

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ТА МАРКЕТИНГОВІ АСПЕКТИ ДИСТАНЦІЙНОГО НАВЧАННЯ

Дистанційне навчання (ДН) являє собою одержання освітніх послуг на відстані, в основному без відвідування вузу, за допомогою сучасних інформаційно-освітніх технологій та систем телекомунікації.

Маркетингові аспекти ДН

Процес представлення ДО з погляду маркетингу є природним у країнах з ринковою економікою. Тому розглянемо дистанційне навчання як послугу, що надається освітніми установами студентам (споживачам).

Для цього звернемося до генезису концепції маркетингу, що дасть можливість визначити характер задоволення потреб споживачів в одержанні дистанційної освіти.

Відповідно до типології відомого французького економіста Ж-Ж.Ламбена, генезис концепції маркетингу представляється так (Рис. 1).

У маркетингу виділяють наступні провідні концепції [1]:

Пасивний маркетинг (домаркетинг) характерний для середовища з обмеженою пропозицією. В ситуації, коли пропозиція недостатня, маркетинг відіграє обмежену і пасивну роль. Пасивний маркетинг характеризується орієнтацією на виробництво і товар.

Організаційний маркетинг робить ставку на концепцію продажів. Роль маркетингових інструментів (комплексу маркетингу) менш

пасивна, тому що тепер завдання полягає не стільки в тому, щоб зробити щось із найменшими витратами, а в тому, щоб знайти й організувати ринки для виготовлених товарів. Основне завдання маркетингу в цьому випадку полягає у створенні системи ефективного збуту.



Рис. 1. Генезис концепції маркетингу

Активний маркетинг характеризується розвитком і посиленням ролі стратегічного маркетингу. В основі цього підходу лежить принцип розуміння особливостей використання товарів потенційним покупцем. Для активного маркетингу основою є орієнтація на задоволення потреб споживачів. Для нього характерна сегментація ринку споживачів і організація власної пропозиції виходячи зі смаків і переваг представників кожного зі споживчих сегментів.

Відповідальний маркетинг характеризується посиленням соціальних аспектів у розвитку концепції активного маркетингу і є перехідною формою. Визначається розширенням концепції активного (класичного) маркетингу з метою акцентування необхідності забезпечення всередині фірми високого рівня усвідомлення побічних соціально-культурних наслідків її маркетингової діяльності.

Інтерактивний маркетинг, ґрунтуючись на механізмах людської психіки, переносить акценти з масового та групового впливу на індивідуальний. Це визначає кожного клієнта як цільового споживчого сегмента, бажання і переваги якого задовольняються шляхом створення індивідуальної пропозиції.

Відзначимо, що в роботі Ж-Ж.Ламбена інтерактивний маркетинг не зводиться до рангу концепції. Однак сучасні дослідники відзначають його концептуальну якість та перспективність на сучасному етапі розвитку суспільства [2].

У термінах теорії маркетингу організаційний маркетинг відповідає такому поширенню системи дистанційного навчання, що характеризується екстенсивним розширенням ринку освітніх послуг, а також відносною уніфікацією пропозиції освітніх курсів.

Активний маркетинг характеризується сегментацією ринку і розробкою пропозицій для кожного із сегментів. У дистанційній освіті це може виражатися у детальній диференціації навчальних курсів за різними критеріями. Так, наприклад, у США поширені цільові освітні курси для визначених категорій споживачів, зайнятих у різних сферах бізнесу.

Інтерактивний маркетинг припускає розробку індивідуальної пропозиції для кожного студента виходячи з його потреб. У цей час у світовій системі освіти, зокрема, у Європі, реалізується система відкритої освіти, що припускає можливість студента самостійно вибирати навчальні курси в різних університетах, що не заперечує можливості одержання диплома. Ця тенденція є першим кроком до реалізації концепції інтерактивного маркетингу, тому що потреби споживачів враховуються тут у першому наближенні, даючи споживачу право вибору досліджуваних курсів з безліччю варіантів. Отже, на етапі організації одержання освіти європейські технології можна вважати інтерактивними, на етапі ж надання цієї освіти вони усе ще знаходяться у стадії організаційного маркетингу, тому що самі навчальні курси не відрізняються високим рівнем інтерактивності.

