

Література

1. Каплан Роберт С. Стратегические карты. Трансформация нематериальных активов в материальные результаты / Роберт С. Каплан, Дейвид П. Нортон; [пер. с англ.]. – М.: ЗАО “Олимп-Бизнес”, 2005. – 512 с.
2. Лукичева Л. И. Управление интеллектуальным капиталом / Лукичева Л. И. – Москва: Омега-Л, 2007. – 552 с.
3. Мескон М. Х. Основы менеджмента / М. Х. Мескон, М. Альберт. – М.: Дело, 1998. – 702 с.
4. Чухно А. А. Интеллектуальный капитал: сукупність форми і закономірності розвитку / А. А. Чухно // Економіка України. – 2002. – № 11. – С. 48–55.

УДК 338.24:37.014.54 (477):378.112

О. О. Верхогляд, О. О. Романовський, Ю. Ю. Романовська
Українсько-американський гуманітарний інститут
“Вісконсінський Міжнародний Університет (США) в Україні”

ДИСТАНЦІЙНА ОСВІТА США ЯК ДЖЕРЕЛО ДОДАТКОВОГО ФІНАНСУВАННЯ УНІВЕРСИТЕТІВ І КОЛЕДЖІВ

Розглянуто питання щодо ролі дистанційної освіти в залученні додаткових фінансових надходжень для вищих навчальних закладів США. Надані рекомендації із розвитку програм дистанційної освіти у ВНЗ України.

Ключові слова: підприємницька діяльність ВНЗ, дистанційна освіта, дистанційний підхід до освіти, технології викладання, комунікаційні технології, ринок освіти, режим он-лайн.

Рассмотрены вопросы о роли дистанционного образования в вовлечении дополнительных финансовых поступлений для высших учебных заведений США. Приведены рекомендации по развитию программ дистанционного образования в ВУЗах Украины.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность ВУЗов, дистанционное образование, дистанционный подход к образованию, технологии преподавания, коммуникационные технологии, рынок образования, режим он-лайн.

The question of distance learning as a source of additional revenue for higher education establishments in the USA is studied. Valuable lessons for establishing on-line programs in higher education establishments in Ukraine are provided.

Keywords: entrepreneurial activity of higher educational establishments, remote formation, remote approach to education, teaching technologies, communication technologies, market of education, on-line network.

© *О. О. Верхогляд, О. О. Романовський, Ю. Ю. Романовська, 2009*

Останні десятиріччя в державних і приватних навчальних закладах США істотна увага приділяється підприємницькій діяльності, спрямованій на генерацію й отримання фінансових надходжень для цих закладів. Фінансові надходження завдяки підприємницькій діяльності – це "ті інституційні дії, які виробляють прибуток без державної підтримки" [1, с. 93]. Це обумовлено тим, що динаміка фінансування вищих навчальних закладів (ВНЗ) в останні роки суттєво змінилася. Отримуючи все менше й менше фінансової підтримки від урядів держав, ВНЗ потрібно знайти способи для виживання і розвитку. Як зазначають фахівці, наприклад, Г. Блюменстік, "...надходження приватного капіталу в індустрію освіти особливо актуально зараз, тому що штати суттєво скорочують фінансову підтримку навчальних закладів – як приватних, так і державних. У результаті цього університетам дуже важко оплачувати рахунки" [2, с. 25].

У пошуках шляхів покращення фінансового стану багато неприбуткових університетів і коледжів включилися у боротьбу за генерування додаткових джерел фінансування. Вони здійснюють це шляхом надання класів, ступенів і тренінгів через програми подовженого навчання і так званих *extension programs* [3].

Існує два способи генерації та отримання додаткових фінансів:

1. Освітні заклади можуть виробляти так звані *non-preferred goods* – непереважні (вторинні) товари. Це – послуги, які безпосередньо не пов'язані з діяльністю ВНЗ і надаються для того, щоб підтримувати так звані переважні (основні) товари – *preferred goods*. Останніми є послуги, що прямо пов'язані з діяльністю ВНЗ [1, с. 93].

2. Пряме вироблення переважних (основних) товарів (*preferred goods*), які безпосередньо зв'язані з діяльністю ВНЗ.

