дающий возможность наглядно представить, где находятся зоны

убытков и прибыльности, графически определить при каких объемах продаж какую прибыль и какие убытки может иметь ЦОВ.

Детальные расчеты критического объема продаж, построение графика безубыточности и его анализ подробно проводятся в разрабатываемых образовательными структурами бизнес-планах³⁶.

РЕКЛАМА И ПРОДВИЖЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ЦОВ

Несмотря на то, что и реклама, и продвижение в английской терминологии характеризуется одним словом «Promotion», каждое из них имеет свою специфику и различия по выполняемым ими целям и задачам. Основной целью и задачей рекламы в сфере образовательных услуг является привлечение внимания потенциальных клиентов, доведение до них информации об образовательном учреждении, месте его расположения, предлагаемых курсах и их стоимости. Целью же собственно продвижения, является оказание психологического воздействия на потенциального слушателя с целью реального привлечения его к обучению на конкретном курсе или семинаре. Для успешной организации рекламных компаний и эффективного продвижения услуг ЦОВ необходимо:

- определить коммуникационную политику, используемую ЦОВ;
- выбрать доступные целевому клиенту средства массовой информации и формы рекламирования, определить эффективные каналы продвижения образовательных услуг;
- определиться с используемыми ЦОВ методами и способами продаж;
- наметить и проработать вопросы сервисного и послепродажного обслуживания слушателей в процессе потребления образовательных услуг.

Деятельность ЦОВ, созданных в рамках реализованного проекта, показала, что организация продвижения предлагаемых образовательными учреждениями учебных продуктов, является наиболее важным элементом используемого ими комплекса маркетинга. От умелого проведения этой работы во многом зависит успешность привлечения в ЦОВ потенциальных клиентов, а значит получения средств и прибыли для дальнейшего их развития и процветания. Прежде всего, необходимо еще раз уточнить, что является основной целью и задачей продвижения образовательных услуг на целевом рынке? Правильное использование маркетинговых подходов в деятельности ЦОВ, должно в первую очередь решить проблемы сбыта предлагаемых рынку учебных продуктов, однако следует, помнить, что максимально эффективно работать на рынке в окружении реальной конкурентной среды, можно лишь осуществляя грамотное планирование рекламных компаний и, организовав активное продвижение учебных продуктов ЦОВ.

³⁶ Финансовая деятельность государственных образовательных учреждения регулируется на основе закона Закон Республики Узбекистан «О Бухгалтерском Учете» (№ 279-I от 30 августа 1996 г.), а также на основе Порядка финансирования (оплаты) расходов бюджетных организаций, утвержденного постановлению Кабинета Министров Республики Узбекистан (№ 414 от 3 сентября 1999 года).

Основываясь на общепринятых в маркетинге подходах, еще раз заметим, что основной целью рекламы и продвижения, предлагаемых ЦОВ услуг, является доведение до потенциального потребителя информации как о самом Центре, так и о предлагаемых рынку учебных курсах и программах. Информирование клиентов об образовательном учреждении включает в себя предоставление информации о месторасположении учебного заведения, его профиле, сроках обучения и его стоимости. Для привлечения потенциальных слушателей и организаций, заинтересованных в обучении персонала, как правило, используются различные инструменты коммуникаций, направленные на оказание воздействия на эмоциональную сторону психики человека. Существуют довольно распространенные методы и инструменты, уже давно используемые для продвижения образовательных услуг, однако сотрудники ЦОВ могут найти и свои собственные способы рекламы и продвижения, основанные на учете местных условий региона, менталитете и особенностях поведения жителей.

Наиболее «типичные» мероприятия по маркетингу образовательных услуг с целью их рекламы и продвижения уже используемые большинством ЦОВ включают в себя:

- организацию внешней рекламы, использование вывесок и указателей, плакаты, рекламные стенды и т.д. внутри колледжей;
- выпуск брошюр и буклетов и рекламных листовок о ЦОВ;
- участие в мероприятиях, проводимых местными сообществами, в выставках образования, освещающих деятельность образовательных учреждений в структуре экспозиций организуемых базовыми колледжами;
- рекламу на региональном и кабельном телевидении, по региональному радио, в газетах.

Большое значение для привлечения клиентов имеет наличие у образовательного учреждения положительной репутации на местном рынке образования. Организуя маркетинговую деятельность, сотрудники центров должны стремиться к созданию и укреплению своего отличительного стиля, положительного имиджа, добиваться позитивной репутации и известности ЦОВ. Обычно это может быть достигнуто за счет:

- престижности и высокого спроса на предлагаемые ЦОВ курсы и программы;
- уровня трудоустройства выпускников курсов или возможности получения ими хорошей работы, продвижения по служебной лестнице;
- известности и престижности привлекаемых к обучению преподавателей;
- использования в процессе обучения современных методик и технологий обучения;
- имиджа и престижности ЦОВ придает также в немалой степени статус и внешнее оформление выдаваемых по итогам обучения документов, сертификатов и удостоверений. Поэтому разработке их дизайна и красочности также надо уделять большее внимание.

Нетрудно заметить, что существует определенная связь между всеми перечисленными составляющими, формирующими положительный имидж. В тоже

время, влияние каждого фактора на повышение значимости обучения именно на базе вашего ЦОВ, может значительно меняться в зависимости от видов выбираемых слушателями образовательных курсов и программ. К примеру, лица выбирающие курсы для прохождения переподготовки и повышения своей квалификации, отдают предпочтение курсам обучения, проводимым **конкретными преподавателями**. В качестве примера можно провести организацию курсов по переподготовке и повышению квалификации бухгалтеров, аудиторов, оценщиков организуемых в г. Ташкенте. Здесь давно известны тренеры и преподаватели, пользующиеся повышенным спросом, именно на них и идут обучаться большинство практикующих специалистов.

Что касается позиции лиц, посещающих курсы для получения новой специальности, то при выборе учебного центра, эта категория слушателей отдаёт предпочтение образовательным центрам, обладающим лучшей материально-технической базой, предоставляющим возможности прохождения практики на базе действующих производственных предприятий и организаций.

Планируя и осуществляя работу по рекламе и продвижению своих продуктов, учебные заведения, центры, предоставляющие платные услуги, стремятся оказать влияние на формирование положительного восприятия клиентами предлагаемых услуг. Это достигается в основном за счет лучшего информирования клиентов о предлагаемых учебных продуктах, выгодах которые он получает, посетив курс, льготах на обучение, наличии низких цен и предоставляемых скидках.

Эффективным методом привлечения потенциальных слушателей на курсы является предоставление лицам, заинтересованным в получении услуги, но сомневающимся в возможности получения услуги надлежащего качества, возможности участия в учебных занятиях до зачисления на курс. Этот метод носит название «проведение пробных продаж». Чтобы снизить риски клиентов на оплату некачественной услуги, учебные центры довольно часто практикуют предоставление возможности слушателям первого авансового взноса по оплате за обучение после участия в одном или двух начальных занятиях.

При организации закрытых курсов и семинаров, организуемых для сотрудников одной конкретной компании, успешно зарекомендовала себя практика организации проведения сотрудниками Центра и его преподавателями, предварительной оценки потребностей в обучении сотрудников данной компании, организации тестирования и проведении мини аудита персонала.

Активно для рекламы и продвижения образовательных услуг сегодня могут использоваться возможности, предоставляемые сетью Интернет. В этих целях оправдывает себя практика создания интернет сайтов ЦОВ, организация интернет рассылок для записи на организуемые курсы и программы.

