

ПЕДАГОГИКА ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ

УДК 378.018.4

Н.Т.Журавская

К ВОПРОСУ О ПЕРСПЕКТИВАХ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ФРАНЧАЙЗИНГА В РОССИИ

Основным каналом распределения образовательных услуг являются прямые продажи, но использование этого канала в качестве единственного может существенно ограничивать рынок реализации образовательных продуктов. Возможными решениями этой проблемы может быть использование посредников - агентов и франчайзинг.

Франчайзинг в образовании можно представить как совместную деятельность учебных заведений по формированию предложения, производству, оказанию и продвижению образовательных и сопутствующих им услуг и продуктов на рынок. При этом услуги должны соответствовать лицензиям образовательных учреждений на право образовательной деятельности. Франшизой является комплекс исключительных прав по реализации образовательных услуг под фирменным наименованием, торговой маркой и товарным знаком франчайзера на определенных условиях.

В образовательную франшизу могут быть включены правила формирования контингента абитуриентов, принципы организации приема обучающихся, организации учебного процесса (передачи, усвоения и контроля знаний), учебно-методическая литература, видеокурсы, мультимедийные курсы, система оценок, формы и порядок проведения промежуточной аттестации.

Сущность образовательного франчайзинга заключается в том, что между учебными заведениями (франчайзером и франчайзи) заключается договор, в котором оговариваются все основные условия сотрудничества, финансовые особенности инновационной образовательной деятельности. Обучение студентов вуза - франчайзи проводится по учебным планам и программам франчайзера с участием допущенных франчайзером к учебным занятиям тьюторов.

Франчайзер представляет собой вуз, осуществляющий административную, учебно-методическую, информационную, техническую и правовую координацию образовательных структур - франчайзи. Франчайзер организует учебный процесс; формирует, лицензирует и проводит аккредитацию образовательных программ; издает учебные материалы; ведет научно- методическую работу, подготовку преподавателей, тьюторов, их аттестацию; проводит регистрацию сту-

дентов, слушателей курсов; ведет административное сопровождение, промежуточную и итоговую аттестацию, а также осуществляет выдачу документов об образовании.

Франчайзи – образовательными центрами (как правило, в регионах) – могут быть самостоятельные образовательные учреждения, заключившие договор франчайзинга с франчайзи. Региональные учебные центры на базе местных учебных заведений курируют все вопросы, касающиеся набора слушателей в регионе по программам франчайзера, обеспечения и организации учебного процесса, взаимодействия со слушателями и государственными образовательными организациями, а также местной администрацией. По поручению франчайзера они принимают оплату за обучение, заявления и другие регистрационные документы от студентов, пересыпают их франчайзеру в указанные сроки, организуют проведение тьюториалов и консультаций для студентов. Также совместно с франчайзером региональные образовательные организации - франчайзи ведут научно-методическую работу, участвуют в подготовке преподавателей и тьюторов, организуют их аттестацию.

К особенностям образовательного франчайзинга как формы выхода вуза - инноватора на рынок услуг высшего образования мы относим следующие:

- от вуза – франчайзера образовательным организациям - франчайзи (как правило, вузам и колледжам) передаются опробованная система обучения, опробированные в образовательном процессе и положительно оцениваемые рынком инновации;

- сторонами франчайзинга используются только официальные, терминологически единые юридические соглашения и организационно-финансовые договоренности;

- франчайзером устанавливаются единые стандарты вузовской подготовки специалистов в вузах – франчайзи, используются единые образовательные программы, производится контроль над качеством их исполнения;

- в рамках инновационного франчайзингового взаимодействия высших учебных заведений неизбежно осуществляется проведение совместных

систематических программ по повышению квалификации профессорско-преподавательского состава;

- в случае включения во франчайзинговые взаимоотношения учебных заведений среднего профессионального образования (главным образом, колледжей) происходит включение в их учебные планы университетских предметов, с четкой ориентацией на высшее университетское образование;

- возможность использования средств расширения и распространения доступа к высшему университетскому образованию, прямого взаимодействия университетов, колледжей и школ в соответствии с образовательными потребностями региона;

- акцент на гарантии качества курса, признания его статуса и академической полноценности, гибкость в составлении расписания и способов преподавания с учетом интересов студентов;

- сближение высшего и послевузовского образования, что дает большие возможности совершенствования для студентов и предоставляет более широкое финансирование.

