

В.А. Бейзеров,

кандидат педагогических наук, учитель
английского языка ГУО «Гимназия № 10
г. Гомеля»

ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ФОРМА РАЗВИТИЯ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

Повсеместно принимается тезис о том, что высшее образование, так же как и бизнес, испытывает на себе влияние глобализации. Для многих стран высшее образование в настоящее время – важный источник экспорта и соответственно дохода, так как университетские кампусы привлекают студентов со всего мира. Торговля лицензиями на право оказывать образовательные услуги и присваивать академические степени от своего имени (в форме франчайзинга) начинает принимать форму прямых иностранных инвестиций, так как ежегодно многократно увеличивается число вузов, открывающих представительства за рубежом. Существует четкая параллель между глобализацией в бизнесе и высшем образовании. В данной статье анализируются экономические механизмы глобализации относительно высшего образования (в частности, соотношение спроса и предложения на рынке образовательных услуг). Тенденция коммерциализации высшего образования ведет также и к его интернационализации.

Ключевые слова: высшее образование, интернационализация, глобализация, транснациональное образование.

Ведомое преимуществами информационных и коммуникационных технологий, а также растущей гегемонией английского языка, высшее образование в настоящее время интернационализируется, полностью следуя бизнесу. Каков же смысл интернационализации высшего образования? Интернационализация, или глобализация, часто представляется как феномен, возникший в конце XX – начале XXI века. Причем катализаторами данного процесса, по мнению большинства исследователей, стали инновации в сфере информационных технологий и коммуникаций, а также растущая роль английского языка как всемирного языка бизнеса, политики, науки и культуры.

В контексте университетов тем не менее многие из европейских университетов были по-настоящему глобальными уже на заре своего существования в XIII–XVI веках. Изначально основанные как религиозные семинарии, в которых обучение велось на латыни (всемирном языке науки, культуры и искусства того времени), они уже в средние века привлекали в свои стены лучшие умы Старого света. Латынь в университетах сменилась немецким, а затем и английским языком. Роль университетов остается неизменной – это создание и распространение знаний, выражаясь иначе – проводить исследования и обучать студентов. Создание и распространение знаний – это задача актуальна для всего человечества, исследования одних ученых, так или иначе, основываются на изысканиях их предшественников из многих стран, таким образом, университеты обречены быть интернациональными. В этом смысле университеты также всегда были «интернациональными», так как уже на протяжении столетий ученые обмениваются идеями и опытом на международных конференциях, издавая свои труды в книгах и журналах и т. д.

Во время «холодной войны» правительства Соединенных Штатов, СССР и Великобритании предоставляли стипендии студентам из стран своих блоков. Таким образом, многие молодые люди из развивающихся стран смогли получить высшее образование в Гарварде, Оксфорде, МГУ и т. д. Таким образом, здесь политическое противостояние Запада и Востока также сыграло в пользу интернационализации высшего образования. В первые послевоенные годы интернационализация в образовании также имела некоммерческую направленность (к примеру, план Колумбо, который начал функционировать в 1951 году и имел своей целью стимулировать развитие стран Южной и Юго-Восточной Азии путем выделения грантов и стипендий прогрессивным молодым гражданам этих стран для воспитания из них будущей элиты своих стран в университетах развитых стран Запада).

Конец «холодной войны» и рост рыночного либерализма во многих странах привели к тому (прежде всего там, где высшие учебные заведения были государственными и где постоянно снижалось их финансирование), что университеты становятся более коммерчески ориентированы и привлекают большое количество иностранных студентов, особенно из развивающихся стран.

Рост числа иностранных студентов, обучающихся в иностранных университетах в конце 1980-х, стал предтечей открытия филиалов западных университетов в развивающихся странах в последние годы. Таким образом,

к примеру, студентам из Кореи или Сингапура теперь нет необходимости ехать на обучение в Европу или Америку. Они могут обучаться и получить такую же академическую степень в том же университете, но у себя на родине. Многие филиалы университетов такого рода управляются частными компаниями и работают по схеме франчайзинга (где вместе с лицензией на определенный вид деятельности компания получает от изначального правообладателя право использовать и его торговую марку) [9].