Однако серьезными проблемами при организации рекламных компаний являются:

- их дороговизна, из-за высокой стоимости размещения рекламы и необходимости повторных публикаций;

- трудности в выборе изданий и средств массовой информации, публикация рекламных обращений, в которых обеспечит доступность к целевым группам;
- не популярность местных изданий и газет среди сельского населения;
- малая доступность информации размещаемой в интернете, из-за ограниченного числа провайдеров предлагаемых доступ в интернет на уровне районов, низкого уровня компьютеризации, особенно в домашних хозяйствах.

В тоже время хорошим ресурсом и возможностью реальной рекламы и продвижения образовательных курсов и программ среди населения, являются сами выпускники уже участвовавшие в организованных центрами курсов. Работа с выпускниками представляет интерес для менеджеров ЦОВ по нескольким причинам:

- *во - первых*, выпускники получившие положительные впечатления от участия в одном курсе с охотой записываются на другой. Особенно такой эффект «домино» наблюдается у представителей женской части обучающихся, а также молодых парней имеющих мотивацию на служебный рост и продвижение;
- *во - вторых*, при записи на курсы потенциальные клиенты впервые приходящие на обучение, больше полагаются на положительную оценку, полученную от знакомых и коллег, чем на объявления в печати, как бы привлекательно они не были оформлены.

Поэтому работа с выпускниками может стать хорошим способом успешного маркетинга и продвижения образовательных услуг, предоставляемых ЦОВ. Эта работа может включать в себя собственно создание сообществ/клубов выпускников и работу с ними. Использование сети выпускников в качестве инструментов продвижения посещенных ими курсов, деятельности самих ЦОВ. Работа с выпускниками способствует получению обратной связи, организации эффективного мониторинга, и оценки внедрения ими полученных знаний, дает более объективную оценку практической направленности проведенного обучения. Полученные через выпускников сведения в последующем могут быть полезны для совершенствования существующих и разработки новых учебных программ и курсов. Достижения наиболее успешных выпускников, можно эффективно использовать для подготовки так называемых «Историй успеха» слушателей, которые в последующем помогут создать хорошие листовки, буклеты и другие рекламные материалы.

Для лучшего выбора способов организации рекламной работы приведем основные преимущества и недостатки рекламных акций организуемых ЦОВ:

**Сравнительная характеристика
различных форм рекламы и продвижения образовательных продуктов**

Форма рекламы/продвижения	Преимущества	Недостатки	Наибольшая эффективность
Размещение рекламы в газетах и журналах	Доверие к газетам и журналам	<ul style="list-style-type: none"> ▪ малый тираж; ▪ не всегда читателями являются потенциальные клиенты и представители целевых групп; ▪ относительная дороговизна при продолжительном освещении 	При размещении в нескольких номерах, и использовании рекламы в изданиях, где размещается ТВ программы.
Размещение информации на интернет сайте, электронные рассылки по электронной почте	Возможность постоянного доступа к информации	<ul style="list-style-type: none"> ▪ малое количество людей, особенно на селе имеют, компьютеры и доступ к интернету; ▪ требует постоянного обновления 	При продвижении курсов большой продолжительностью
Письменная рассылка	Выбор адресатов осуществляет на основе проведенной сегментации	Низкая эффективность, только на 10% обращений получают ответы	При продвижении специальных курсов и программ для обучения сотрудников и менеджеров предприятий
Посещение организаций, личная продажа	Личное общение, возможность аргументации и воздействия на лиц принимающих решения, возможность	<ul style="list-style-type: none"> ▪ трудно определить ключевое лицо принимающее решение; ▪ требует хорошей 	При продвижении закрытых семинаров для сотрудников конкретных компаний

	демонстрации преимуществ и работа с возражениями	подготовки сотрудника осуществляющего переговоры	
Предоставление скидок	Высокая заинтересованность людей, получаемые ими материальные выгоды/экономия	Результат зависит от ценности «экономии» для конкретного клиента	При продвижении краткосрочных курсов и программ
Пробные посещения занятий	Клиент получает личное представление о качестве преподавания и используемых методиках обучения	Возможное разочарование в случае недостатка времени для объективной оценки уровня проводимого обучения, и боязни подготовленных участников курса	При продвижении долгосрочных курсов и программ
Распространение информации через сообщества выпускников и слушателей курсов	Информирование и продвижение осуществляют «независимые» от ЦОВ лица, объективно оценивающие уже полученную услугу	Требует свободного времени участников и выпускников.	Может использоваться для привлечения на любые курсы и программы

Как уже отмечалось, образовательная услуга имеет свою специфику, связанную с трудностями её предварительной оценки до её фактического потребления. Эта особенность создает существенные трудности для рекламы и продвижения образовательных курсов и программ ЦОВ, не позволяет использовать традиционные подходы, используемые при рекламе обычных товаров. В связи с этим возрастает роль и значение использования таких методов продвижения образовательных услуг как организация встреч с представителями населения входящими в целевые группы для организации презентаций курсов, индивидуальные встречи сотрудников ЦОВ с ключевым персоналом заинтересованных организаций. Возрастает роль личных продаж, в которые вовлекаются не только менеджеры центров, но и большинство преподавателей. Этот способ продажи эффективен потому, что построен на осуществлении представителями ЦОВ личных коммуникаций с потенциальными слушателями или работодателями, имеющими намерения и хоть какой-то интерес в обучении своих сотрудников.

Учитывая нематериальность самой образовательной услуги до момента её получения, при подготовке к встречам и переговорам представители ЦОВ должны

тщательно готовиться. Они должны больше прибегать к использованию в процессе коммуникаций с потенциальными клиентами таких методов убеждения, как демонстрация учебных планов, пособий, историй успеха, предлагать потенциальным клиентам участие в пробных уроках, показывать сертификаты, лицензии на осуществление образовательной деятельности, давать информацию о тренерах и преподавателях привлекаемых для организации обучения.

Предлагаем набор материалов, который должен иметь сотрудник ЦОВ, готовясь к таким встречам:

Таблица 3.4.

Требуемые документы и материалы	Кто готовит	Основные требования к содержанию и оформлению
Буклет ЦОВ	Готовятся и выпускаются централизованно при участии руководства ЦОВ и колледжа.	Должны содержать информацию об истории создания, юридическом статусе, форме организации, лицензиях и разрешениях, направлениях предлагаемого обучения, учебном потенциале
Визитная карточка ЦОВ и/или представителя, участвующего во встрече.	Готовятся и выпускаются централизованно	Должна содержать краткую информацию о ЦОВ, представителе, участвующем в переговорах, и содержать минимальную контактную информацию (телефоны, факс, e-mail)
Перечень предлагаемых курсов и программ, общих и тех, которые могут заинтересовать данного клиента	Готовятся менеджером, ответственным за разработку курсов и направлений обучения программ	Целесообразно включать в список только те курсы и программы, которые уже проводились хотя бы один раз
Учебные программы, которые могут заинтересовать клиента	Готовятся менеджерами, организующими подготовку программ, должны быть эстетично оформлены	Можно демонстрировать сокращенные версии программ с возможностью их комментирования
Список преподавателей и их короткие резюме	Готовят менеджеры ответственные за работу с преподавателями	Резюме должно давать представление об опыте и уровне квалификации преподавателя в сфере, представляющей интерес для данного клиента.
Цены, скидки, особые условия, система и условия оплаты	Готовят бухгалтер и менеджер, отвечающий за маркетинг и продвижение	Целесообразно иметь формы и образцы договоров на обучение
Перечень известных компаний и клиентов, которых уже обучал ЦОВ	Готовится сотрудниками, ответственными за маркетинговые связи	В список следует включать компании, пользующиеся известностью и авторитетом в регионе.