Таким чином, на основі цього аналізу можна виділити **два рівні дистанційної освіти як послуги**:

- освіта у цілому як сукупність навчальних курсів;
- навчальний курс як базовий елемент системи дистанційної освіти (СДО).

Відзначимо, що засоби забезпечення інтерактивності навчання на двох зазначених рівнях – різні. У першому випадку основою забезпечення інтерактивності є *комунікаційні технології* та *організаційні заходи*, що сприяють об'єднанню вузів у єдину систему дистанційної освіти, в другому ж – *інтерактивні дидактичні технології*, які реалізуються на основі «високих» комп'ютерних технологій (Рис. 2).

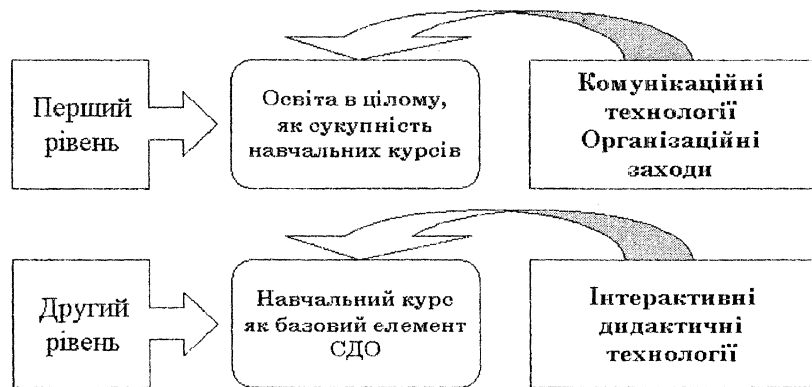


Рис. 2. Рівні і засоби досягнення інтерактивності СДО

Тому наступним кроком у розвитку дистанційного навчання, напевно, повинно стати інтенсивне забезпечення інтерактивності навчальних курсів як базових елементів СДО.

На підтвердження цього висновку фахівці ЮНЕСКО, що займаються проблемами розвитку ДН, відзначають, що «настав час розробити педагогічні аспекти системи ДН». У Доповіді керівника сектора дистанційної освіти ЮНЕСКО Луїса Роселло позначено основні завдання в сфері розвитку ДН на перше десятиріччя XXI століття: перехід від обмеженої концепції фізичного переміщення студентів із країни в країну до концепції мобільних ідей, знань і навчання з метою розподілу знань за допомогою обміну освітніми ресурсами між країнами. Довгострокову мету розвитку дистанційної освіти ЮНЕСКО визначає так: уможливити для кожної людини в будь-якому місці вивчення програми будь-якого коледжу чи університету. Так буде втілено право кожної людини на рівний доступ до інформації та освіти [3].

Організаційні аспекти ДН

Нові інформаційні технології, що застосовані в ДН, змінюють уявлення про характер та організацію роботи освітніх установ. Тому на особливу увагу заслуговує питання організації дистанційної освіти.

Наприкінці 1970-х років освітні установи діяли індивідуально у відношенні дистанційної освіти, створюючи власні навчальні матеріали чи купуючи їх в інших установах. З появою супутникової технології в 1980-х сформувалися консорціуми установ, щоб розділити відповідно високі витрати з активним впровадженням комп'ютерних технологій та мережі Інтернет, а 1990-ті змінили організаційні структури освітніх установ

унаслідок їх переходу на більш широкий національний чи міжнародний ринок дистанційної освіти.

Phipps, Wellman, та Merisotis розробили типологію й ідентифікували чотири основних типи організаційних структур, що використовуються установами, які забезпечують дистанційну освіту (Рис. 3).