Таблица 1

Численность иностранных студентов, обучающихся в университетах и колледжах развитых стран (2005 год)

	Австралия	Новая Зеландия	Великобритания	США
Число иностранных студентов	163 930	30 674	318 395	565 039
% иностранных студентов от общего числа студентов	17,7	14,0	13,0	4,0

В контексте университетов интернационализация очень тесно ассоциируется с их образовательной функцией и переходом от исключительно местного рынка, где реализовывались образовательные услуги, к распространению своих услуг на мультинациональном уровне для удовлетворения спроса глобального рынка образовательных услуг.

Данный аспект интернационализации часто в научной литературе определяется как «транснациональное образование», которое включает «все виды программ в области высшего образования, предоставление образовательных услуг (включая дистанционное образование), где обучаемые не находятся в стране, учреждение которой предоставляет образовательные услуги».

Австралия, США, Канада, Великобритания и Новая Зеландия находятся в авангарде глобализации в сфере высшего образования. В других странах системы высшего образования, отличные от вышеназванных стран, вынуждены изменяться по образцу и подобию англосаксонской системы, чтобы сохранить свою конкурентоспособность на мировом рынке.

В научной литературе широко освещена так называемая «Упсальская модель интернационализации». Данная модель прежде всего относится

Таблица 2

Распределение иностранных студентов, обучающихся в университетах и колледжах развитых стран, по регионам происхождения (в %)

	Австралия	Новая Зеландия	Великобритания	США
Африка	3,7	0,7	8,3	6,9
Азия	71,4	84,2	40,8	62,8
Европа (вкл. ЕС)	9,5	6,0	40,3	13,1
ЕС	2,9	4,5	35,3	7,7
Северная Америка	4,2	4,8	8,5	10,4
Океания	3,9	3,9	0,8	0,8
Латинская Америка	1,0	0,5	1,0	6,0
Неопределенное происхождение	6,3	–	0,3	–

Таблица 3

Иностранные студенты в австралийских университетах и их международных филиалах

	2001	2002	2003	2004
Число иностранных студентов в австралийских вузах	83 992	131 639	151 884	163 930
Число иностранных студентов в филиалах австралийских вузов	28 266	53 419	58 513	63 290
Всего	112 258	158 058	210 397	227 220

к экономике и бизнесу. Она была разработана в ходе исследования, проведенного в странах Скандинавии в 1970-е годы учеными Йохансоном и Вальном. Описанная модель предполагает развитие глобалистических процессов в экономике постепенно и согласованно и предполагает четыре ступени: 1) экспорт; 2) продажа лицензий на производство; 3) создание совместных предприятий; 4) создание индивидуальных предприятий [5].

В контексте высшего образования университеты экспортируют образовательные услуги иностранным студентам-потребителям данных услуг. Наблюдается рост на 30% числа иностранных студентов в первые четыре года первого десятилетия XXI века, а также явное доминирование стран

Европы как наиболее привлекательного места для иностранных студентов. 55% иностранных студентов обучаются непосредственно в «большой четверке» стран-лидеров в области высшего образования. США остаются лидером по числу иностранных студентов (более 500 000), в то же время иностранные студенты составляют лишь 4% от всех студентов в стране по сравнению с 5% в Австралии.

С более чем 60% населения мира Азия является главным экспортером студентов в Австралию, Новую Зеландию и Соединенные Штаты. Картина выглядит более сбалансированной для Великобритании. Здесь 35,3% иностранных студентов – выходцы из стран Европейского Союза, членом которого также является Соединенное Королевство. (Положение студентов из стран ЕС аналогично положению британских студентов – оплата обучения и льготы для всех граждан Евросоюза едины.) Из студентов, не являющихся гражданами Европейского Союза, 63% – выходцы из стран Азии. Почти схожая пропорция характерна и для США. Статистика подтверждает, что экспорт высшего образования через филиалы иностранных университетов – основной сектор. Он также дополняется экспортом «виртуального высшего образования» в форме дистанционного и он-лайн образования. Граница между традиционным очным обучением в стенах университета и дистанционным образованием постепенно, но неуклонно размывается. Этот процесс катализируется дополнением либо заменой обычных лекционных и семинарских занятий дистанционной формой обучения в том или ином виде практически в каждом высшем учебном заведении мира. Соответственно растет и число иностранных студентов, получающих образование дистанционно в университетах стран Запада. Число таких студентов невероятно высоко. Университет Феникса, по данным внутренней статистики, с момента его основания в 1976 году закончили более 170 000 выпускников (в основном обучавшихся по дистанционной и он-лайн формам обучения). Открытый университет Британии закончили более 200 000 человек. В бизнес-школе данного университета зафиксировано 180 000 заявлений. Имеются существенные проблемы, затрудняющие оценку объемов рынка экспорта виртуального обучения. Эти проблемы главным образом связаны с неодинаковым подходом к сбору подобной информации и ведению статистического учета в разных странах, а также с тем, что большинство учреждений, предоставляющих образовательные услуги подобного рода, являются частными. К примеру, только в Великобритании на начало 2000-х годов подобной деятельностью занимались более 50 больших частных компаний.