Истории успеха выпускников и участников обучения	Готовятся творческими группами совместно с выпускниками	Должны быть актуальными для настоящего времени, убедительными, содержать факты и цифры, характеризующие реальные достижения выпускников
--	---	---

Главным условием успешного маркетинга образовательных услуг является наличие и постоянное обновление маркетинговой информации. Наличие в ЦОВ базы данных/информации о людях и организациях значительно улучшает и ускоряет работу по продажам и маркетингу. Такую информацию желательно постоянно собирать, систематизировать и унифицировать, формируя следующим образом:

- общая информация (имя, должность, дата рождения, уровень образования);
- информация, относящаяся к контакту (адрес, телефон, факс, Е-почта);
- информация, относящаяся к бизнесу (компания, должность в компании, выполняемые функции);
- информация, относящаяся к маркетингу (сферы интересов, реальные нужды и потребности);
- информация, относящаяся к продажам (количество посещаемых курсов и семинаров).

Если вашими основными клиентами выступают юридические лица, то целесообразно отдельно собирать информацию, относящуюся к деятельности фирм и компаний, что позволяет лучше представить их деятельность. Это может быть следующая информация:

- общая информация (адрес, телефон, факс, Е-почта, интернет сайт)
- относящаяся к деятельности (сфера экономики, размер бизнеса, результаты деятельности);
- относящаяся к самой организации (список имен, структура управления)
- относящаяся к продажам (участие в открытых семинарах, семинарах организованных для сотрудников на самих предприятиях).

Правильная организация маркетинга образовательных услуг, является комплексной и не всегда простой в исполнении задачей. Обобщая все то, что нашло отражение в данном разделе, можно сказать, что основная цель маркетинга образовательных услуг, это создание, развитие и поддержание спроса на образовательные продукты в течение всего периода деятельности ЦОВ. В приложении 5 приведены примеры, отражающие зарубежный опыт и практику деятельности образовательных структур по использованию ими различных маркетинговых подходов для решения задачи эффективного влияния на спрос.

Завершающий, но наиболее важный совет сотрудникам ЦОВ: составляйте годовой/генеральный план маркетинга, который отражает и обеспечивает

координацию общих процессов и связей между элементами маркетинговой деятельности. В этом документе целесообразно отразит следующие моменты:

- планы организуемых курсов и семинаров (обучающей деятельности), прогнозы примерные прикидка внеплановых курсов (например, в компаниях). Умейте правильно определить периоды, когда необходимо запланировать и провести конкретный курс и как это можно сделать наиболее эффективно;
- способы и методы групп слушателей. Имейте ясную политику планов набора и обучения;
- нахождение необходимых средств и людей;
- финансовый бюджет и сметы расходов на конкретные мероприятия и действия;
- вопросы, связанные с обеспечением качества;
- моменты и вопросы, требующие контроля и проверки. Определите ответственность за планирование курсов и организацию обучения, информирование потребителей и подбор преподавателей.

Сохраняйте соответствующую степень гибкости, нет совершенных планов, не бойтесь дополнять и изменять планы!

Шаг №4: Рекомендации по дальнейшему развитию Центров обучения взрослых:

- ✓ Советы по разработке бизнес – плана Центра обучения взрослых;
- ✓ Обеспечение качества образовательного курса

Успешность любой деятельности, связанной с ведением бизнеса, во многом определяется наличием у управленческой команды ясного плана действий по достижению стоящих перед ними целей и задач. Как показала практика, ЦОВ приходится действовать в реальной рыночной ситуации и наличие бизнес плана становится необходимым атрибутом их успешной деятельности и выживания в реальной, конкурентной среде. Именно разработка бизнес плана позволяет менеджменту центров объективно оценивать окружающую внешнюю среду и её влияние на деятельность самого Центра, иметь оценку своих сильных и слабых сторон, исходя из ситуации на рынке образования, вырабатывать и осуществлять эффективные маркетинговые стратегии. Бизнес-план нужен по многим причинам, причем как самому ЦОВ, так и большому числу заинтересованных сторон. Наличие бизнес плана позволяет привлечь внимание и убедить потенциальных спонсоров, инвесторов в финансировании отдельных направлений деятельности, приобретении оборудования и технологий для развития учебных курсов и программ, привлечения к деятельности центров стратегических партнеров и союзников. Но в первую очередь, бизнес- план нужен для самих руководителей и сотрудников ЦОВ, чтобы составить ясное представление о ситуации - кто является потребителями услуг центра, что они хотят, и каким образом можно удовлетворить эти потребности. Составив бизнес-план, можно объективно оценить свой потенциал и ясно представить перспективы деятельности. Поэтому при его разработке потребуется не только собрать полную и достоверную исходную информацию, но и профессионально ее обработать, проанализировать, сделать квалифицированные выводы.

Некоторые советы по составлению Бизнес – плана

В первую очередь, необходимо уточнить основные сведения, которые должен содержать в себе бизнес-план. Важно добиться четкости в определении миссии, основных целей и задач деятельности ЦОВ, стратегии их достижения. При составлении бизнес-плана важно помнить о том, что цели должны соответствовать имеющимся у вас ресурсам: амбиции и рассудительность в данном случае должны прийти к соглашению.

План должен включать оценку внешних и внутренних факторов, оказывающих воздействие на деятельность ЦОВ, характеристику рынка образовательных услуг, описание предлагаемых продуктов и услуг. Следует на раннем этапе определить целевые группы, на которые будет ориентироваться деятельность Центра.

Количество не является синонимом качества. Поэтому хорошо составленный план должен быть кратким и убедительным и может включать не более 30-50 страниц. Первое впечатление является наиболее важным. Среди множества элементов, отрицательно влияющих на качество Бизнес-плана, следует выделить следующее: приведенные в плане неубедительные и не обоснованные утверждения, непрофессиональный стиль, несовпадающие цифры, орфографические и грамматические ошибки в тексте.

Рекомендуется пользоваться внешними и независимыми источниками для подтверждения утверждений, отраженных в Бизнес-плане. Не обоснованные заявления о потенциальных рынках сбыта и конкуренции должны быть, по возможности, подкреплены информацией, предоставленной третьей независимой стороной. Ваши прогнозы, приведенные в бизнес-плане, в данном случае будут более достоверными. Избегайте двусмысленности в высказываниях. Такие термины как «возможно», «вероятно», «может быть», «по нашему мнению» могут вызвать отрицательную реакцию.

В бизнес-план целесообразно включить следующие основные разделы:

- меморандум конфиденциальности;
- краткое резюме бизнес-плана;
- описание и краткая характеристика ЦОВ, история и оценка деятельности в предыдущий период;
- анализ внешней среды и делового окружения;
- описание и анализ рынка, рыночной ситуации;
- описание учебных продуктов и услуг предлагаемых ЦОВ;
- стратегия маркетинга;
- организационный план и структура управления;
- организация учебного, и других основных процессов;
- необходимый капитал;
- информация финансового характера;
- финансовый прогноз и расчет финансовых коэффициентов;
- анализ рисков;
- программа действий и рабочий график реализации плана.

Приведем некоторые комментарии к основным разделам:

«Меморандум конфиденциальности».

В данной части бизнес-плана отражается информация, определяющая порядок доступа и работы с бизнес-планом внешних пользователей, с целью обеспечения конфиденциальности содержащихся в плане сведений.

«Краткое резюме бизнес-плана»

Краткое изложение бизнес-плана представляет собой исключительно важный момент, так как является первым элементом изучения со стороны инвесторов, реальных партнеров, которые очень часто принимают решение, продолжать чтение документа или нет, только на основании ознакомления с содержанием «Резюме». В кратком изложении (несколько страниц) должны быть отражены наиболее важные моменты плана, с указанием основных причин, по которым этот план является привлекательным и даже «уникальным».