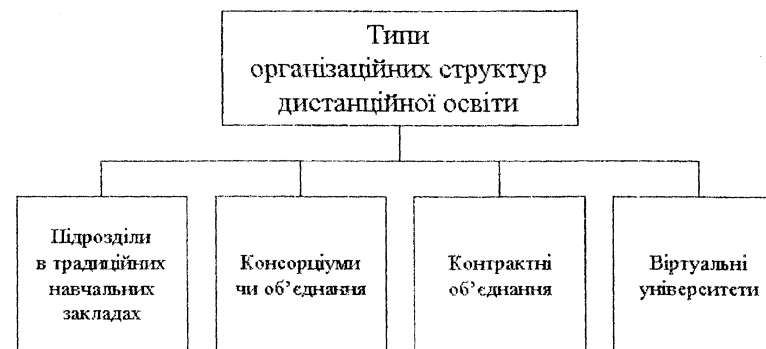


Рис. 3. Типи організаційних структур освітніх установ, які надають дистанційну освіту

1. Підрозділи в традиційних навчальних закладах. Використовують ліцензії, видають дипломи, сертифікати того навчального закладу, у рамках якого існують. Дистанційна освіта виникає й існує насамперед з ініціативи і з урахуванням можливостей підрозділу, який використовує доступні технології, що може бути особливо вигідно для студентів, вилучених від місця розташування чи навчання, зайнятих повний робочий / навчальний день.

2. Консорціуми чи об'єднання являють собою об'єднання установ, традиційних коледжів чи університетів з метою забезпечення дистанційної освіти. Найчастіше це некомерційні організації, метою яких є сприяння розвитку дистанційної освіти. Консорціуми чи об'єднання не розробляють навчальні курси, не присуджують вчені ступені, не видають дипломи чи сертифікати. Усі ці функції залишаються за членами консорціумів. У Європі і Північній Америці створюються консорціуми провідних університетів, що надають широкий спектр дистанційних освітніх послуг. Так, асоціація дистанційного навчання у США поєднує у своєму складі п'ять тисяч навчальних закладів. ЮНЕСКО веде роботу з організації розподіленого університету, навчання в якому буде відбуватися у віртуальному просторі, поза залежністю від розселення і границь, без обмежень за часом.

3. **Контрактні об'єднання.** На відміну від консорціумів, контрактні об'єднання мають повноваження присуджувати і видавати власні дипломи і професійні сертифікати. Навчальні організації поєднують свої ресурси в рамках цієї організаційної форми і надають широкий вибір освітніх програм.

4. **Віртуальні університети.** Надають освітні послуги винятково дистанційно, маючи власні ліцензії, розробляють свої навчальні програми і курси, видають дипломи своїх навчальних закладів.

Крім представлених організаційних моделей в американській класифікації варто додати ще дві найбільш розповсюджені моделі:

1. **Служби електронного навчання,** що пропонують освітні послуги в різних областях для різних категорій споживачів. Основна відмінна риса даних служб: вони не видають дипломи і сертифікати державного зразка, тому що не мають акредитації.

2. **Корпорації і компанії,** що розробляють системи дистанційного навчання. З метою скорочення витрат на підготовку і перепідготовку власних співробітників корпорації створюють свої підрозділи, що займаються освітньою діяльністю. Установи подібного типу не мають акредитації, але видають сертифікат після закінчення навчального курсу. На основі розглянутих вище організаційних моделей дистанційного навчання представимо наступну класифікацію (таблиця 1)

У рамках вищевикладених організаційних форм у цей час існує безліч **міжнародних та національних організацій,** які сприяють розвитку дистанційної освіти у світі, а також реалізують цей вид освіти. Назвемо найбільш відомі.

