

УДК: 378.018.4

ФРАНЧАЙЗИНГ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ХОДЕ ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИИ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

РЕШЕТНЯК Елена Ивановна*кандидат экономических наук, доцент*

Франчайзинг в образовании – совместная деятельность учебных заведений по формированию предложений, 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 же является комплекс исключительных прав по реализации образовательных услуг под фирменными, товарными знаками франчайзера на определенных условиях.

Франчайзинг может не только способствовать увеличению количества предоставляемых образовательных услуг и повышению их качества, но и повысить интеллектуальный уровень общества, обеспечивая доступ к различным уровням образования там, где оно было ранее недоступно.

Особую актуальность образовательный франчайзинг приобретает в настоящее время за счет внедрения методов дистанционного обучения с использованием современных педагогических, информационных и телекоммуникационных технологий. Применение образовательными учреждениями франчайзинга позволит создать образовательные сети с использованием дистанционных технологий, тем самым предоставляя всем желающим равный доступ к качественному образованию.

Проблема образовательного франчайзинга пока не получила должного освещения в отечественной литературе. Лишь в начале 1990-х годов появился целый ряд публикаций, которые лишь в обзорном плане освещали проблемы франчайзинга как экономического явления: сущность франчайзинга, история его возникновения, принципиальные преимущества, существующие формы и системы франчайзинга. В работах Г. Андрощука, Ю. Бондаренко, В. Денисюк, А. Ермолинского, Т. Ерошкиной, В. Колесниковой, Е. Легейды, Ж. Бородиной, А. Майера и других обобщался опыт функционирования франчайзинга за рубежом, оценивались перспективы его использования в отечественных условиях.

Наибольший вклад в исследование франчайзинга внесли такие зарубежные авторы, как М. Мендельсон, Дж. Стэнворт и Б. Смит. В работах названных авторов проводится анализ зарубежного опыта применения франчайзинга, рассматриваются некоторые аспекты построения

и функционирования системы франчайзинга, даются рекомендации по построению франчайзинговой сети.

Анализ экономической литературы позволяет сделать вывод, что многие аспекты франчайзинга пока остаются недостаточно изученными. Требуется более детальная разработка проблем внедрения механизма франчайзинга в сфере образовательных услуг с учетом специфики факторов внутренней и внешней среды. Таким образом, исследование теоретических и практических аспектов франчайзинга, анализ экономических отношений, складывающихся в процессе использования образовательными учреждениями франчайзинга, а также разработка схемы построения и функционирования франчайзинговой сети для образовательных учреждений, остаются открытыми.

Кроме того, требуется разработка концепции использования образовательного франчайзинга с учетом специфики отечественной образовательной системы, в том числе выявление преимуществ и противоречий образовательного франчайзинга с позиций его субъектов (франчайзи и франчайзера);

На данном этапе особенно актуальным остается анализ факторов развития и жизненного цикла образовательного франчайзинга и его адаптация к изменяющимся условиям.

Рассматривая опыт внедрения франчайзинга как способа ведения бизнеса в сфере образования, необходимо отметить Грецию, известную большим количеством студентов, выезжающих на обучение, прежде всего, в Великобританию и США. Также, необходимо отметить, что средний объем продаж услуг одного образовательного учреждения США, задействованного в образовательном франчайзинге, составляет 175 тыс. долларов, а доля всех образовательных учреждений составляет примерно 3,5% от общего числа предприятий, действующих в рамках системы франчайзинга. В Германии образовательные продукты и услуги занимают четвертое место в списке наиболее крупных сфер франчайзинга по числу задействованных франчайзи [4]. Образовательный франчайзинг нашел свое применение в России благодаря внедрению методов дистанционного обучения как нового направления развития системы образования. В России имеется несколько десятков образовательных учреждений, реализующих дистанционные технологии обучения (МЭСИ, ЛИНК, СГУ, МГИУ и многие другие).