«Описание и краткая характеристика ЦОВ, история и оценка деятельности в предыдущий период»

В этом разделе следует ответить на три основных вопроса:

- какова история ЦОВ и насколько она была успешна;
- какова текущая ситуация в чем её уникальность/особенность;
- кто возглавляет ЦОВ и осуществляет его управление.

Описание ЦОВ также может включать в себя информацию:

- о направлениях деятельности, миссии, целях и задачах, основных предлагаемых учебных продуктах, целевых группах клиентов, положение центра на рынке, его рыночной доли, возможностях и располагаемом оборудовании;
- об управленческой команде, уровне ее профессиональной подготовки, образовании, опыте и квалификации;
- о финансовом положении и предыдущей деятельности (как правило, в течение последних трех - пяти лет), включая: доход, прибыль, активы, обязательства и т.п.;
- о бизнес целях (например, запланированном объеме продаж, темпах роста и развития, прибыльности и т. д.)

«Анализ внешней среды и делового окружения»

Цель данного раздела выявить и сделать подробное описание внешних факторов (законодательство, демографическая ситуация, уровень развития экономики, технологий, отраслей и т.д.), оказывающих как позитивное, так и негативное воздействие на деятельность ЦОВ. В этом разделе также проводится анализ уровня развития конкуренции, дается оценка наличия возможных союзников и партнеров.

«Описание и анализ рынка, рыночной ситуации».

В разделе следует проанализировать и отразить следующие темы:

- общее описание рынка образовательных услуг в вашем регионе;
- сегментация рынка потребителей образовательных услуг;
- объем и потенциал рынка и тенденции их изменения;
- наличие конкуренции;
- основные потребители, характеристика их потребностей и предпочтений.

Анализ рынка, приведенный в бизнес-плане, позволяет лучше определить реальные возможности центра по достижению поставленных целей. Объективный анализ рынка образовательных услуг даст возможность получить ответы на следующие вопросы:

- каков спрос на местном рынке образования, какие потребности и предпочтения имеют потенциальные клиенты/целевые группы потребителей?
- каковы размеры рынка, его емкость, тенденции его развития в настоящее время и в перспективе?

- как можно сегментировать рынок по направлениям предлагаемого обучения с учетом географических зон, демографических, социальных и психографических особенностей взрослого населения региона?

«Описание учебных продуктов и услуг предлагаемых ЦОВ»

Этот раздел описывает основные учебные продукты и услуги, которые ЦОВ будет предлагать своим клиентам. Целесообразно раскрыть здесь следующие моменты:

- кто нуждается в ваших продуктах (услугах), какие потребности клиентов они удовлетворяют, каковы их отличительные особенности, насколько ваши продукты/услуги отвечают потребностям рынка, в чем их преимущества перед конкурентами;
- описание продуктов и их компонентов (целесообразно придерживаться схемы: общее описание, основные свойства и отличительные особенности, основные компоненты и составляющие, применяемые технологии обучения их уникальность);
- стоимость продуктов, если вы в состоянии оценить будущие тенденции изменения стоимости продукта, то опишите их в бизнес- плане; если вы находитесь лишь на ранней стадии исследований и разработок, то оцените возможный вариационный размер стоимости ваших услуг с учетом сравнительного анализа цен конкурентов;
- конкурентоспособность продукции: приведите список уже существующих или ожидаемых конкурирующих учебных продуктов, опишите их преимущества и недостатки по сравнению с вашими услугами.

«Стратегия маркетинга»

Здесь предполагается дать ответы на следующие вопросы:

- где, кому и как вы будете продавать свои учебные продукты и услуги;
- по каким ценам вы собираетесь их продавать;
- как вы планируете продвигать свои продукты на рынок;
- во сколько это вам обойдется;
- как много вы собираетесь продавать.

«Организационный план и структура управления»

В этом разделе следует ответить на следующие вопросы:

- какова организационная структура управления ЦОВ;
- как эта схема организации и управления будет способствовать достижению целей бизнес-плана;

Следует помнить, что управление, это ключ к успеху. Обычно потенциальные инвесторы и партнеры считают, что лучше вложить средства в ординарный проект при отличном управлении, чем в выдающийся проект при среднем управлении.

Цель разработчиков бизнес плана продемонстрировать, что ЦОВ располагает отличной управленческой командой, даже если эта команда состоит из одного-двух человек (все зависит от масштабов деятельности центра). Кратко опишите каждого члена команды по следующей схеме:

- должность/позиция в ЦОВ;
- за что отвечает, или какие функции выполняет;
- опыт работы, профессиональные знания и умения;
- образование, квалификация, навыки и компетенции;
- при необходимости в приложении к бизнес-плану вы можете привести также краткие резюме на ключевых членов управленческой команды и привлекаемых преподавателей

«Организация учебного, и других основных процессов»

Целесообразно привести в бизнес-плане используемые вами методы и технологии обучения, каким образом вы намерены обеспечить качество учебного процесса, применяемые формы его контроля. Здесь должны будут раскрыты следующие пункты:

- описание методов и технологий обучения с учетом особенностей обучения взрослых;
- используемое учебное оборудование и методы организации занятий;
- используемое оборудование и связь с бизнес структурами для организации практического обучения;
- требования и порядок отбора преподавателей привлекаемых к учебному процессу.

«Необходимый капитал»

Для объективной оценки перспектив развития ЦОВ, руководство самого колледжа должны получить ответы и включить в бизнес план следующую информацию:

- Какова общая сумма средств необходимых для реализации плана развития ЦОВ, и какую сумму необходимо еще привлечь? Как будет выглядеть «график» использования запрашиваемых средств на последующие годы?;
- Какая часть общего финансирования будет покрываться за счет средств заработанных самим ЦОВ, будет запрашиваться у инвесторов и кредиторов (включая сумму, сроки и возможные гарантийные соглашения)?

Финансовый прогноз

Раздел включает в себя основную финансовую информацию, финансовый прогноз и расчет финансовых коэффициентов. Данный раздел, – стержневая часть бизнес-плана. Его цель – дать полное, и как можно более объективное представление о потенциале ЦОВ, его прибыльности, необходимых наличных средствах и уровне финансового риска. Как правило, финансовый план состоит из следующих подразделов:

- основные финансовые показатели;
- предварительные расчеты прибылей и убытков;
- аналитические расчеты, такие как, расчет точки безубыточности, срока окупаемости инвестиций и т.п.;
- бюджет основной деятельности;
- основные выводы.

Данный раздел наиболее труден для разработки не профессионалом, поэтому привлечение к его составлению бизнес-консультанта представляется практически неизбежным, даже если вы приняли решение разработать бизнес-план собственными силами.

«Анализ рисков»

В данном разделе приводятся все возможные риски, с которыми может столкнуться ЦОВ в своей деятельности, проводится их анализ. На основе проведенного анализа предлагаются меры, обеспечивающие минимизацию выявленных рисков

Для большей наглядности и лучшего представления, что такое бизнес план, в приложении к настоящему пособию приведен пример написания реального бизнес – плана одного из ЦОВ.

Центр обучения взрослых призван оказывать образовательные услуги местному населению и тем самым привлекать дополнительные средства в бюджет колледжа. Чтобы деятельность ЦОВ была эффективной и устойчивой необходимо обеспечить качество его услуг.

Качество услуги - совокупность характеристик услуги, определяющих ее способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя.

С целью обеспечения качества своих услуг многие современные образовательные учреждения разрабатывают и внедряют специальные системы качества - совокупность организационной структуры, ответственности, процедур, процессов и ресурсов, обеспечивающие осуществление общего руководства качеством. В западных странах эта практика становится нормой, а наличие сертификата системы менеджмента качества является одним из показателей престижа образовательного учреждения.