Міжнародна рада з відкритої і дистанційної освіти (ICDE) – це неурядова організація, штаб якої знаходиться в Осло. ICDE співпрацює з ООН через ЮНЕСКО. ICDE – глобальне міжнародне співтовариство, що поєднує понад 7000 учасників з 130 країн: освітні інститути, національні й регіональні асоціації, корпорації, агентства та приватні особи, що працюють в області відкритої та дистанційної освіти. У Латинській Америці ICDE координує створення освітніх організацій та установ у сфері дистанційного навчання. В Азії ICDE працює над розширенням регіональної програми співробітництва, також бере участь у проектах розвитку дистанційної освіти в Африці, зокрема в Південній Африці: виявляє існуючі проблеми, аналізує їх причини, пропонує методологічну допомогу в організації дистанційних освітніх установ.

Таблиця 1 – Характеристики організаційних моделей ДН

Організаційна модель ДН	Відмітна особливість	Видача диплому/сертифікату	Акредитація
Підрозділи в традиційних навчальних закладах	Підготовка спеціалістів в рамках традиційних навчальних закладів	Видача дипломів та сертифікатів того навчального закладу, в рамках якого існують	Мають акредитацію основного навчального закладу
Консорціуми	Об'єднання (асоціації) акредитованих навчальних закладів	Не видають	Відсутня
Контрактні об'єднання	Об'єднання навчальних організацій на контрактній основі	Видають власні дипломи та сертифікати	Мають власну акредитацію
Самостійні навчальні заклади	Існують як самостійні організаційні структури	Видають дипломи свого навчального закладу	Мають власну акредитацію
Служби електронного навчання	Отримання знань та навичок у різних областях	Не видають	Відсутня
Освітні підрозділи в корпораціях та компаніях	Підготовка та перепідготовка власних співробітників	Видають сертифікат	Відсутня

Міжнародний консорціум дистанційної освіти франкомовних країн (CIEFFAD). Місія CIEFFAD полягає в тому, щоб розвивати технологічні та освітні матеріали й інструменти, гарантувати передачу інформаційних технологій. Його мета:

- розвивати співробітництво між освітніми установами франкомовних країн;
 - поєднувати технологічну, освітню інформацію і ресурси;
 - забезпечувати технічну і фінансову підтримку для проектів, що були схвалені Комітетом експертів CIEFFAD.
- CIEFFAD віддає пріоритет проектам, що стосуються:
- вивчення французької мови;
 - початкового і подальшого навчання персоналу, зайнятого у сфері освіти;
 - навчання викладачів, що створюють навчальні матеріали для дистанційної освіти, і навчання шкільних учителів;
 - технічного і професійного навчання.

Рада з дистанційного навчання в області професійної освіти (DETC) – це некомерційна освітня асоціація, заснована в 1926 році і розташована у Вашингтоні. Мета DETC – сприяння поширенню освітніх стандартів та етичної ділової практики в області дистанційного на-

вчання. Рада вслідє значним банком даних в області дистанційного та кореспондентського навчання. За сприяння Ради створено акредитаційне агентство з дистанційної освіти. Акредитацію мають право одержати установи, розташовані поза США, але які викладають англійською мовою. В цей час учасниками DETC пропонується понад 400 різних курсів, доступних за допомогою засобів телекомунікацій.

Технічна освітня коаліція (ТЕС) – некомерційна освітня організація (рік створення – 1993), задачею якої є забезпечення сучасних потреб ділового й освітнього співтовариства шляхом просування сучасних технологічних досягнень в освітньому середовищі. ТЕС поєднує навчальні заклади різних рівнів, освітні агентства й індустріальні корпорації в області високих технологій.

Глобальна мережева академія (GNA) – федерація освітніх і дослідницьких інститутів. Призначення GNA – підтримка інформаційного центру, завдяки якому студенти і викладачі можуть налагодити контакти один з одним, одержати необхідні зведення про програми та курси дистанційної освіти, які їх цікавлять.