В высшем образовании одним из эквивалентов лицензирования образовательных услуг (продукта) является франчайзинг. В данном случае университет – обладатель прав на оказание данного вида образовательных услуг передает часть своих прав местному университету или институту за определенное вознаграждение. Вместе с правами на предоставление данного вида услуг (к примеру, обучение по программе магистра), как правило, передается и торговая марка, т. е. право выдавать диплом (сертификат) выпускникам, успешно прошедшим курс обучения от имени университета – первичного правообладателя. Данная схема первоначально была апробирована университетами Великобритании и Австралии несколько в иной форме. Изначально действовала формула 1+2 и 2+1. Это означало, что первый год из трех лет обучения по программе бакалавриата студенты обучались в филиале университета на родине, а завершали обучение уже в базовом университете (в течение последующих двух лет). Впоследствии данная формула была заменена на новую (1+2), когда уже большую часть времени студенты проводили на родине. Со временем появилась модель 3+0, т. е. непосредственно полный переход к обучению в филиале.

Качество множества частных высших учебных заведений подвергается сомнению, что привело к появлению термина «Макдонализация» и применению его по отношению к франчайзинговым учебным заведениям [9].

В 2005/2006 учебном году, по данным Британского Совета, около 180 000 студентов-слушателей обучались по программам британских университетов в зарубежных кампусах по франчайзинговой схеме. В то же время в самих британских вузах обучались свыше 270 000 студентов из-за рубежа. Таким образом, каждый третий иностранный студент предпочел обучаться на родине. Несмотря на широкое распространение подобного опыта, национальные правительства развитых стран Запада считают, что подобная практика лицензирования в образовании способна существенно подорвать репутацию местных, западных, университетов, продающих лицензию учебным заведениям из других стран. Данные заявления не безосновательны. К примеру, британские университеты лишь изредка отслеживают качество преподавания в учебных заведениях, которым они передали лицензии на право присуждения степеней от своего имени. Лишь Австралия систематически изучает и контролирует качество работы своих зарубежных партнеров. Примерно 30% иностранных студентов, обучающихся по программам австралийских университетов, обучаются «оффшорно», т. е. в кампусах на родине. К 2003 году 39 австралийских университетов

были вовлечены в подобного рода деятельность. 70% студентов было привлечено в Китае, Гонконге, Малайзии и Сингапуре.

В странах, где открыты филиалы иностранных университетов, организованы государственные агентства, следящие за качеством образования в данных филиалах. В частности, подобные агентства открыты в Индии, Сингапуре и ЮАР в течение 1994–2003 годов. Термин «третья волна» в рамках Упсальского процесса интернационализации, выдвинутый исследователем Маззаролом (Mazzarol), означает открытие филиалов университетов в третьих странах. Это подразумевает лицензирование образовательной деятельности филиалов государственными органами этих стран, т. е. вовлекает иностранных партнеров в процесс организации нового образовательного учреждения на правах совместного предприятия. Сингапур и Малайзия находятся в авангарде процесса привлечения инвестиций со стороны западных университетов для развития собственной системы высшего образования [10].

Совет по экономическому развитию Сингапура провозгласил политику поощрения международных университетов к открытию филиалов с целью превращения города в мировой центр высшего образования в течение ближайшего десятилетия. В Малайзии Закон об образовании 1998 года разрешил иностранным университетам также открывать свои представительства.