МЕЖДУНАРОДНЫЕ СИСТЕМЫ МЕНЕДЖМЕНТА КАЧЕСТВА



International
Organization for
Standardization

Международная организация по стандартизации (ISO) является лидером в области разработки международных стандартов, которые содержат требования и рекомендации к системе менеджмента качества (стандарты ISO).

ISO разработала более 19 000 международных стандартов и ежегодно публикует около 1200 новых. В настоящее время стандарт «ISO 29990:2010» является наиболее актуальным стандартом для организаций, предоставляющих услуги в области неформального образования и обучения.

Информацию о стандартах ISO можно найти на сайте: <http://www.iso.org/iso/ru>



LQW (Lernorientierte Qualitätstestierung) - является единственной моделью по менеджменту качества, где процесс улучшения качества фокусируется на учащих и на учебном процессе.

Отделения по образованию, центры образования взрослых, языковые школы, консультационные организации по обучению, а также организации по повышению квалификации Германии с июня 2001 года удачно прошли сертификацию LQW. На сегодняшний день LQW является ведущей моделью по развитию качества в учреждениях образования взрослых Германии.

Дополнительная информация на сайте: www.artset-lqw.de

Внедрение всемирно признанных систем менеджмента качества требует больших финансовых затрат. По этой причине многие руководители не предпринимают усилий по его внедрению. Это правда, если вести речь о получении признанного сертификата. Внедрение собственной системы менеджмента качества требует от руководителя больше интеллектуальных усилий, чем финансовых затрат.

Система менеджмента качества требует от руководителя и его подчиненных общего понимания качества, которое может быть достигнуто путем коллективного ответа на вопрос: «Что понимать под качеством продукта/услуг организации?». Дальнейшие процессы в организации должны быть спланированы на достижение этого уровня качества услуг.

Оценка качества в обучающей организации может охватывать следующие сферы:

- определение потребности;
- основные процессы;
- процесс обучения;
- оценка образовательного процесса;
- инфраструктура;
- руководство;
- персонал;
- контроль;
- коммуникация с клиентом.

В этом разделе описан процесс обеспечения качества образовательного курса ЦОВ и некоторые методы, инструменты контроля качества, многие из которых были апробированы в проекте «Создание и развитие ЦОВ в профессиональных колледжах Узбекистана».

Процесс обеспечения качества непосредственно связан с понятиями мониторинг и оценка:

Мониторинг - это постоянное отслеживание хода работ (в рамках проекта, программы или организации) для сравнения текущего состояния дел с планом. Систематический сбор информации о ходе работ для своевременного обнаружения отклонений от намеченных планов.

Оценка - предполагает более глубокое (по сравнению с мониторингом) проникновение в сущность происходящего. Оценка направлена на анализ результатов деятельности и/или произведенного эффекта и соотнесение этих результатов с определенными критериями. По итогам оценки выносятся суждения об эффективности программы, проекта или организации и формулируются рекомендации на будущее. Оценка проводится на основных

этапах проекта.

для того, чтобы обеспечить качество курса руководству образовательного учреждения необходимо на этапе планирования курса заложить конкретные критерии определения качества каждого мероприятия. Для составления плана организации и проведения курса можно использовать элементы «Анкеты оценки образовательной программы» (см. Приложение 3). План может иметь следующую форму:

Название мероприятия	Дата	Критерии измерения качества	Ответственные лица
Анализ рынка труда (АРТ)	02-30.мая 2011 г.	- имеется описание методологии АРТ; список респондентов; по результатам АРТ составлен отчет.	Н. Махмуджанов, Ш. Набиев, М. Юсупова.

В плане необходимо отразить все мероприятия, охватывающие организацию, проведение и завершение курса. К каждому мероприятию должна быть определена дата выполнения, конкретные критерии измерения качества и ответственные лица. Такой план рекомендуется составлять совместно с персоналом ЦОВ, который в дальнейшем будет ответственен за реализацию тех или иных мероприятий курса.

Завершение такого плана поможет достижению коллективного представления о целях и о необходимом уровне качества будущего курса. План курса в дальнейшем будет служить основным источником для проведения мониторинга и оценки качества курса.

Основные вопросы оценки качества образовательного курса демонстрирует следующая таблица³⁷:

³⁷ Stefanie Hartz, Klaus Meisel, Qualitätsmanagement, 2. Überarbeitete Auflage 2006

Информация на входе	Процесс	Информация на выходе	Результат
как были определены потребности?	проводится ли обучение в установленных рамках?	довольны ли слушатели курсом?	применимы ли полученные знания и навыки на практике?
каким образом были определены преподаватели курса?	подходит ли время для обучения?	Были ли слушатели с их точки зрения обучены?	
Имеется ли достаточная информация для осуществления курса?	Учитывается ли в достаточной мере опыт/проблемы слушателей? Передаются ли темы с ориентацией на практику?	каково количество слушателей на этапе завершения курса?	

При проведении оценки качества используются различные методы сбора и анализа информации. В основном используется метод наблюдения, опроса и анализа документов (подробное описание наиболее популярных методов приведено в разделе «Исследования рынка труда»). К ключевым индикаторам обеспечения качества курса можно отнести следующее:

- качество содержания образования (образовательные цели, образовательные программы, образовательные технологии);
- качество преподавательского потенциала;
- качество организации образовательного процесса слушателей;
- качество информационно-методического обеспечения процесса обучения;
- качество материально-технического обеспечения процесса обучения;
- организация и проведение экспертизы качества знаний, умений, компетенций слушателей;
- выявление и анализ причин низкого уровня знаний и умений слушателей, вынесение предложений для их устранения

Систему мониторинга курса необходимо выстроить так, чтобы он на регулярной основе давал нужную информацию по вышеприведенным индикаторам. Процесс оценки качества курса рекомендуется проводить на основных этапах организации курса (перед началом, в середине и после завершения курса).

Для обеспечения качества образовательного курса, менеджерам ЦОВ рекомендуется осуществить следующее:

- разработать совместно с персоналом ЦОВ план мероприятий образовательного курса на основе предложенной формы, где каждому

- мероприятию будут определены: дата, критерии оценки и ответственные лица;
- достигнуть общего понимания по вопросу качества образовательного курса и отдельных его мероприятий;
 - внедрить практику регулярного сбора информации о ходе реализации мероприятий:
 - ✓ проведение еженедельных собраний с коллективом ЦОВ, которое будет завершаться написанием краткого протокола;
 - ✓ подготовку регулярной отчетности об уровне посещаемости курсов и собственной оценки преподавателя о ходе курса;
 - анализировать результаты тестирования уровня знаний и навыков; обратной связи, полученной от слушателей
 - проводить анализ причин возникших трудностей и отклонений от графика и заданных параметров качества;
 - разработать собственную систему оценки качества курса, которое будет включать:
 - ✓ контроль ведения учебной документации;
 - ✓ методы оценки качества организации образовательного процесса, включая его методическое обеспечение;
 - ✓ различные инструменты определение удовлетворенности слушателей и преподавателей качеством курса (*один из таких инструментов приведен в приложении 4*);
 - ✓ тесты промежуточной и итоговой оценки уровня усвоения содержания курса, уровня приобретенных знаний, навыков и компетенций слушателей;
 - ✓ посещение теоретических и практических занятий с последующим анализом;
 - ✓ привлечение внешних экспертов (включая специалистов из предприятий) при проведении итоговой оценки теоретических знаний и практических навыков, компетенций слушателей;
 - ✓ опрос мнений слушателей и работодателей после завершения обучения
 - После завершения любого этапа оценки курса подготовить отчет с анализом результатов и подготовкой конкретных рекомендаций по корректировке образовательного процесса;
 - После завершения образовательного курса провести заседание методического совета ЦОВ, на котором провести обсуждение результатов обучения. Здесь при необходимости согласовать пути решения возникших трудностей и проблем по обеспечению качества курсов ЦОВ.