Перший спосіб можна розглядати як комерційну діяльність – продаж визначених послуг, що не підтримують пряму місію університету (коледжу). Наприклад, заняття для бізнес-лідерів у формі *continued education*, які проводить місцевий громадський коледж (*community college*), що зазвичай, надає освіту людям від 18 до 22 років. Такі заняття для бізнес-лідерів не пов'язані безпосередньо з навчанням студентів цього ВНЗ. У той же час фінансові кошти, отримані при проведенні цих занять, можуть допомогти придбати устаткування або інші ресурси, необхідні для навчання саме студентів цього ВНЗ. Другий спосіб можливий, коли фінанси генеруються шляхом продажу освітніх послуг, які безпосередньо підтримують місію цього університету (коледжу). Прикладом може бути післядипломна освіта для випускників університету (коледжу). У загальному вигляді один і той же проект, одна і та ж програма можуть відігравати роль як переважних, так і непереважних товарів залежно від місії університету (коледжу), його аудиторії та інституційної атмосфери.

У цій статті досліджуються можливості отримання додаткових коштів від використання дистанційної освіти – діяльності, яка може належати до обох типів генерації, та отримання додаткових фінансів залежно від якостей ВНЗ, де вона застосовується. Зауважимо, що дистанційна вища освіта може бути дуже прибутковою діяльністю, здатною як покращити навчання студентів, так

і забезпечити істотні фінансові надходження.

Актуальність дослідження полягає в необхідності пошуку додаткових фінансових ресурсів для вітчизняних ВНЗ, тому вивчення позитивного американського досвіду є цікавим і корисним.

Що ж таке дистанційна освіта?

У загальному дистанційна освіта – це освіта, яка виходить за межі університетських стін. Вона може за допомогою Інтернету простягатися не тільки до навколишніх міст і віддалених сіл, але й до інших країн і континентів. Отже, цей тип навчання може залучати нові групи потенційних студентів, створивши новий ринок студентів: люди, які ніколи не навчалися в цьому ВНЗ, та випускники. Зрозуміло, що це дуже необхідно для ВНЗ, оскільки, чим більше студентів вступає до університету, тим кращий його фінансовий прибуток. Дистанційна освіта не була б можливою навіть двадцять років тому, оскільки тоді комп'ютер та Інтернет-технології ще не були добре розвиненими. Розвиток технологій викладання надав основний, потужний поштовх для виникнення дистанційної освіти. Донесення інструкційного матеріалу тепер можливо за допомогою нових комп'ютерних програм і нових організаційних систем. Весь навчальний матеріал розміщений на файлах і надходить студентам за допомогою Інтернету. Кращі ознаки дистанційної освіти полягають у надзвичайній мобільності й тому, що всі навчальні матеріали та інструменти зазвичай легко переміщуються і можуть постійно модифікуватися залежно від потреб студентів і вимог освітнього середовища.

Дистанційна освіта (раніше – у вигляді заочної освіти) виникла ще в середині XIX ст. в Європі та США. Засновники цього підходу до навчання використовували найсучасніше на той час обладнання – послуги пошти – для того, щоб надати можливість отримати освіту людям, що не мали доступу до звичайних навчальних закладів (в основному інвалідам та жінкам, яким не дозволялось навчатися в університетах, що відкриті тільки для чоловіків). Першим в Америці використав дистанційну освіту Іллінойський Уезліан університет (*Illinois Wesleyan University*). У 1874 році у ньому розробили програму, в якій бакалаврські ступені могли здобуватися без необхідної присутності людини в університеті [4]. Заочна освіта стала дуже популярною в 1990 роках у зв'язку з необхідністю затвердження комісії з контролю за якістю навчання такого типу. Асоціація віддалених програм (*The National University Extension Association*) заснована 1915 року з метою акредитації коледжів та університетів, які надають дистанційну освіту [5]. З 20-х років широко використовувалось освітнє радіо, а з 40-х – почало застосовуватись освітнє телебачення. Ці нові технології використовували викладачі для того, щоб надати тисячам людей можливість отримати освіту за межами класичного університету. З того часу нові комунікаційні технології при можливості завжди використовувалися в дистанційній освіті. З появою комп'ютерів та Інтернету викладачі отримали можливість застосовувати їх для того, щоб проводити навчання зі студентами за допомогою супутників (організувати телевізійні курси), і так виникла дистанційна освіта. Зараз Інтернет є основним і базисним двигуном дистанційної освіти. Покращення дистанційного спілкування між

студентами та викладачами – це одна з головних цілей освітніх технологій.