Анализируя практику применения франчайзинга в учебных заведениях Великобритании, необходимо отметить, что изначально термин «образовательный франчайзинг» использовался достаточно широко, охватывая ряд аспектов сотрудничества институтов дальнейшего (под «дальнейшим» образованием здесь понимается специализированное образование в колледже – после школы и перед поступлением в университет) и высшего образования, включая аккредитацию и совместные курсы. Нынешнее общее определение термина более конкретно используется для описания преподавания курса или его частей в учебном заведении, отличном от того образовательного центра, где этот курс был разработан и утвержден. В насто-

ящее время в Англии образовательный франчайзинг стал наиболее быстрорасширяющейся сферой сотрудничества последипломного и высшего образования. В среднем количество высших учебных заведений, участвовавших во франчайзинге, составляет 56%. [1]. Франчайзинг особенно популярен при обучении профессионально ориентированным предметам, прежде всего бизнесу и менеджменту, инженерному делу и технологиям.

Джефф Блейк [1] подчеркивает, что «в коммерческом мире предполагается, что у франчайзера есть опробованная система. Она включает предоставление услуг или продукции. Таким образом, франчайзи может быть предложена специально разработанная система преподавания конкретного курса с полным методическим и методологическим обеспечением.

В настоящее время в помощь вузам, предлагающим свои образовательные продукты, создана и активно действует международная организация GATE (Global Alliance for Transnational Education) занимающаяся аккредитацией и контролем качества образовательных услуг, предоставляемых вузами и их агентами за пределами своих стран. Для обеспечения гораздо большего качества услуг, предоставляемых пользователю, необходимо уделять особое внимание отбору пользователей. Поэтому гарантирование качества обучения должно осуществляться самим университетом. В связи с этим основной обязанностью правообладателя по договору коммерческой концессии в образовательной сфере является также необходимость обучения и повышения квалификации персонала.

Изучение практического опыта образовательного франчайзинга показывает, что франчайзинг в образовании имеет ряд характерных черт, среди которых:

- установление франчайзером (правообладателем) стандартов образовательной программы при соблюдении строгого контроля за качеством;
- передача опробованной системы обучения по отдельным дисциплинам или определенным специальностям;
- проведение совместных мероприятий по повышению квалификации преподавательского состава;
- использование средств расширения и распространения доступа к высшему университетскому образованию (Интернет, дистанционное обучение и пр.);
- гибкость в составлении расписания и способов преподавания с учетом интересов студентов.

Франчайзинг в образовании представляет собой совместную деятельность учебных заведений по формированию предложений, производству (оказанию) и продвижению образовательных и сопутствующих им услуг и продуктов на рынок. В образовательную франшизу могут быть включены: правила формирования контингента абитуриентов, правила организации приема обучающихся, правила организации учебного процесса (передачи, усвоения и контроля знаний), учебно-методическая литература, видеокурсы, мультимедийные курсы, CD-курсы, система

оценок, формы и порядок проведения промежуточной аттестации.

Франчайзинг в образовании позволяет пользователю получить следующие преимущества:

- оставаясь юридическим лицом, пользователь приобретает готовые образовательные технологии, тем самым вливается в интегрированную систему образования;
- вместе с приобретением исключительных прав по договору пользователь покупает себе репутацию и имя правообладателя, уже получившего признание;
- получает пакет корпоративной поддержки научного, технического, консультативного и учебно-методического характера, куда входит блок информационных материалов о франчайзинге, методических материалов в виде четких инструкций по реализации образовательных продуктов и услуг, технологии ведения образовательной деятельности. Пользователь имеет право на изучение опыта и использование знаний правообладателя через специальные программы обучения и программы по развитию системы управления образовательным учреждением.

Кроме того, образовательный франчайзинг является эффективным с точки зрения всего общества, а именно: содействует появлению новых конкурентов на рынках образовательных услуг; предоставляет потребителю широкий выбор и возможность получения образования различного уровня; способствует появлению новых образовательных технологий, продуктов и услуг; в большинстве случаев потребитель может распространять свой опыт и знания о качестве образовательного продукта и услуг, реализуемых во всех учебных заведениях, входящих во франчайзинговую систему, благодаря своему представлению об общих стандартах качества.

Литература

1. Bird, G., Grawlex, G. And Sheibani, A.A. Study of HE/FE Collaboration (UK, Employment Department) // Franchising and Access to Higher Education. – 1993. – С. 5.
2. Fulton O. The Shifting Mace – up of the Student Body // The Times Higher Education Supplement. – 1993. – 16 July. – С. 2.
3. Бородин Ж.Н. Франчайзинг в образовательной сфере // <http://www.tisbi.ru/science/vestnik/2004/issue4/Educate4.html>
4. Мировая практика развития франчайзинга // Оборудование. – 2001. – № 2. – С. 17.