Пример функциональной карты токаря

<p>Основная цель: рационально изготавливать деталь на токарно-винторезных станках</p>	<p>A. Подготовить средства технологического оснащения для изготовления деталей</p>	<p>A1. Подготовить рабочее место и станок токаря к выполнению работы</p>
		<p>A2. Проверять геометрическую точность станка</p>
		<p>A3. Затачивать и доводить режущий инструмент для получения нужной детали</p>
	<p>B. Налаживать станок для изготовления детали</p>	<p>B1. Устанавливать режущий инструмент и приспособления, а также заготовку</p>
		<p>B2. Выполнять кинематическую и размерную настройку</p>
		<p>B3. Производить пробную обработку детали для проверки правильности наладки</p>
	<p>C. Управлять процессом изготовления детали</p>	<p>C1. Выполнять токарную обработку, согласно технологическому процессу</p>
		<p>C2. Контролировать процесс изготовления детали, анализировать и устранять причины отклонения от технологического процесса</p>
	<p>D. Соблюдать правила охраны труда и техники безопасности</p>	
	<p>E. Эффективно взаимодействовать с коллегами и руководством, используя различные средства общения</p>	
<p>F. Разрабатывать предложения по совершенствованию технологического процесса и организации труда и внедрять их</p>		
<p>G. Изучить нормативно-правовые документы, регулирующие трудовую деятельность и нормирование труда</p>		

Прогнозирование развития предприятия с точки зрения изменений функций работников

Распределите 100 пунктов в соответствии с тремя основными факторами (1, 2 и 3), которые обуславливают изменение деятельности предприятия в течение ближайших пяти лет (колонка А). После этого определите влияние каждого фактора на организацию в целом и на функции работников (колонки В и С).

Фактор	Ожидаемое влияние:		
	Пункты А	На организацию (предприятие) в целом	На функции работников С
1. Новые технологии:			
1.1 Новые материалы			
1.2 Новое оборудование, станки			
2. Организация и методы труда			
3. Изменения в поведении потребителей			
4. Новые рынки			

Сумма в колонках В и С должна быть равной сумме в колонке А.

Часть 2. Анализ трудовых функций работников конкретной квалификации и необходимых для их выполнения знаний и умений

Функциональная карта

Изучите, пожалуйста, проект функциональной карты и внесите в него необходимые, на Ваш взгляд, изменения или дополнения.

Знания

Знания, необходимые для выполнения трудовых функций	Номер функции

Умения

Умения, необходимые для выполнения трудовых функций	Номер трудовой функции
Профессиональные/технические	

Непрофессиональные	

Ключевые

Распределите, пожалуйста, перечисленные ниже умения по их важности для выпускников (по шкале от 1 до 5 баллов, где 1 — самый низкий балл, а 5 — самый высокий).

Уровень и номер функций	Низкий		Средни	Высокий	
	1	2	3	4	5
Решение простых нестандартных задач (проблем) на рабочем месте					
Предпринимательские умения					
Презентация выполненной работы					
Планирование деятельности					
Знание иностранных языков					
Работа в команде					
Обучаемость					
Умение ориентироваться в универсальных и специальных информационных ресурсах (поиск, отбор и использование информации)					
Решение комплексных нестандартных задач с участием других работников					
Ответственность за качество труда					
Использование информационных технологий					

Личностные качества

Укажите, пожалуйста, дополнительные личностные качества, необходимые для выполнения трудовых функций.

Уровень и номер функций	Низкий		Средни	Высокий	
	1	2	3	4	5
Решение простых нестандартных задач (проблем) на рабочем месте					
Проявление инициативы					
Самостоятельность					
Профессиональный интерес					
Настойчивость					
Творческий подход					
Гибкость, адаптивность к изменениям					

АНКЕТА ОЦЕНКИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ³⁸

Элемент	Содержание	Критерии
Цели и задачи программы		
Описание программы	Обоснование программы. Краткое изложение; Причины разработки программы; Спрос (потребность в программе); Цель программы; Перспективы трудоустройства или продолжения обучения после завершения программы.	Имеется потребность в программе Имеются возможности трудоустройства выпускников; Определены возможные траектории продолжения обучения и профессионального роста.
Цель программы	Определение ожидаемых результатов обучения	Результаты обучения определены на основе функционального анализа; Формулировки результатов – четкие и понятные; Задачи обучения определены с участием работодателей.
Требования к лицам, поступающим на обучение		
Характеристика обучающихся	Общая характеристика поступающих на обучение (возраст, образование, требования к здоровью т.д.)	Характеристики описаны четко и понятно; Характеристики соответствуют особенностям программы (в части содержания, методик, продолжительности).
Минимальные требования к поступлению	Знания, умения, компетенции, необходимые для успешного обучения по данной программе: <ul style="list-style-type: none"> ▪ ранее полученные квалификации; ▪ уровень имеющихся компетенций; ▪ характер ранее приобретенного опыта 	Требования к поступлению четко сформулированы и соответствуют уровню, содержанию и методам реализации программы; Вступительные экзамены не являются препятствием к поступлению; Ясно описано, что должен знать, уметь, и понимать поступающий на программу обучения
Отбор	Описание вступительных процедур, включая экзамены, собеседование (если есть), психодиагностические	Обеспечен доступ к обучению всем гражданам, которые потенциально способны

³⁸ учебное пособие «Модульные технологии: проектирование и разработка образовательных программ», О.Н. Олейникова, А.А. Муравьева, Ю.Н. Коновалова, Е.В. Сартакова – М.: Альфа М; ИНФРА – М, 2010. – 256 с.: ил.

	тесты (если есть), Учет при приеме различных свидетельств, участия в олимпиадах, конкурсах и т.д.	достичь требуемых результатов.
Разработка и обновление содержания		
Разработка программы	Подходы, использованные при разработке программы и процедур оценки (кто участвовал, например методисты, преподаватели, социальные партнеры)	Процесс разработки содержания программы и процедур оценки соответствует характеристикам обучающихся и присуждаемому свидетельству или диплому; Проводятся консультации с социальными партнерами и их привлекают к разработке программы
Обновление программы	Как часто планируется обновление программы? Кто участвует в обновлении программы?	Программы регулярно обновляются Программы обновляются с привлечением социальных партнеров
Содержание программы		
Учебный план	Структура модульной программы	Учебный план логичный, ясно изложен и соответствует функциональной карте. Модули четко определены и отражают профиль в области компетенции
Содержание учебного плана (модулей)	Краткое описание учебного процесса (учебной деятельности): <ul style="list-style-type: none"> ▪ интеграции теории и практики; ▪ виды учебной деятельности; ▪ указание мест и продолжительности производственной практики/обучения на рабочем месте 	Учебная деятельность дает возможность практического освоения компетенций и моделей поведения, требуемых по завершении программы; Учебная деятельность хорошо спланирована и организована и обеспечивает интеграцию теории и практики; Учебная деятельность соответствует требуемым результатам обучения и характеристикам обучающегося; Продолжительность и место опровержения производственной практики/обучения на рабочем месте отвечает содержанию и уровню