Зараз усе більше навчальних закладів намагаються розвивати в себе дистанційну освіту. Наприклад, С. Фішер вказав на декілька важливих причин, чому університети намагаються включитися в ринок дистанційної освіти [6]. Він зауважив, що університетами рухає економічний пресинг: “1). Сучасний ринок заставляє нас займатися дистанційною освітою інакше ми програємо – наші студенти підуть до інших навчальних закладів. 2). Майбутнє вищої освіти – в дистанційному секторі, тому нам потрібно бути в цьому секторі, щоб не вибути з боротьби. 3). Ми повинні розумно використовувати інтелектуальну власність університетської освіти, так як це робиться з власністю у випадку патенту. 4). Ми це робимо просто тому, що в нас є для цього ресурси та відкриваються нові ніші на ринку освіти” [6, с. 122].

Головна відмінність дистанційного виду навчання полягає в тому, що його матеріали та інструменти при необхідності можуть бути швидко змінені. “Як тільки невелика частина технології збудована, ви можете її реорганізувати різними способами, і це є одним із самих найкращих аспектів комп’ютерного коду. Безкінечні можливості, в яких можуть бути використані ці частини комп’ютерного коду, означають, що загальна ціна розвитку матеріалів дистанційної освіти в майбутньому дуже невелика” [6, с. 126].

Наступна важлива ознака дистанційної освіти полягає в тому, що ціна кожного нового студента в класі, як і ціна кожного нового курсу, постійно знижується. Як тільки основна структура побудована, уся система може розвиватися дуже дешево. Це також приводить до скорочення кількості викладачів та економії ресурсів.

Протягом останніх кількох років методологія дистанційної освіти використовується різними гравцями на ринку освіти: неприбутковими ВНЗ, прибутковими навчальними закладами, а також бізнес-компаніями. Окремі з них досягли значного успіху, а багато – зазнали невдач. Як зазначає С.Фішер, “Пейзаж вищої освіти був свідком появи і загибелі прибуткових навчальних дочірніх компаній традиційних ВНЗ, а також – зростання серед їхніх найближчих родичів прибуткових навчальних підприємств та їхніх більш старих родичів – неприбуткових підприємств і консорціумів, які були створені, в першу чергу, для виробництва прибутку” [6, с. 113].

Зазвичай великі та маленькі університети, які використовують дистанційну освіту для того, щоб проводити навчальні курси безпосередньо для своїх студентів, зуміли з успіхом завоювати ринок дистанційної освіти. Наприклад, *e-learning* у Техаському університеті A&M (*Texas A&M University*) (<http://elearning.tamu.edu>), Техаському університеті (*University of Texas*) (<http://www.utdallas.edu/oeo/distance>), Університеті Флориди (*University of Florida*) (<https://lss.at.ufl.edu/>).

У той же час спроби неприбуткових університетів створити прибуткові підрозділи, які спеціалізуються на дистанційній освіті, не були успішними. Наприклад: фірми *NYOnline* (колишня прибуткова навчальна дочірня компанія університету Нью-Йорку), *UNext* (колишня прибуткова навчальна дочірня компанія університету Чикаго), *Alliance for Life Long Learning* –

AllLearn (колишній неприбутковий консорціум таких відомих університетів як Оксфорд, Йель та Стенфорд).

Що переконало ці престижні університети, які працюють у сфері чистої науки, увійти до світу комерції, і що перешкодило їм у цьому світі? Основна причина полягає в тому, що можливості, які виробляються освітньою технологією, обіцяли швидке досягнення нових ринків студентів з мінімальними витратами. У той же час саме великі приховані витрати, про які ці університети навіть не підозрювали, і призвели до краху їхніх проектів.

