

Модель реализации предпринимательской стратегии вуза в рамках международных образовательных альянсов

© 2009 Э.П. Печерская

доктор педагогических наук

кандидат экономических наук, профессор

© 2009 О.В. Астафьева

Самарский государственный экономический университет

Рассмотрена предпринимательская деятельность образовательных учреждений с использованием отношений франчайзинга в условиях развития российского и международного рынка образовательных услуг. Построена модель формирования международного стратегического альянса в целях продвижения образовательных услуг с применением дистанционных технологий в ситуации возрастающей конкуренции для подготовки высококвалифицированных специалистов.

Ключевые слова: глобализация, международные стратегические образовательные альянсы, предпринимательская деятельность вузов, образовательный франчайзинг, рынок услуг бизнес-образования, высококвалифицированные специалисты.

В Стратегии социально-экономического развития Российской Федерации до 2020 г. поставлена задача перевода экономики страны на инновационный путь развития, выведения ее на траекторию быстрого и устойчивого роста. Для успешного выполнения задач, стоящих перед российским бизнесом, требуются высококвалифицированные специалисты в сфере инновационной деятельности. *Специалисты в области инновационного управления* - это тип людей, которому свойственны определенные социально-психологические и профессиональные качества: готовность брать ответственность за принятие решений; способность организовывать командную работу; инновационный тип мышления; готовность рисковать в разумных пределах; настойчивость в осуществлении решений; способность успешно вести деловые переговоры; умение создавать в коллективе климат доверия. Повышение требований к подготовке современных специалистов обуславливает основные направления трансформации системы образования вообще и бизнес-образования в особенности, включая переход к разработке индивидуальных образовательных траекторий и к максимально гибким "клиентоориентированным" схемам, основанным на кредитно-модульном принципе, компетентностном подходе, повышенных требованиях к контролю качества образования на всех его этапах. Для построения новой системы образования нужна новая философия организации прорыва, основанная на *предпринимательской стратегии*. Особенности эпохи глобализации не могут не накладывать серьезный отпечаток на формирование системы образования. Выделим ряд особенностей, которые непосредственно влияют

на проблемы образования вообще и бизнес-образования в частности¹.

1. Формирование принципиально новой системы непрерывного образования, которая принимала бы в расчет рост динамики потребностей, индивидуализацию спроса и возможностей его удовлетворения.

2. Изменение финансовой модели образования. Усиливается увеличение частных (личных) расходов при формировании образовательной стратегии человека, что принято связывать с посткоммунистической трансформацией, сопровождавшейся тяжелым бюджетным кризисом.

3. Усиление индивидуальных тенденций (траекторий) в образовании. Индивидуальные предпочтения проявляются не в выборе учебного заведения, а в индивидуализации программ самого учебного заведения. Личная образовательная программа складывается как комбинация из большого числа модулей, предлагаемых образовательным учреждением.

4. Формирование альянсов и совместных программ с разными образовательными институтами, включая зарубежные. Повышение роли международных ассоциаций и стандартов, не однозначно воздействующих на формирование прорывных образовательных программ и технологий.

5. Усиление практической направленности образования, связанной с получением требуемого набора компетенций. Создание новых возможностей через тренажеры, симуляторы, информационно-коммуникационные системы.

С развитием процессов глобализации и интернационализации экономики и бизнеса перед

¹ Мау В.А. Тенденции развития бизнес-образования // Бизнес-образование. 2008. № 2 (25). С. 4.

высшим образованием встают новые *цели - подготовка профессиональных кадров, способных эффективно работать в изменяющихся условиях глобального рынка*. Интернационализация образования направлена на сопоставление учебных планов и обучение своих студентов в зарубежных вузах-партнерах, расширение региональной сети вуза для эффективного использования своих ресурсов, повышения качества образования и исследований за счет участия студентов и преподавателей в международном процессе обмена знаниями, рост финансовых поступлений через привлечение иностранных студентов на платное обучение.

Стремление субъектов мирового рынка образовательных услуг извлекать доходы и укрепляться на рынке стимулирует внедрение новых программ, изобретение новых форм и моделей обучения, а также появление новых учебных заведений и образовательных центров. Эти тенденции проявляются в объединительных процессах создания *международных стратегических образовательных альянсов*, которые являются одной из наиболее распространенных форм экономической интеграции хозяйствующих субъектов, в том числе образовательных организаций. Механизм образовательного альянса, являющийся механизмом совместной образовательной деятельности, может быть использован в образовательном предпринимательстве для взаимодействия с региональными партнерами в рамках организации системы открытого образования. Сущность стратегических альянсов базируется на заключении соглашения о совместной деятельности нескольких партнеров для достижения определенных коммерческих целей, получения синергетического эффекта от взаимодействия объединенных и взаимодополняющих ресурсов. Побудительными причинами вступления в стратегический альянс для организаций являются увеличение объема присутствия на рынке; диверсификация спектра предоставляемых услуг.