		программы
Реализация программы		
Способ реализации программы	Перечисление возможных способов реализации, например: обучение на опыте, структурированное обучение. Обучение на рабочем месте, электронное обучение, дистанционное обучение	Способ реализации программы соответствует уровню и содержанию программы и характеристикам обучающихся
Методы обучения	Описание методов, например: лекции, демонстрации, дискуссионные группы, практические задания, имитация рабочего места, интерактивные (видео/CD), консультации, индивидуальное обучение.	Методы обучения отвечают потребностям и характеристикам обучающихся, уровню и содержанию программы. Методы обучения обеспечивают равенство возможностей освоения программы для обучающихся с различными индивидуальными способностями.
Кто реализует программу	Требование к преподавателям, включая такие характеристики, как: <ul style="list-style-type: none"> ▪ академические квалификации ▪ профессиональные квалификации ▪ опыт преподавания ▪ опыт работы в отрасли 	Характеристики преподавателей подтверждают, что они компетентны в данной профессиональной области и понимают стандарты программы; Характеристики преподавателей отвечают характеристикам обучаемых групп, содержанию и уровню программы; Число преподавателей достаточно для реализации всех модулей программы; Число преподавателей достаточно, преподаватели соответствуют особенностям контингента обучающихся и задачам реализуемых моделей.
Оценка программы		
Методы и критерии	Методы и критерии	Методы и критерии соответствуют подлежащим освоению компетенциям; Оценка измеряет достигнутые результаты, согласно критериям
График и место проведения оценки	Время проведения оценки в ходе реализации программы и место итоговой оценки	Планирование оценки обоснованно; Место проведения оценки отвечает содержанию

		программы и характеристикам обучающихся
Ресурсы		
Помещения	Требования к учебным заведениям, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> ▪ число, тип и площадь аудиторий; ▪ специальные помещения (лаборатории, мастерские) 	Число и характеристики учебных помещений соответствуют требованиям реализации программы
Оборудование	Специальное оборудование, необходимое для реализации программы, включая ИКТ	Имеется обоснованный список необходимого оборудования
Требования законодательства	Нормативные требования (национальные, региональные, отраслей)	Четкое понимание нормативных требований, которые должны соблюдаться при реализации образовательной программы
Информация	Описание информации, предоставляемой обучающимся, в том числе: <ul style="list-style-type: none"> ▪ требования к поступлению ▪ процедуры подачи заявления на поступление и процедура зачисления ▪ дополнительные услуги для обучающихся со специальными потребностями 	Доступность информации в различных форматах

Анкета для опроса преподавателей

Так я оцениваю свои занятия и работу в качестве преподавателя	совершенно верно	верно отчасти	скорее нет	абсолютно неверно
Мои объяснения и рабочие задания понятно сформулированы для слушателей				
Мне трудно отвечать на вопросы слушателей				
Я даю слушателям обратную связь о том, что у них хорошо получается, а что необходимо улучшить				
Мои советы и предложения для слушателей очень полезны				
Я воспринимаю критику/предложения слушателей				
Я учитываю способности и трудности отдельных слушателей				
На занятиях поощряется совместная работа и взаимопомощь между слушателями				
Занятия и материалы курса составлены интересно				
После занятий я уделяю время для вопросов слушателей				
Курс открывает новые возможности и перспективы в повседневной жизни слушателей				
Я считаю, что содержание и цели курса для слушателей очень важны				
Я считаю, что слушатели довольны течением курсов и его результатами				

Так я оцениваю поведение и успех в обучении слушателей	совершенно верно	верно отчасти	скорее нет	совершенно неверное
Слушатели знают цели занятий и то, что от них ожидается				
Слушатели работают сконцентрировано и активно				
На курсах слушатели используют все свои способности и знания				
На занятиях слушатели стремятся работать самостоятельно				
Слушатели помогают и защищают друг друга				
Слушатели занимаются уроками дома				
Слушатели применяют полученные знания в повседневной жизни				
При контроле уровня знаний, слушатели смогут выполнить задания				
Сейчас слушателям обучение дается легче, чем в начале обучения				
Благодаря курсам слушатели стали более уверенными в себе				
Польза от полученных знаний для слушателей настолько велика, что стоит затраченных усилий				

Анкета для опроса слушателей

Так я оцениваю занятия и работу преподавателей:	совершенно верно	верно отчасти	скорее нет	абсолютно неверно
Объяснение и рабочие задания преподавателей понятно сформулированы				
Преподавателям трудно отвечать на мои вопросы или вопросы других слушателей				
Преподаватели мне всегда дают обратную связь о том, что у меня хорошо получается, а что необходимо улучшить				
Советы и предложения преподавателей мне очень помогают				
Преподаватели воспринимают мою критику / предложения				
Я чувствую, что преподаватели учитывают мои способности и трудности				
На занятиях поощряется совместная работа и взаимопомощь между слушателями				
Занятия и материалы курса составлены интересно				
После занятий преподаватель уделяет нам время для вопросов				
Курс открывает новые возможности и перспективы в моей повседневной жизни				
Содержание и цели курса для меня очень важны				
Я доволен течением курсов и его результатами				

Так я оцениваю свое поведение и личный успех в обучении	совершенно верно	верно отчасти	скорее нет	абсолютно неверно
Я знаю цели занятий и то, что от меня ожидается				
Я работаю сконцентрировано и активно				
На курсах я использую все свои способности и знания				
На занятии я работаю самостоятельно				
Мы (слушатели) помогаем и защищаем друг друга				
Я занимаюсь уроками дома				
Я применяю полученные знания в повседневной жизни				
При контроле уровня знаний, смогу выполнить задания				
Сейчас мне обучение дается легче, чем в начале обучения				
Благодаря курсам я стал более уверенным в себе				
Полезность от полученных знаний настолько велика, что стоит затраченных усилий				

Зарубежный опыт в области маркетинга образовательных услуг³⁹

Состояние спроса	Задача менеджмента	Задача маркетинга
Негативный (отрицательный) спрос	Вернуть спрос	Конверсионный маркетинг
Отсутствие спроса	Создать спрос	Стимулирующий маркетинг
Скрытый спрос	Развить спрос	Маркетинг развития
Застывший спрос	Оживить спрос	Освежающий маркетинг
Колблюющийся спрос	Синхронизация спроса	Синхромаркетинг
Оптимальный спрос	Поддержать спрос	Поддерживающий маркетинг
Превышающий спрос	Снизить спрос	Демаркетинг
Вредящий спрос	Устранить спрос	Противодействующий маркетинг

Характеристика маркетинга и маркетинговых действий, используемых при различных состояниях спроса

Тип маркетинга	Характеристика и описание маркетинговых действий характерных для данного типа маркетинга
Конверсионный маркетинг	Цель конверсионного маркетинга изменить негативное отношение клиентов к предлагаемым образовательным продуктам. Если большому количеству слушателей образовательный продукт не подходит, например, потому что незначительно число слушателей, записавшихся на предложенный семинар, то он снова должен быть отменен. Такая ситуация является довольно частой в образовательных учреждениях. Чем основательнее готовится и проводится образовательный маркетинг подобных семинаров, тем реже возникает негативный спрос. Это, несомненно, сложная задача, так как многие клиенты (например, неквалифицированные или трудно обучаемые) обладают скрытыми образовательными потребностями. Им, в первую очередь, необходимо показать пользу от образования. Такая же проблема может возникнуть, к примеру, при инструктировании пожилых людей по использованию компьютерных технологий.
Стимулирующий маркетинг	Потребность в стимулирующем маркетинге возникает тогда, когда целевая группа не заинтересована в образовательном предложении, безразлична по отношению к нему. Стимулирующий маркетинг ставит своей задачей разбудить в клиентах позитивный спрос. Для этого должны быть созданы и предложены привлекательные стимулы, тесно связанные, и учитывающие желания клиентов, например завершение обучения присуждением сертификата, пользующегося всеобщим признанием. Стимулирование можно проводить: через чередование игр и отдыха с образовательным

³⁹ Информация заимствована из книги: Ingrid Schoell, Marketing in der öffentlichen Weiterbildung, 3., Überarbeitete Auflage, 2005.