Цінний досвід з історії розвитку дистанційної освіти може допомогти побудувати успішні дистанційні програми. Багато традиціоналістів розглядають он-лайн середовище щонайменше як новий спосіб викладання, зберігаючи його традиційний характер. Традиційний навчальний матеріал практично без змін просто надають студентам за допомогою Інтернету. Незважаючи на традиційний характер цих матеріалів, їхнє донесення за допомогою Інтернету роблять їх більш цікавими для студентів, а також більш зручними. Багато шанованих університетів, таких як Стенфорд (<http://scpd.stanford.edu>), державний університет Пенсільванії (<http://www.psu.edu>), університет Дюк (<http://www.duke.edu>) надають програми такого типу [6]. Он-лайн додатки до звичайних класів – це дуже поширене явище. Викладачі проводять обговорення в групах, групові проекти і т. ін. за допомогою Інтернету як істотні додатки до роботи студентів у класі, а також як один із видів виконання ними домашнього завдання. Зазвичай студенти таких класів це – резиденти, які приходять на заняття кожного тижня і беруть участь в он-лайн частині цього предмета за допомогою власних комп'ютерів з будь-якого місця (дому, парку, кафе). Інші класи проходять повністю в режимі он-лайн. Це дуже зручно для студентів, які живуть досить далеко і не можуть або не хочуть приїздити до кампусу університету. Також це дуже зручно і для працюючих студентів, тому що вони можуть брати участь у такому класі в будь-який час протягом дня за їхнім бажанням. Вони вивчають той же матеріал і практично в тій же формі, що і студенти, які приходять до університету. Багато університетів використовують WebCT підхід, коли групи студентів, що розташовані в різних місцях, можуть брати участь в одному і тому ж класі за допомогою відеокамер у кожному з цих місць. Університет Texas A&M є провідним у цьому виді викладання.

Програми подовженого навчання дещо відрізняються від описаного вище традиційного підходу. Важливо зазначити, що в одному і тому ж університеті можуть проходити програми декількох типів. Спільним для таких програм є те, що вони орієнтовані на продовжене навчання (*continuing education*) для двох основних груп – випускників і людей, раніше не пов'язаних з цим навчальним закладом. Курси і семінари он-лайн проводяться з різних тем, починаючи з професійних і технічних галузей і закінчуючи мистецтвом і наукою.

Один з типів таких програм – це програми міжнародного співробітництва, які проводяться за допомогою викладання в режимі он-лайн. Наприклад, Масачусетський Технологічний Інститут (*Massachusetts Institute of Technology – MIT*) співробітничав з двома університетами Сінгапуру (Національним університетом Сінгапуру і Наньянським технологічним університетом), і разом

вони заснували Сінгапур – MIT альянс (<http://web.mit.edu/sma>). Це інноваційне інженерне і науково-дослідне та проектно-дослідницьке співробітництво трьох університетів утворене 1998 року. Суть цієї програми: "Бути кращим і неперевершеним підприємством дистанційної освіти, яке відоме на міжнародному рівні і залучає кращі інженерні й наукові студентські уми із Сінгапуру і всієї Азії" (<http://web.mit.edu/sma/about/overview/index.htm>). Місія програми: залучити і розвинути талановитий людський капітал для промисловості Сінгапуру і його дослідницьких програм; створити основу організаційного навчання, яке підніме загальний рівень університетів-партнерів; розробити освітні і дослідницькі програми у сферах, важливих для економіки Сінгапуру; установити ланцюжок "академія – промисловість – досліді" (<http://web.mit.edu/sma/about/overview/index.htm>).

Другий тип програм – це ділове партнерство між традиційними ВНЗ і прибутковими компаніями. Деякі традиційні університети визначили прибуткові дочірні компанії/центри, які відповідають за надання послуг із подовженого навчання для випускників і людей, що не навчалися в цьому навчальному закладі, але бажають вивчати в ньому окремі предмети. Записуючись на такі курси, люди опосередковано підтримують університети, оскільки тільки частина оплати за такі програми надходить до останніх і використовується в них на різні цілі. Прикладом цього типу навчання є лідерське і професійне навчання в університеті Корнелл (*Cornell University*) (<http://www.ecornell.com>), а також *Universitas 21 Global* (<http://www.u21global.com/Education/home>), що є навчальним і прибутковим відділенням міжнародного консорціуму, до якого входить 21 традиційний університет. Університети Вірджинії (*University of Virginia*) і Макгіл (*McGill University*) є членами цього консорціуму. Вони співпрацюють на багатьох рівнях, і тисячі студентів беруть участь у програмах з обміну студентами. Цю програму розпочато 2001 року разом із відомим виданням *Thomson Learning*. "Підприємство такого типу, як це, зазвичай, фокусує свою увагу на наданні предметів, щоб залучити студентів, для яких класичний університет не підходить. Як правило, їхньою ціллю стають студенти, які працюють вдень, самотні батьки, а також мешканці географічних районів, в яких немає достатньої кількості навчальних закладів" [6, с. 117].