Массачусетский технологический институт и Технический университет Мюнхена совместными усилиями с одним из Сингапурских университетов осуществляют подготовку по магистерским программам непосредственно в Сингапуре. Здесь же Чикагский университет проводит подготовку по специальности «магистр бизнес-администрирования». В Малайзии действуют филиалы австралийских и британских университетов. Филиал Ноттингемского университета в Малайзии, имеющий территорию площадью в 100 акров, – первый из филиалов английских университетов, открытых вне территории Соединенного Королевства.

Китайское руководство, следуя примеру своих соседей, также в 2003 году приняло специальные законодательные акты, регулирующие деятельность иностранных образовательных учреждений на территории КНР. Кампус Ноттингемского университета Ningbo, созданный на основе нового законодательства, стал первым совместным предприятием в образовательной отрасли. Первые студенты начали заниматься в данном кампусе в 2004 году. Другие университеты Британии также с интересом наблюдают за успехами своих «коллег» и планируют открытие филиалов в странах Юго-Восточной Азии [4].

В развитых странах существует достаточно большое количество частных колледжей и университетов, особенно в традиционных центрах – Лондоне и Париже, осуществляющих подготовку по программам бакалавриата и магистратуры. К примеру, Британский совет по аккредитации, негосударственная коммерческая организация, насчитывает 78 аккредитованных частных университетов и колледжей. В большинстве своем данные учреждения не предоставляют студентам грантов и стипендий, а также не подпадают под действие государственных программ по поддержке студентов (в том числе и государственных займов на образование). Данные учреждения не являются филиалами иностранных учреждений и не принадлежат так называемой «третьей волне».

Как указывается выше, во многих развивающихся странах создаются целые сети иностранных университетов в форме частных унитарных предприятий.

Интернационализация компании увеличивает доходы как путем снижения производственных затрат, так и путем увеличения продаж, и, соответственно, увеличения оборота [4].

Главным способом уменьшения стоимости продукции является снижение себестоимости путем уменьшения закупочных цен на сырье, поиск наиболее «дешевых» поставщиков сырья, дешевой рабочей силы. Нефтяные компании были пионерами в данной области. Примером этому служит перенос производства крупнейшими американскими и европейскими компаниями в страны третьего мира, где низкая стоимость труда обеспечивает снижение себестоимости, а следовательно, конечной цены продукции.

Процесс интернационализации является в большей степени горизонтальным (т. е. предполагает охват большего количества регионов и стран). Он также способствует расширению рынков сбыта для конкретной компании, а также приводит к снижению стоимости продукции. Первым шагом интернационализации в любом бизнесе является продажа продукции (услуг) на новом рынке (часто при посредничестве дилеров). Вторым шагом является самостоятельный выход на рынок (открытие представительства компании), третий шаг – организация производственного подразделения непосредственно в данном регионе (стране).

Интернационализация находится под влиянием катализаторов – новых технологий, культурной миксации, проводником которых служат английский язык (как второй язык), всемирные телевизионные каналы, музыка, фильмы, а также либеральная экономическая среда и иностранные инвестиции. Данные объяснения и определения интернационализации

тем не менее неполные. Они не объясняют причины поведения транснациональных компаний на рынках.

Исследователь Даннинг (Dunning) предпринял попытку синтезировать различные теоретические предпосылки развития транснациональных компаний при помощи метода кейсов [7]. В своем труде он пришел к выводу, что компании становятся транснациональными при трех основных условиях:

1. Компания имеет определенные преимущества перед компаниями данной страны (т. е. имеет активы в данном государстве: персонал, финансовые ресурсы, влияние на рынке).

2. Преимущества лучше реализуются самой компанией, а не путем передачи технологий, оборудования и торговой марки другим компаниям.

3. Для компании становится более выгодным работать на иностранных рынках, чем на своем.

В литературе по интернационализации (глобализации) экономики и бизнеса также содержится информация и о течении данного процесса в области высшего образования. Исследователи выделяют главную тенденцию в современном высшем образовании – переход от экспорта образовательных услуг к франчайзингу. Данная форма организации новых образовательных учреждений снижает организационные затраты за счет снижения инвестиций и расходов на персонал. Первичная мотивация организации франчайзинга в образовании – выход на новые рынки за рубежами своей страны [10].