	предложением; через повышение комфортности при выборе место для обучения (например, гостиница, зоны отдыха, отели в горах); через совершенно новое, привлекательное предложение по форме и содержанию обучения, методике его проведения.
Развивающий маркетинг	Если имеется скрытый спрос на определенные темы, курсы и на рынке нет предложений по этим тематикам, то разработка таких продуктов может пользоваться большим спросом. Менеджер образовательного учреждения (как и специалист по маркетингу) должен видеть всё вперёд и по возможности быстро «быть» на рынке. К примеру, насколько быстро компьютерные курсы и обучающий менеджмент, как темы, нашли свои рынки, соответственно нашли спрос. Изменения в обществе и рабочей среде создают новые образовательные потребности и новое поле развития для образовательного менеджмента.
Креативный маркетинг	Каждое образовательное учреждение рано или поздно при использовании определенных продуктов сталкивается со снижающимся спросом. Причиной этому может быть переход на этап жизненного цикла продукта, связанного с падением спроса. В таком случае сотрудники, отвечающие за маркетинг, должны исследовать реальные причины снижающегося спроса и установить, можно ли снова оживить спрос через репозиционирование его на новые целевые рынки, совершенствование образовательных продуктов, осуществление маркетинговых действий по приданию этим продуктам новой привлекательности. Возможно тогда ситуация со спросом может быть изменена. В этом случае просто необходим креативный менеджмент.
Синхромаркетинг	Многие образовательные учреждения стоят перед проблемой, что ситуация со спросом меняется сезонно, каждодневно и даже ежечасно.(например, летний период). Это ведет к неиспользованным или к перегруженным учебным помещениям и оборудованию (например, конец недели). В данном случае сотрудники, занимающиеся маркетингом, должны приспособить график и расписание обучения под имеющийся спрос. К примеру, повышение квалификации часто организуется в вечернее время или же по выходным дням. Это хорошее дополнение к дневным семинарам, чтобы оптимально использовать помещения. Гибкое ценообразование, мероприятия по содействию сбыту и другие стимулы также могут помочь обеспечить лучшую загрузку имеющейся материально-технической базы.
Поддерживающий маркетинг	Если образовательное учреждение удовлетворено имеющейся загрузкой, маркетинг в таком случае имеет задачу, посредством постоянного проведения анализа рынка и выявления оптимального соотношения спроса и предложения, сохранить дальнейшее развитие образовательных программ. Нет ничего опаснее, чем чувство уверенности в стабильности рыночного спроса. Поэтому программы должны регулярно обновляться и улучшаться.
Демаркетинг	Демаркетинг необходим, если достигнутый спрос и

	<p>востребованность услуги намного выше, чем потенциал образовательного учреждения, в этом случае специалист по маркетингу должен найти путь, чтобы на время обеспечить разгрузку и соответственно снизить на время спрос. Считается целесообразным внедрить листы ожидания или привлечь на некоторый срок дополнительный персонал. Демаркетинг также возможен путем ограничения учебных мест или размера помещения. Однако такие действия не должны привести к разочарованию ожидающих курс клиентов.</p>
<p>Противодействующий маркетинг</p>	<p>Предложения дополнительного образования, как ни парадоксально, могут нанести ущерб слушателю, общественности и обществу (манипулятивные предложения, односторонние предложения, мало что дающие развитию личности и профессиональному образованию, нацеленные только на применение, натаскивание). Маркетинг в этом случае должен обеспечить оптимизацию/ равновесие или с помощью контрамаркетинга создать образовательный продукт, сочетающий привлекательность и дающий возможность получить личностное и профессиональное развитие.</p>

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Конституция Республики Узбекистан, от 8 декабря 1992 г.;
2. Закон Республики Узбекистан «О об образовании» (№ 464-I от 29 августа 1997 г.);
3. Национальная программа по подготовке кадров (Утверждена Законом Республики Узбекистан от 29.08.97 г.);
4. Закон Республики Узбекистан «О негосударственных некоммерческих организациях» (N 763-I от 14 апреля 1999 г.);
5. Закон Республики Узбекистан «Об общественных Фондах», (N 527-II от 29.08.2003г.);
6. Доклад Президента РУз Ислама Каримова на Саммите ООН «Цели развития тысячелетия», 20.09.2010;
7. Положения «О среднем специальном, профессиональном образовании в Республике Узбекистан» от 13 мая 1998 года;
8. Положение о лицензировании деятельности негосударственных образовательных учреждений (Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан N 100 от 01.03.2004 г.);
9. Всеобщая декларация прав человека (принята на третьей сессии Генеральной Ассамблеи ООН резолюцией 217 А);
10. Декларация тысячелетия Организации Объединенных Наций (Принята резолюцией 55/2 Генеральной Ассамблеи от 8 сентября 2000 года);
11. Глобальный план действий по ускорению прогресса в достижении Целей развития тысячелетия;
12. Гамбургская декларация об обучении взрослых, 1997 г.;
13. Меморандум ЕС по обучению на протяжении всей жизни (30 декабря 2000 года);
14. Всемирная декларация по образованию для всех (Джомтьен, 5-9 марта 1990 г.);
15. Дакарские Рамки действий (26-28 апреля 2000, Дакар, Сенегал);
16. Призыв к действию Софийской конференции по образованию взрослых (9 ноября 2002 г.);

- 17.Боннская Декларация по финансированию образования взрослых в целях развития (июнь 2009);
- 18.Беленские рамки действий (CONFINTEA VI, Белен 1-4 декабря 2009 г.);
- 19.Рекомендации Национального Форума «Образование Взрослых» (Ташкент, 15-17 ноября 2011 года);
- 20.Robert E. Norton, DACUM HANDBOOK , Second Edition, 1997;
- 21.Stefanie Hartz, Klaus Meisel, Qualitätsmanagement, 2. Überarbeitete Auflage 2006;
- 22.Die Volkshochschule – Bildung in öffentlicher Verantwortung, Hrsg.: Deutscher Volkshochschul - Verband e. V., 2011;
- 23.Ingrid Schoell, Marketing in der öffentlichen Weiterbildung, 3., Überarbeitete Auflage, 2005;
- 24.Плякся В.И., Безработица: теория и современная российская практика (социально-экономический аспект). – М.: Изд-во РАГС 2004.-384 с.;
- 25.Учебное пособие «Модульные технологии: проектирование и разработка образовательных программ», О.Н. Олейникова, А.А. Муравьева, Ю.Н. Коновалова, Е.В. Сартакова – М.: Альфа М; ИНФРА – М, 2010. – 256 с.: ил.;
- 26.В.А. Ядов, В.В. Семенова, Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности. – М.: «Добросвет» 1999 – 596 стр.;
- 27.Райзберг Б.А., Лозовский Л.Ш., Стародубцева Е.Б.. Современный экономический словарь. — 2-е изд., испр. М.: ИНФРА-М. 479 с.. 1999;
- 28.Методическое пособие, «Как провести количественное исследование местного рынка труда», Б.М. Фарши-Джалали, Н.С. Рахимов, Ташкент, 2008;
- 29.Методическое пособие, «DACUM в профессиональном образовании», Н.С. Рахимов, Б.М. Фарши-Джалали, Ташкент, 2008;
- 30.Учебно-методическое пособие «Особенности обучения взрослых», Ташкент: ИРК и ПКССПО 2011, 178 стр.;



BMZ



Federal Ministry
for Economic Cooperation
and Development