Але цей вид партнерства пов'язаний із прихованими проблемами. Якщо приватна дистанційна компанія досягає успіху, репутація навчального закладу покращується, а у викладачів і студентів з'являється можливість доступу до новітніх технологій. Але, якщо компанія терпить крах, це негативно впливає на репутацію навчального закладу. Франк Ньюман (*Frank Newman*), колишній президент Комісії з освіти штатів (*Education Commission of the States*) зазначав: "Університети часто недооцінюють потенційну шкоду своєї репутації, коли співпрацюють з комерційними компаніями" [7, с. 33].

Ще одним способом використання дистанційної освіти є створення навчального матеріалу на основі зовсім інших освітніх стандартів, що дає змогу залучити нетрадиційні групи потенційних студентів. Такі програми змінюють і звичайні норми отримання ступенів, і повноту курсів, і їхню тривалість (терміни) та ін. Прикладом цього є Західний губернаторський університет

(*Western Governors University*) (<http://www.wgu.edu>) – неприбутковий заклад, який повністю працює в режимі он-лайн. Він використовує систему тестування компетентності, а не систему кредитних годин, як у звичайних університетах. Студенти отримують дипломи, ґрунтуючись на оцінці їхньої компетентності, як це зазвичай відбувається із сертифікатами в сфері бізнесу.

Професіонали в сфері дистанційної освіти розділяють три моделі оперування (http://www.digitalschool.net/edu/DL_history_mJeffries.html):

перша – модель, при якій дистанційна освіта – це єдина відповідальність і мета ВНЗ. Прикладом такої моделі є Відкритий Університет (*Open University*) в Англії. Адміністрація і викладачі цього закладу концентрують свою увагу тільки на дистанційній освіті, розвитку нових прогресивних методів і філософії такої освіти. Вони розглядають винаходи нових інноваційних методів дистанційної освіти як найпершу й найголовнішу мету університету;

друга – змішана модель. В університетах, які дотримуються такої моделі, використовуються як звичайний, так і дистанційний підхід до освіти. Цю модель застосовує більшість традиційних американських університетів. Спеціальні дистанційні відділи та відділи інформаційних технологій (ІТ) зазвичай відповідальні за організацію он-лайн освіти всього університету. Вони надають свої послуги академічним департаментам, які пропонують дистанційні курси. Хоча кожний академічний департамент адмініструє свої власні програми і має спеціальний ІТ персонал для цих цілей, спеціальний ІТ департамент на рівні університету здійснює загальне технічне обслуговування та обслуговування питань логістики он-лайн освіти;

третя – консорціум. Це група університетів, які разом створюють і ділять один із одним он-лайн програми. Студенти, що навчаються в одному університеті, можуть записуватися на он-лайн класи, які надаються іншими університетами – членами консорціуму. Оцінки за класи легко передаються між університетами. Основна проблема, яка послаблює цю модель, полягає в труднощах співпраці між організаціями, якщо в них різна філософія освіти, а також розподіл витрат.

Розглянувши детально причини невдач венчурних проєктів, можна зробити корисні висновки.

1. Проєкт *NYUOnline* починався із наступних закликів: ”NYUOnline приносить освітні ресурси світового класу прямо на ваш комп’ютер” (http://www.careeruniversities.com/nyu_online.htm), а також: ”Клас віртуальний, а диплом реальний”. Цей проєкт надавав бакалаврські програми в різних сферах, таких як бізнес, економіка, психологія, ІТ та інші.