Одним из важнейших *элементов* построения стратегического образовательного альянса становится *доверие*, понимаемое как взаимная уверенность сторон в том, что ни одна из них не будет предпринимать вредных, оппортунистических действий для альянса в целом и для второй стороны в частности, не будет использовать в своих интересах слабые стороны партнера. Доверие во многом зависит от культурного уровня партнеров: чем больше разница, тем меньше вероятность достижения понимания и формирования прочных доверительных отношений.

В целях повышения вероятности успеха выстраиваемых отношений необходимо обратить

внимание на следующие элементы: *всесторонняя самооценка* собственной организации и тщательный *анализ партнера* для определения возможности выполнения совместной работы; установление и *согласование границ деловых отношений*, в рамках которых должны оперировать партнеры, включающие различные области: процедуры, которыми организации пользуются, взаимоотношения с покупателями, способы принятия решений и разрешения конфликтов, культуру участников альянса; сохранение *определенной степени независимости* партнеров для нормального развития организации после прекращения существования альянса; *сохранение отношений* в течение длительного времени, которое зависит от многих аспектов деятельности - стратегических, тактических, операционных, межличностных, культурных².

Однако такие *риски*, как утечка информации об основных стратегических направлениях деятельности компании, отток клиентуры, возможная потеря самостоятельности, ухудшение основной деятельности организации, не связанной с деятельностью альянса, часто являются причинами распада альянса. Особенно это свойственно образовательным региональным альянсам, для которых характерны неравноценный потенциал партнеров, языковые и культурные различия, ведущие к конфликту и несовместимости между партнерами. Наряду с коммуникативными проблемами культурный фактор относят к наиболее важным причинам провала международных альянсов. Культурные различия между странами определяются как одно из важнейших условий результативности международной передачи знаний, технологии или техники управления между организациями. Поэтому *критическими факторами успеха* стратегических бизнес-альянсов, обеспечивающими их эффективность, являются соблюдение таких обязательных условий, как тщательное проектирование стратегии альянса; способность учитывать знания партнера; интегрирование целей и интересов партнеров; соблюдение баланса сотрудничества и соревновательности; профессионализм управляющего персонала; осторожность в передаче конфиденциальной информации; мониторинг и оценка эффективности деятельности альянса.

К основным результатам, определяющим успех представленной модели формирования стратегических образовательных альянсов, можно отнести следующие направления предприни-

² Уоллес Р.Л. Стратегические альянсы в бизнесе. Технологии построения долгосрочных партнерских отношений и создания совместных предприятий: пер. с англ. М., 2005. С. 92-93.

матерской деятельности вузов по интеграции в мировое образовательное пространство: диверсификацию спектра предоставляемых услуг; ведение образовательной деятельности в иностранных государствах; совместную с иностранными компаниями (в том числе и с вузами) организацию образовательных программ; совместное осуществление научных проектов (фандрайзинг); снижение транзакционных образовательных издержек, в состав которых входят затраты на осуществление набора студентов, поиск адекватных программ, курсов, идей, поиск и привлечение преподавателей, затраты на переговоры и поддержание отношений с клиентами; повышение качества образования и исследований за счет участия студентов и преподавателей в международном процессе обмена знаниями; рост финансовых поступлений через привлечение иностранных студентов на платное обучение; синергетический эффект взаимодействия российских вузов с зарубежными центрами и участия в международных программах (см. рисунок).

Таким образом, тенденции глобализации и конвергенции образования на мировом рынке образовательных услуг обуславливают необходимость интеграции российских вузов в мировое образовательное пространство и открывают для вузов новые возможности и способы ведения предпринимательской деятельности на международной арене. Под предпринимательской деятельностью вуза понимается совокупность действий образовательных учреждений, инициируемых и осуществляемых ими самостоятельно, добросовестно и на свой страх и риск, по владению, использованию и распоряжению материальными и нематериальными благами и ресурсами в целях оказания образовательных услуг, а также для создания иных общественно полезных результатов труда. Образовательное предпринимательство проявляется посредством оказания образовательных услуг, направленных на удовлетворение потребностей общества и его членов в повышении образовательного уровня, инновационного использования образовательных ресурсов и получения экономической выгоды, необходимой для сохранения и развития вуза³.

В настоящее время широкое распространение получил экономический механизм реализации образовательных услуг с применением элементов дистанционного обучения - **предпринимательская деятельность образовательной организации в рамках совместной деятельности (образовательный альянс) с использованием отношений франчайзинга**. Образовательный франчайзинг

³ Лобов В. Г. Предпринимательская деятельность высшего учебного заведения. М., 2005. С. 20.

используется в качестве канала распределения образовательных услуг и является примечательным направлением современного мирового рынка образовательных услуг.