Если рассматривать практику применения франчайзинга в учебных заведениях Великобритании, то следует отметить, что изначально термин «образовательный франчайзинг» использовался достаточно широко, охватывая ряд аспектов сотрудничества институтов дальнейшего и высшего образования, включая аккредитацию и совместные курсы. Нынешнее общее определение термина более конкретно и используется для описания преподавания курса или его частей в учебном заведении, отличном от того образовательного центра, где этот курс был разработан итвержден.

Активное развитие образовательного франчайзинга за рубежом оказывает влияние не только на форму и объем рыночных услуг высшего образования, но и на его географию. Он обеспечивает доступность к высшему образованию в тех частях страны, где оно было ранее недоступно. Например, программа развития высшей школы в Восточной Англии обеспечивает сельские области Суффолка и Норфорка франчайзинговыми программами высшего образования. Таким образом, во всех частях страны франчайзинг предлагает рыночно востребованную услугу высшего образования «на дому», путем использования образовательного потенциала тех учебных заведений, которые расположены в месте продажи образовательной услуги, то есть месте проживания обучаемых. Колледжи и вузы – франчайзи выступают исполнителями франчайзинговых программ подготовки кадров с высшим образованием, что отвечает местным требованиям и финансовым возможностям многих студентов.

Комитеты по академическому контролю многих зарубежных университетов разработали пра-

вила и указания по гарантированию качества для обеспечения франчайзинговых операций. Так, например, в помощь европейским вузам, предлагающим свои образовательные продукты, создана и активно действует международная организация GATE (Global Alliance for Transnational Education). Эта организация занимается аккредитацией и контролем качества образовательных услуг, предоставляемых вузами и их агентами за пределами своих стран. При использовании франчайзинговых соглашений следует получить подтверждение возможности вуза-партнера предоставить услуги требуемого качества, а также иметь систему его постоянного контроля. Поэтому с целью учета зарубежного опыта для обеспечения высокого качества услуг высшего образования, предоставляемых вузом – франчайзером через учебные заведения – франчайзи, необходимо уделять особое внимание отбору последних.

Российский путь развития образовательного франчайзинга связан с его симбиозом с дистанционными образовательными технологиями. Он направлен на реализацию главного условия, определяющего рыночную привлекательность франчайзинга как направления использования рыночных возможностей образовательных инноваций – социальной доступности (независимо от места работы и проживания, от социально-экономических проблем) для значительной части населения качественного («столичного») профессионального образования.

В этой связи перспективной представляется адаптация уже существующих отечественных образовательных продуктов и услуг для франчайзинга и реализация отечественных образовательных программ в регионах России.

Актуальность применения адаптированных отечественных образовательных программ объясняется тем, что, по данным социологических исследований, в формировании социального поведения молодежи в регионах России чрезвычайно велика роль так называемых «внешних» (по отношению к индивиду) факторов, влияющих на выбор образовательных учреждений и специальности [1]. Это проявляется в том, что наряду с ближайшим окружением учащегося (семья, система ценностей и род занятий родителей, материальный достаток) играют свою роль школа, сеть вузов, имеющихся в городе и в регионе, спектр специальностей и учебных дисциплин, по которым они осуществляют обучение. Как свидетельствуют данные соцопросов абитуриентов по всей России в конце 1990-х гг., не менее 80% из них настроены на продолжение образования. Однако возможность обучения по желаемой специальности практически отсутствует у большей части из них. Это связано с тем, что во многих городах и населенных пунктах количество учебных заведений и спектр их специальностей ограниченны. Так, на вопрос социологов среди студентов вузов Запад-

ной Сибири «Куда предпочтли бы поступить абитуриенты российских государственных вузов?» в 1997-1999 гг. 50% опрошенных хотели бы поступить в престижный московский вуз; 23,5% - вуз в своем городе 16,3% - зарубежный университет; 4,3% - престижный вуз в С.-Петербурге; и 5,9% - затруднились ответить [2]. Таким образом, более 70% абитуриентов поступают не в тот вуз, в который хотели бы. В то же время с быстрым ростом цен на все, в том числе и на транспорт, миграционные возможности молодежи, живущей в регионах, сократились. К примеру, по результатам опроса, проведенного в Кузбасском государственном техническом университете, на вопрос студентов 1-го курса «Совпадает ли лично для Вас выбор места получения профессии с выбором места учебы?» 36,5% опрошенных студентов ответили «нет». Также в будущем работать по специальности намерена только половина учащихся.