Вони вважали, що ”наші дуже сучасні і легко доступні бакалаврські програми були створені спеціально для студентів, чий вік не є традиційним студентським віком, і які хочуть повернутись до університету та отримати ступінь” (http://www.careeruniversities.com/nyu_online.htm). Університет Нью-Йорка вклав 25 млн. дол. для того, щоб заснувати цю дистанційну компанію. У той же час всі новації і почини виявилися набагато дорожчі, ніж передбачалося раніше. Крім цього, невміння працювати в бізнесі призвело до занепаду компанії у 2001 році.

2. Проект *UNext* заснований 1997 року і починався як багатообіцяюча компанія, що продавала бізнес курси он-лайн корпоративним клієнтам. Компанія керувалася принципом: "Навчання, як ви його знали раніше, уже змінюється" (http://www.cs.trinity.edu/~tjensen/000aaa/UNext_com2.htm). Ця компанія тісно працювала з університетом Чикаго та іншими відомими закладами – університетами Колумбія (*Columbia University*), Корнегі-Мелан (*Carnegie Mellon*), Стенфорда (*Stanford University*) і Лондонською школою економіки (*London Schools of Economics*). Університети відповідали за розробку курсів у той час, як компанія доносила ці курси до клієнтів. Це була окрема компанія, у керівництві якої діяла команда менеджерів, які не пов'язані з університетами. Оскільки компанія мала партнерами такі престижні університети, у неї не існувало проблем з інвесторами для фінансування її діяльності. Якість курсів була дуже високою. "Усі курси включають спілкування між студентами і викладачами за допомогою електронної пошти (*e-mail*), дискусійні програми, а також велику різноманітність мультимедійних пристосувань" [7, с. 33]. Контроль за якістю був дуже важкий: "Майже кожного дня компанія платить людям за те, що вони приходять в офіси і тестують курси. В той час, як люди це роблять, контролери цієї компанії спостерігають за ними за допомогою десятків телевізійних екранів" [7, с. 33].

Наведемо приклад того, як зазвичай складалися курси: "Доктор Раджан, професор фінансів університету Чикаго, який працював з цією компанією при складанні курсу корпоративних фінансів, розповідає, що він працював із представником компанії і вони зупинилися на основних пунктах предмету, на якому професор хотів сконцентрувати увагу. Після цього компанія створювала курс. Коли створення курсу було завершено, у доктора Раджана була можливість його вивчити і вимагати внести необхідні зміни. Веб-сторінка цієї компанії декларувала, що курс було розроблено з доктором Раджаном" [7, с. 33].

У той час ціна створення курсів дуже висока. Як зазначає С. Карр, ціна створення курсу була самою великою витратою в цій компанії: "компанія іноді платить до 700,000 доларів, щоб створити еквівалент повного семестрового курсу" [7, с. 33]. Якщо дистанційна компанія процвітає, репутація університету, який з ним співпрацює, закріплюється, а у студентів і викладачів з'являється можливість доступу до нових технологій. Але, якщо компанія провалюється, репутація університету також знижується. Тому, коли виникли фінансові труднощі та проблеми, від яких їхня репутація могла постраждати, університет Чикаго, Колумбійський університет, Карнегі Мелон, Стенфордський університет і Лондонська школа економіки просто припинили цей проект.

3. Проект *AllLearn* розпочато 2001 року як спільну неприбуткову он-лайн венчурну програму Оксфордського (*Oxford University*), Йельського (*Yale University*) і Стенфордського університетів (*Stanford University*). Спочатку аудиторія, на яку розраховувалася програма, включала в себе випускників цих університетів. Зміст курсів розроблявся їх викладачами. Протягом декількох років програма надала 110 курсів он-лайн і більше як 10 тисяч студентів із 70 країн були задіяні в цьому процесі. Для створення курсів залучалися професори вищого класу. Такі курси були дешевшими, ніж дистанційна освіта, яка надавалась індивідуально кожним університетом.

Але ця програма закрилась 2006 року, коли члени консорціуму зробили заяву, що "ціна надання курсів вищого класу за доступними цінам не могла бути підтримана" (<http://www2.universitybusiness.com/viewarticle.aspx?articleid=57>).