Образовательный франчайзинг представляет собой передачу известным университетом другому университету права реализации своей программы. При этом наиболее активно продвигают свои франчайзинговые программы австралийские университеты - в Китай, Сингапур, Малайзию и Гонконг, Вьетнам, Индию, ЮАР, а также университеты Великобритании. В арабском регионе партнером Открытого университета является Арабский открытый университет, который имеет свои отделения в Кувейте, Бахрейне, Ливане, Иордании, Саудовской Аравии.

Активное развитие образовательного франчайзинга в нашей стране в определенной степени связано с рядом изменений, происходящих в ходе постепенной интеграции России в мировое образовательное пространство и благодаря внедрению методов дистанционного обучения как нового направления развития системы образования. Ярким примером сотрудничества российских и иностранных вузов в рамках стратегических образовательных альянсов с использованием отношений франчайзинга является программа "Бакалавр бизнес-администрирования", реализуемая Самарским государственным экономическим университетом, Открытым университетом Великобритании и Международным институтом менеджмента ЛИНК в рамках Глобального образовательного альянса "*Global Bachelor of Business Alliance*" (GBBA), который предоставляет студентам возможность параллельного обучения на русском языке без выезда за границу, объединяет ресурсы российских вузов с ресурсами зарубежных университетов, способствует интеграции международных программ с отечественными программами и повышению статуса и компетентности выпускников. В рамках этой программы вуз дает студенту возможность, помимо диплома российского высшего учебного заведения, получить диплом иностранного вуза.

Открытый университет является мировым лидером в дистанционном обучении и стремится играть ведущую роль в распространении высшего и последилового образования как в Великобритании, так и в других странах на обширном пространстве от США до Сингапура. В настоящее время в 400 учебных центрах, работающих по программам Открытого университета, обучается более 150 тыс. чел.⁴ Программы Школы бизнеса ОУ применяются для профессиональной подготовки менеджеров в таких странах, как Австрия, Бельгия,

⁴ <http://www.open.ac.uk>.