Таким образом, в российской высшей школе развитие образовательного франчайзинга связано с внедрением методов дистанционного обучения, как нового направления развития системы образования. Под дистанционными франчайзинговыми технологиями подразумевается совокупность методов и средств обучения, позволяющая осуществлять целенаправленное и методическое руководство учебно-познавательной деятельностью лиц, находящихся на расстоянии от образовательного центра с требуемым качеством.

Организация франчайзинговой формы предоставления образовательных услуг подразумевает следующее.

Во-первых, занятия по отдельным курсам учебного заведения франчайзи, которые соответствуют учебной программе франчайзера, должны проводить профессоры-тьюторы. После изучения каждого отдельного курса обучаемые сдают экзамен тьютору, который засчитывается как сданный экзамен у франчайзера. В конечном счете, после выполнения учебного плана на основе сданных в установленном франчайзером порядке экзаменов слушателю, обучающемуся у франчайзи, выдается документ об образовании франчайзера. То есть в рамках образовательного франчайзинга гарантию качества курса предоставляет франчайзер, выступая экспертом и контролером в этой области.

Во-вторых, преподаватели головного вуза – франчайзера, которые являются владельцами исключительных прав на авторские инновационные программы и технологии, могут продвигать их на новые сегменты образовательного рынка (то есть там, где действуют вузы или колледжи – франчайзи). Такая передача авторских прав может быть осуществлена с различной полнотой в разных ситуациях. Полная передача прав подразумевает право зачислять студентов для обучения по какой-либо программе, оценивать их знания, принимать экзамены и выдавать документы о соответствующей квалификации. Частичная передача подразу-

мевает переуступку авторами – разработчиками инновационных программ и педагогических технологий часть прав: например, реклама программы и ее продвижение на рынок, привлечение студентов или преподавателей и пр. Благодаря этим соглашениям региональные учебные заведения, даже не получив полное право доступа к авторским образовательным инновациям, сконцентрированным в головном вузе, способны предложить учащимся более широкий спектр высококлассных программ, которые они сами не были бы способны разработать.

В-третьих, наиболее перспективными формами инновационной деятельности вуза в рамках образовательного франчайзинга нам видятся кейси- и сетевая образовательные технологии дистанционного обучения.

При обучении по модели «кейс-технологии» обучающиеся могут зачисляться в число студентов либо в вузе - франчайзера, либо в ближайшем к его месту жительства учебном заведении - франчайзи. Процесс обучения включает в себя самостоятельное изучение под руководством тьютора и выполнение контрольных заданий в виде тестов по каждому разделу учебного курса, оформленного в виде их авторских учебных пособий. Процесс обучения начинается вводным однодневным семинаром, проводимым на территории учебного заведения - франчайзи по соответствующему учебному курсу. Очные консультации тьютора происходят с периодичностью один раз в неделю. В период самостоятельного изучения обучающийся может консультироваться с тьютором при помощи телефона, телефакса, электронной почты и других возможных средств связи. По окончании изучения каждого из разделов учебно-практического пособия студенты должны самостоятельно выполнить тренировочные задания для самопроверки и комплексное задание в виде теста. Процесс обучения заканчивается итоговым однодневным семинаром, проводимым учебным заведением - франчайзи. Экзамен проводится в традиционной для высшей школы письменной или устной форме с оформлением экзаменационного листа, подписываемого учащимся и тьютором.