Інтеграційні процеси, що відбуваються в сучасному світі, обумовили створення різного роду об'єднань нетрадиційних університетів, таких, як консорціум "Мід – Америка" у США, що представляє собою об'єднання дев'яти університетів у шести штатах (Канзас, Південна Дакота, Айова, Міссурі, Мінесота, Небраска). Цей консорціум пропонує навчальні курси на різних рівнях навчання, що через засоби масової інформації охоплюють значну кількість студентів. Студентам надаються можливості вибору дисциплін, що вони можуть вивчати за своїм вибором щодо темпів, часу й ефективності. Навчальні центри консорціуму забезпечують керівництво навчальним процесом, надають консультації, забезпечують студентів навчальними матеріалами. Консорціум "Мід-Америка" розробляє і надає за плату близько 40 навчальних курсів, як тих, що ведуть до одержання академічного ступеня, так і тих, що не переслідують такої мети.

У Франції діє **Міжуніверситетське східне об'єднання теленавчання**, що поєднує сім університетів, які співпрацюють. Центри дистанційної освіти цих університетів розробляють власні програми, кожний – з окремої дисципліни, рівень викладання яких в цьому університеті вважається найбільш високим у порівнянні з іншими. Студенти, таким чином, одержують можливість більш повно використовувати ресурси всіх університетів, що входять до об'єднання. Вони можуть також прикріплюватися до консультативних центрів кожного з університетів, що співпрацюють.

У США утворено нову **Міжнародну асоціацію дистанційного навчання**, (Вашингтон, 9 січня 1999 року). Нове об'єднання створено на базі американської Асоціації дистанційного навчання і дев'яти регіональних та національних програм, включаючи російську, індійську та

китайську. За своїм статусом МАДН – некомерційна асоціація. Головною своєю метою вона проголосила як сприяння розвитку навчання на відстані на базі сучасних засобів зв'язку, насамперед, глобальної комп'ютерної мережі ІНТЕРНЕТ.

Зараз ведеться розробка конкретного плану роботи МАДН в Росії, що охоплює усі ступені навчання – від початкового до вищого. У березні 1999 р. план мав бути представлений Міністерству РФ, суть його, за словами американців, полягає насамперед в тому, щоб підключити російські школи та вузи як у центрі, так і на периферії до міжнародної мережі академічних зв'язків. Згодом це повинно дозволити сформуванню навчальних програм за участю провідних спеціалістів США, Росії та інших країн для самої широкої міжнародної аудиторії.

В Україні в рамках Національної програми інформатизації створено **Український Центр Дистанційної Освіти (УЦДО)**, основними завданнями якого є:

- розробка концепції дистанційної освіти в Україні;
- розробка проектів нормативно-правової бази функціонування дистанційної освіти;
- розробка та апробація засобів навчально-методичного забезпечення дистанційної освіти;
- розробка механізму злагоджених координованих дій вищих навчальних закладів та установ у межах експериментальної роботи щодо розгортання і створення системи дистанційної освіти в Україні;
- розробка проектів стандартів на системи, методи та засоби дистанційної освіти в Україні;
- проведення експертної роботи з оцінки організації дистанційної освіти та засобів навчально-методичного забезпечення;
- розробка, використання та розповсюдження дистанційних курсів; організація та здійснення навчального процесу за дистанційною формою;
- організація дистанційного тестування у відповідності до міжнародних вимог та стандартів;
- підготовка фахівців у галузі дистанційної освіти: тьюторів-викладачів; адміністраторів; розробників курсів тощо.
- Таким чином, зараз існує тенденція до активного розвитку дистанційної освіти у світі, в тому числі в Україні, на базі міжнародних та національних організацій. Організаційні ж форми ДН дуже різноманітні, тому що насамперед покликані задовольняти потреби в освіті різних категорій споживачів.

Література:

1. Ламбен Жан-Жак. Стратегический маркетинг. Европейская инициатива. Пер с французского. – СПб.: Наука, 1996.
2. А.А. Ищенко. Концепция интерактивного маркетинга.

3. Ясулайтис В., Самсонова Л. И знания приобрести и... дистанцию соблюсти // Персонал, № 2, 2000.
4. <http://nces.ed.gov/pubs2000/2000013.pdf>
5. Концепція діяльності Українського Центру Дистанційної Освіти Національного технічного університету "Київський політехнічний інститут", - Київ 2000