У той час, коли багато наведених вище он-лайн проектів продовжують успішно існувати, окремі з них потерпіли невдачу. Виявлення причин їх краху дасть змогу в подальшому уникнути цих помилок, що полягають у наступному.

По-перше, більшість невдалих проектів включають прибуткові дочірні компанії, які працюють разом з неприбутковими університетами. Увійшовши у сферу комерційної діяльності, вони потрапили в непередбачену ситуацію, пов'язану з ризиком фінансових ринків, комерційної регуляцією і безпекою для репутації. С. Фішер зазначає: "Традиційним ВНЗ краще всього зберегти статус неприбуткової організації для всіх своїх підрозділів. Навіщо їм входити в "небезпечну воду" ринку комерційної освіти? У такому випадку виникають всі звичайні причини для побоювань: фінансові ризики, безпека для репутації, законодавча відповідальність, витрати часу і ресурсів, а також ерозія політичного і соціального капіталу. Причини для занепокоєння стають ще більш сильними, коли в комерційну освітню діяльність включаються університети, які з такою діяльністю не були зв'язані раніше. У неприбуткових освітніх закладах особливий і організаційний статус, який важко змінити в прибуткову організацію" [6, с. 119].

По-друге, ціна заснування і підтримки он-лайн програм дуже велика. Зазвичай, навчальному закладу потрібен спонсор (як правило, приватна компанія) для того, щоб робити первинне фінансування он-лайн проекту. Університет не може почати такий великий проект без зовнішньої допомоги. Але коли інвестор вирішує вкласти кошти в цей проект, він шукає в ньому фінансовий прибуток, а цілі університету менше спрямовані на фінанси і більше – на соціальні й моральні цінності. При цьому мотивація інвестицій морально і суспільним благом, як правило, не визначається. "Проблема з таким напрямом мотивації виявляються в тому, що ніхто не вкладає інвестиції тільки на основі моральних і соціальних цінностей" [6, с. 120].

По-третє, щоденна вартість он-лайн програм також велика і набагато вища, ніж про це думають. Хоча тривала вартість використання он-лайн програм дуже незначна, цю якість, звичайно, неможливо використати. Вартість ІТ програм має дуже короткий період існування. Це означає, що коли приходить час пожинати плоди низької довготривалої вартості методологій і програм, що сконструйовані раніше, ці методології і програми стають застарілими і необхідно створювати нові.

Крім цього, незважаючи на дешевизну розповсюдження освітнього матеріалу через Інтернет, зростання кількості студентів і без збільшення штату викладачів знижує якість комунікацій між ними (а хороша комунікація між студентами і викладачами є дуже важливим фактором у цьому виді освіти). Тому значно збільшується потреба в додаткових спеціалістах. Вартість навчання одного студента спочатку є дуже високою, особливо в перші семестри, потім стабілізується, але суттєво не знижується. Це відбувається через великі витрати на підтримку і розробку он-лайн технологій.

По четверте, коли неприбуткові навчальні заклади виходять на ринок з метою отримання прибутку, на них чекають істотні можливості втрати грошей, як це зазвичай буває на відкритих ринках. Але більшість із них є відповідальними щодо акуратного і виваженого вкладання грошей, мінімально ризикуючи фінансами. У них немає прав грати на ринку так, як це роблять бізнес-корпорації.

Наведемо приклад успішної дистанційної освітньої програми у приватному ВНЗ – Українсько-американському гуманітарному інституті ”Вісконсінський Міжнародний Університет (США) в Україні” (УАГІ ВМУУ). Заклад працює над розвитком інноваційного викладацького формату з часів свого заснування, а саме 1997 року. З того часу в інституті розвивалося використання комп’ютерів для роботи в класі і студентських проектах. З розвитком УАГІ ВМУУ з’явилися і перші результати дистанційної освіти. Аудіоконференції, листування через Інтернет, складання іспитів на комп’ютері – усе це перші спроби встановлення дистанційної освіти в інституті. Сьогодні УАГІ ВМУУ успішно розвиває чотири формати викладання:

1) *традиційне*, при якому ВЕБ-технології не використовуються. Цей формат викладання займає близько 10% у курсах, які пропонуються інститутом;