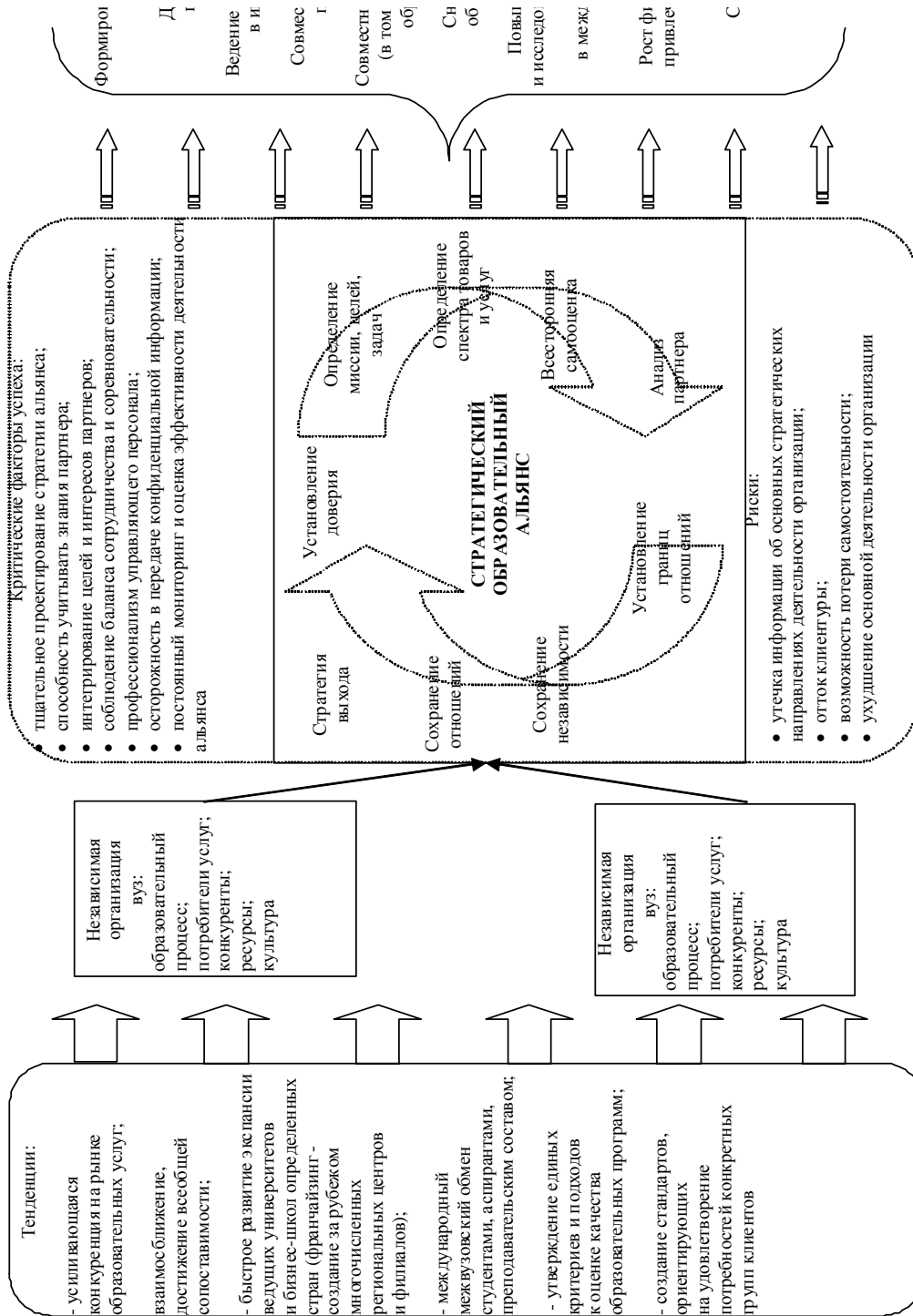


Рис. Модель формирования стратегического образовательного альянса

**Модель международного образовательного франчайзинга в рамках
Global Bachelor of Business Alliance**

Участники проекта GBVA			
Открытый университет (франчайзер)	МИМ ЛИНК (провайдер)	СГЭУ (франчайзи)	Конечный потребитель
Продвижение на новые рынки и укрепление репутации и имиджа на существующем рынке по мере предоставления образовательных услуг	Доступ к интеллектуальной базе европейской бизнес-школы и передовой технологии открытого дистанционного образования	Доступ к апробированной концепции образования, прогрессивным учебным планам и программам ведущей школы бизнеса Европы	Широкий выбор получения образования, отвечающего современным требованиям российского и международного рынка труда
Стабильность получения дополнительного дохода по мере роста числа слушателей при отсутствии высокой степени риска потерять капитал	Возможность сотрудничества с международными организациями и ассоциациями, установление связей с зарубежными образовательными и коммерческими структурами	Использование интеллектуальной собственности франчайзера: товарного знака, научных разработок; технологий обучения; организации процесса работы	Возможность учиться в школе, имеющей международные аккредитации, и получить европейское образование без выезда за границу
Экономия на содержании материально-технической базы, административно-хозяйственных и управленческих расходах за счет франчайзи	Обладание научными, техническими, учебно-методическими, информационными, консультативными ресурсами для развития образовательной сети	Экономия времени и ресурсов на рекламе, проведении маркетинговых исследований, разработке учебного материала	Формирование дополнительных профессиональных компетенций и повышение конкурентоспособности
Создание и продвижение единого бренда, признание со стороны потребителей и рост доверия к качеству образования	Увеличение доли рынка образовательных услуг и укрепление репутации	Преимущества в конкурентной борьбе и укрепление позиций на региональном рынке образовательных услуг	Преимущества при трудоустройстве в международную компанию
Консолидация деятельности на конкурентном рынке	Получение дохода за счет увеличения количества слушателей	Обучение и повышение квалификации преподавателей и сотрудников	Приемлемая стоимость обучения

Болгария, Великобритания, Венгрия, Германия, Голландия, Гонконг, Индия, Испания, Италия, Португалия, Россия, Румыния, Словакия, Сингапур, Франция, Чехия - всего более чем в 37 странах. МИМ ЛИНК является представителем Открытого университета в России и странах ближнего зарубежья, объединяет около 90 учебных центров и функционирует по единой технологии и стандартам обучения, разработанным франчайзером.

Принципами организации франчайзинговой сети являются: высокая стандартизация операций, типовая организационная структура, согласованность маркетинговых планов, жесткий контроль качества франчайзером, тесный контакт, постоянный обмен информацией, патентная защита, эксклюзивное право работы франчайзи на определенной территории. Элементы модели международного образовательного франчайзинга в рамках Global Bachelor of Business Alliance представлены в таблице.

В настоящее время связь между качественным образованием и перспективой построения общества с высокоразвитой экономикой дает стимул системе образования к движению вперед для страны, ориентированной на инновационный путь развития. Новая генерация предпринимателей и менеджеров, мотивированных на приобретение современных знаний, реализацию амбициозных планов по развитию бизнеса и своей деловой карьеры, представляет особый слой бизнес-сообщества. Сплав современных научных знаний, полученных в бизнес-образовании, и уникального практического опыта, приобретенного в условиях риска, определяет высокую ценность человеческого капитала инновационной российской экономики⁵.

Поступила в редакцию 08.11.2009 г.

⁵ Крылатых Э.Н. Бизнес-образование для российских менеджеров начала XXI века // Инициативы XXI века. 2009. №3. С. 10.