Подобная форма высшего образования позволяет многим жителям стран третьего мира, до сих пор не имевших возможности получить качественное, соответствующее мировым требованиям высшее образование, сделать это в своей стране, не тратя огромные средства на обучение и проживание в развитых странах.

При выходе на новые рынки (в основном в развивающихся странах) западные университеты обладают неоспоримыми преимуществами по сравнению с местными университетами-конкурентами, так как они имеют более развитую инфраструктуру, исследовательскую базу, значительный кадровый потенциал, технологии, разработанные и успешно апробированные учебные программы. С другой стороны, данные преимущества могут быть реализованы через франчайзинговую схему или путем организации совместного предприятия. В любом случае, материалы и программы должны адаптироваться к местным условиям. Также гораздо эффективнее, когда преподаватель, обучающий студентов, сам разрабатывает данный курс

или материалы данного курса, так как он непосредственно знает своих студентов и как эффективнее с ними работать.

С другой стороны, существует проблема отношений между университетом-франчайзером (т. е. тем, кто предоставляет свою торговую марку и снабжает приобретателя всеми необходимыми материалами и инструкциями) и местным университетом, который приобрел данную франшизу. Ценность квалификации и диплома, выданного выпускнику, зависят от репутации университета, выдавшего данный диплом. Стремление поддерживать высокую репутацию заставляет университеты строго относиться к проведению отбора абитуриентов, промежуточной и итоговой аттестации студентов и выпускников. С другой стороны, университет-агент (приобретший лицензию на оказание образовательных услуг) стремится увеличить количество своих студентов, а следовательно, увеличить прибыль. Погоня за прибылью может отразиться на понижении стандартов контроля и оценки знаний абитуриентов, студентов и выпускников. Университеты, передающие лицензии, поэтому стремятся оставить за собой контроль над качеством преподавания и проведения экзаменов.

Открытие франчайзинговых схем оказывается более выгодным для университетов, чем работы на внутреннем рынке, так как значительно расширяется рынок сбыта доступных для широких слоев населения образовательных услуг.

Литература

1. Altbach, P. G. (2004). Globalization and the university: myths and realities in an unequal world. *Tertiary Education and Management*, 1, 1–20.
2. Australian Universities Quality Agency. (2005). Annual report, http://www.auqa.edu.au/aboutauqa/annualreports/2005_Annual_Report.pdf.
3. Bloom, D. E., & Sevilla J. (2003). Difficulties in justifying general public subsidies for higher education in developing countries, *International Higher Education*, No 32, Summer, http://www.bc.edu/bc_org/
4. Chich-Jen, S., & I-Ming, W. (2006). Development of export of China's higher education, <http://cnx.org/content/m14289/latest/China.pdf>.
5. Council of Europe/UNESCO. (2000). Code of good practice in the provision of transnational education. Lisbon: Council of Europe/UNESCO.
6. Crystal, D. (1997). *English as a global language*. Cambridge: Cambridge University Press.

7. Dunning, J. (1993). *The globalization of business: The challenge of the 1990s*. London: Routledge.

8. Garrett, R. (2005). *The Global Education Index 2005 (Part 2): Public companies relationships with nonprofit higher education*. London, UK: The Observatory on Higher Education.

9. Hayes, D., & Wynyard, R. (Eds.) (2002). *The McDonaldization of higher education*. Westport, CT: Praeger.

10. Mazzarol, T., Soutar, G. N., & Seng, M. S. Y. (2003). The third wave: future trends in international education. *The International Journal of Educational Management*, 17(2/3), 90–99.

Beiserov V.A., *PhD in Pedagogy, English Language Teacher, GOU 'College No.10', Gomel*

FRANCHISING AS A FORM OF HIGHER EDUCATION DEVELOPMENT

It is generally accepted that not only business but also higher education is influenced by globalization. In many countries higher education is an important source of export and profit accordingly, because university campuses attract students from the whole world. Selling of licenses to make educational services and give recognized academic degrees (as franchising) is based on direct foreign investments and a number of universities having branches abroad has increased many times. There is a parallel between globalization in business and this one in higher education. Economic mechanisms of globalization concerning higher education (demand and supply on educational services market in particular) are analyzed in the article. Tendency of commercialization of higher education leads to its internationalization.

Key words: *higher education, internationalization, globalization, transnational education.*