2) *навчання із застосуванням он-лайн технології*. При цьому 25% змісту курсу викладається в Інтернеті, студенти мають доступ до цих матеріалів у будь-який день і час. Такий тип викладання помітно покращує традиційне викладання в класі і більшість курсів застосовують цю практику;

3) *гібридне викладання, при якому викладання через Інтернет і в класі поєднуються*. Істотні частини курсу доносяться до студентів через Інтернет – шляхом он-лайн дискусій, відеосесій, студенти працюють над індивідуальними та груповими проектами, також налагоджена он-лайн комунікація з викладачами та однокурсниками. Зустрічі в класі теж є частиною такого курсу. Окремі лекції, семінари та іспити проводяться таким же чином. У цьому форматі студентам пропонуються три курси за американською програмою ”Business Administration”;

4) *он-лайн викладання, згідно з яким весь навчальний матеріал пропонується студентам за допомогою Інтернету – абсолютно без зустрічі їх із викладачами*. Освітня методологія, що використовується при такому форматі, включає в себе щотижневі он-лайн дискусії між студентами і викладачами, щомісячні конференції між ними, іспити в режимі он-лайн, роботу і повне виконання індивідуальних та групових проектів. Усі підручники і навчальні матеріали розміщені в Інтернеті.

Два курси магістерського рівня саме в такому форматі успішно викладає керівник американських магістерських програм УАГІ ВМУУ О. І. Воловик.

Наведений вище аналіз свідчить, що навчальні заклади з он-лайн освітніми програмами можуть мати як великий успіх, так і суттєві поразки. Розвиток таких програм повинен проходити виважено, із значним попереднім аналізом. Неприбутковим навчальним закладам доцільно розвивати свої власні он-лайн програми без істотного входження до світу бізнесу. Ілюзії щодо заснування комерційного освітнього підприємства на базі неприбуткового навчального закладу на основі он-лайн технологій поступово зникають.

Українські ВНЗ можуть отримувати додаткові фінансові надходження за рахунок ефективного використання ВЕБ-технологій, дистанційного навчання та організації різноманітних форм дистанційної освіти.

Література

1. Doane D. Profit Centers in Service to the Academic Core, For-Profit Universities / D. Doane, B. Pusser. – NY: State University of New York Press, 2006. – 212 p.
2. Blumenstyk G. For-profit colleges attract a gold rush of investors. Chronicles of Higher Education / G. Blumenstyk [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chronicle.com/weekly/v49/i27/27a02501.htm>.
3. Pusser B. Public purpose and private enterprise: The contemporary organization of postsecondary education / B. Pusser, D. Doane // Change. – 2001. – № 33(5). – P. 19–22.
4. <http://www.cdiponline.org/index.cfm?fuseaction=whatis&pg=3>.
5. Senecal R. H. National University Extension Association, Division of Community Development, new dimensions in community development / R. Senecal, H. Smith // Conference proceedings Albuquerque. – 1966. – №5. – P.10–15.
6. Fisher S. The Market for Higher Education at a Distance / Fisher S. – NY: State University of New York Press, 2006. – 212 p.
7. Carr S. Rich in Cash and Prestige, UNext Struggles in Its Search for Sales / S. Carr [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chronicle.com/free/v47/i34/34a03301.htm>.

УДК 338.46:37

О. А. Картюк

Житомирський державний університет імені Івана Франка

СТИМУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ ВИЩОЇ ОСВІТИ ЯК ЕЛЕМЕНТ УПРАВЛІННЯ НЕЮ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД

Досліджено основні способи державної та позабюджетної підтримки студентів за кордоном, проведено порівняльний аналіз переваг та недоліків їх реалізації. Обґрунтовано шляхи вдосконалення системи управління вищою освітою в Україні через упровадження альтернативних джерел фінансування.

Ключові слова: стимулювання, управління, спосіб державної матеріальної підтримки студента, грант, стипендія, податковий освітній кредит, освітня субсидія, освітній ваучер.

Исследованы основные способы государственной и внебюджетной поддержки студентов за рубежом, проведён сравнительный анализ преимуществ и недостатков их реализации. Обоснованы направления усовершенствования системы управления

© *О. А. Картюк, 2009*