В свою очередь, сетевая технология предполагает обучение с использованием сети Интернет. Желающий обучаться должен оформить представленные в электронном виде документы и отправить их в вуз-франчайзер посредством электронной почты, одновременно пересыпая оригинальные документы по почте или вручая их лично. После прохождения всех вступительных испытаний и оплаты обучения студент получает пароль для санкционированного доступа к сетевой электронной библиотеке и закрепляется за определенным тьютором для индивидуальных консультаций, сдачи промежуточных тестов и экзамена. Таким образом, организация основанного на Интернет обучения в учебном заведении – франчайзи

включает в себя самостоятельное изучение учебно-методических материалов сетевой электронной библиотеки, выполнение контрольных заданий и консультации по электронной почте. По окончании изучения всех разделов курса учащийся допускается к экзамену. Главное же отличие обучения в рамках франчайзинга с использованием Интернет от дистанционного Интерент-образования в чистом виде в том, что обучающийся соглашается с головным вузом-франчайзером вуз или колледж-франчайзи, в котором будут созданы условия для сдачи экзамена и идентификации для этого студентов.

В целом комплекс услуг, который может быть предложен в рамках такой рыночно-ориентированной образовательной инновации, как франчайзинг, включает в себя, помимо образовательных, еще ряд услуг. Эти дополнительные услуги, напрямую связанные с реализацией на образовательном рынке инноваций, можно разделить на две группы.

1. Образовательные услуги, носящие единичный характер:

- организационное сопровождение становления оказания услуг высшего образования в учреждениях - франчайзи;
- первоначальное обучение и подготовка работников в области управления образовательным процессом в рамках франчайзинга, особенно при использовании Интернет-доступа обучаемых к информационным образовательным ресурсам франчайзера;
- техническая и правовая поддержка франчайзи, приведение их информационной базы в соответствие с требованиями головного вуза – франчайзера.

2. Образовательные услуги, носящие регулярный характер:

- мониторинг образовательной деятельности франчайзи, что позволяет своевременно выявлять негативные тенденции и принимать меры по их преодолению;
- административная поддержка (по рекламе, управлению, бухучету, маркетингу образовательных услуг и т.д.);
- подготовка и сертификация тьюторов, как для головного вуза – франчайзера, так и непосред-

ственно для франчайзи (т.е. местных тьюторов);

- разработка и предоставление учебно-методического материала образовательным учреждениям - франчайзи;

- содействие в проведении региональных исследований проблем профессионального образования и разработка практических рекомендаций по маркетингу образовательных инноваций на рынке того региона или города, в котором осуществляется действие франчайзи;

- содействие и разработка методических рекомендаций по учебным курсам, учитывающих экономические, социальные, образовательные, демографические и др. особенности того региона, в котором франчайзи предоставляет образовательные услуги;

- поддержка в осуществлении научных исследований и разработок педагогов, работающих в вузах и колледжах – франчайзи, в рамках научных школ вуза – франчайзера.

Таким образом, одной из самых перспективных форм выхода российских вузов на образовательный рынок с инновациями является франчайзинг. Он представляет собой совместную деятельность учебных заведений по формированию предложения, производству, оказанию и продвижению образовательных и сопутствующих им услуг и продуктов на рынок. Предмет образовательного франчайзинга – франшиза – представляет собой комплекс исключительных прав по реализации образовательных услуг под фирменным наименованием, торговой маркой и товарным знаком головного вуза - франчайзера на определенных условиях.

Содержание образовательного франчайзинга заключается в том, что между учебными заведениями (франчайзером и франчайзи) заключается договор, в котором оговариваются все основные условия сотрудничества, финансовые особенности инновационной образовательной деятельности. Обучение учащихся, зачисленных в качестве студентов учебного заведения - франчайзи проводится по учебным планам и программам франчайзера с участием допущенных франчайзером к учебным занятиям тьюторов. Это призвано обеспечить необходимое качество и одновременно гибкость предоставления образовательных услуг.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Социологическое исследование // СОЦИС. 1997. № 8. С.94-97.
2. Исследование сибирских социологов // Независимая газета. 2000. 7 июня. С.5-6.

□ Автор статьи:

Журавская
Нина Тимофеевна
-директор Центра довузовской под-
готовки КузГТУ