

*Дубовик Майя Валериановна*

д-р экон. наук, доцент, профессор  
ФГБОУ ВО «Российский экономический  
университет им. Г.В. Плеханова»

г. Москва

## **ФРАНЧАЙЗИНГ КАК ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ**

*Аннотация:* хорошо известны основные базовые характеристики франчайзинга как управленческой технологии. В статье отмечаются не только глубоко управленческие свойства франчайзинга, но и его социальная направленность. Этот важный аспект франчайзинга как социальной технологии – аспект управленческо-педагогический.

*Ключевые слова:* франчайзинг, бизнес-практика, социальная практика, интегративность, управленческо-педагогическая функция.

В современном быстро меняющемся мире остро стоит задача организации человеческой деятельности таким образом, чтобы добиться максимально возможного результата с минимальными затратами ресурсов, средств и времени. В целях такой организации в современной социальной практике все более активно применяются разнообразные технологии, заимствованные из бизнес-практики. Так возникла идея применения технологии франчайзинга в педагогической практике.

Франчайзинг – это стратегическое партнерство особого рода, в котором франчайзер (и это принципиально важно!) отвечает за передачу опыта и квалификации получателю франшизы, который, как правило, оказывается менее опытным и менее компетентным в той или иной сфере бизнеса. В этой педагогической направленности франчайзинга заключается его уникальность и этим определяется востребованность франчайзинга у начинающих предпринимателей, не имеющих за плечами собственного эффективного опыта для построения бизнеса с нуля.

Таким образом, во франчайзинге мы наблюдаем интеграцию управленческого и педагогического начала, а потому считаем справедливым называть франчайзинг интегрированной управленческо- педагогической технологией.

Франчайзинг как педагогическая технология подразумевает под собой процесс передачи опыта ведения бизнеса от одного социального субъекта – франчайзера – другим социальным субъектам – компаниям-франчайзи и их сотрудникам. К франчайзингу применимы все критерии технологичности.

*Концептуальность* франчайзинга как специфической педагогической технологии, применяемой в бизнесе и управлении, опирается на идеи глобализации и экономической интеграции.

*Системность* франчайзинга определяется наличием тесных экономических, правовых и технологических взаимосвязей между всеми субъектами франчайзинговых отношений.

*Управляемость* франчайзинга связана с наличием в структуре любой франчайзинговой модели управляющего центра, каковым является фирма – владелец франшизы (франчайзер). Она является источником управляющего и педагогического воздействия на прочих субъектов, объединенных во франчайзинговую сеть. Она осуществляет управление всеми ключевыми процессами во франчайзинговой системе, в том числе:

- управление франшизой (определяет ее состав, ключевые характеристики, масштаб, географию распространения и пр.);
- управление партнерскими связями (выбор поставщиков услуг, заключение и расторжение договоров и пр.);
- управление коммуникациями;
- управление стандартами работы и т. д.

*Эффективность* франчайзинга как педтехнологии определяется возможностями использования франчайзинговой модели в том или ином виде бизнеса или на тех или иных рынках. Очевидно, что эта эффективность конкурирует с эффективностью других педагогических технологий, применяемых сегодня в бизнес-практике (коучинг, наставничество и пр.).

Наконец, важнейшей характеристикой франчайзинговой технологии является *воспроизводимость*. Без этого невозможно существование франчайзинга как такового и как управленческо- педагогической технологии. Суть франчайзинга состоит в воспроизведении данной модели на новых рынках или в деятельности новых фирм, вступающих во франчайзинговую сеть.

Франчайзинг имеет собственную, очень специфическую дидактическую задачу – передать вновь вступающему на рынок предприятию эффективную модель ведения бизнес- процессов, научить начинающего предпринимателя всем ключевым основам и стандартам работы на рынке, выработанным компанией-франчайзи за годы функционирования и наработки опыта.

Конечная цель обучения и воспитания при франчайзинге состоит в формировании для франчайзера нового бизнес- партнера, осознающего и разделяющего с ним единые цели ведения бизнеса, принимающего характерные для франчайзера стандарты и правила работы на рынке, ориентированного на достижение тех же стратегических задач, что и фирма-франчайзер.

Как и любая педагогическая технология, франчайзинг основывается на системе предписаний способов деятельности (дидактические процессы), условий, в которых эта деятельность должна воплощаться (организационные формы обучения) и средств осуществления этой деятельности [5].

Таким образом, франчайзинг как педагогическая технология представляет собой совокупность средств и методов воспроизведения теоретически обоснованных процессов ведения бизнеса через сознательно организованный процесс обучения и воспитания компаний-франчайзи, осуществляемый владельцем франшизы (франчайзером), при котором происходит качественное изменение обучаемых фирм-франчайзи и их сотрудников.

Педагогическая технология франчайзинга как система в широком смысле может быть представлена в виде модели, в структуре которой выделяются:

– модель исходного состояния объекта обучения, заданная множеством свойств, наличие которых необходимо для осуществления технологического процесса;

- модель конечного состояния объекта обучения (планируемые результаты обучения);
- средства диагностики текущего состояния и прогнозирования тенденций ближайшего развития (мониторинга) системы;
- набор моделей обучения;
- критерии выбора или построения оптимальной модели обучения для данных конкретных условий;
- механизм обратной связи, обеспечивающий взаимодействие между данными диагностики и выбором модели обучения, соответствующей полученным данным.

В узком смысле модель франчайзинг как особая педагогическая технология, применяемая в бизнесе и управлении, состоит из трех компонентов: целевого, организационно- содержательного и результативного

Целевой компонент педагогической технологии франчайзинга представлен целями и задачами обучения.

Организационно- содержательный компонент содержит педагогические условия, методы, приемы и формы обучения навыкам работы по франчайзинговой модели.

Результативный компонент представлен критериями и уровнями (высоким, средним и низким) сформированности знаний, умений и навыков работы в условиях франчайзинга у компаний- франчайзи и описанием ожидаемых результатов от внедрения технологии.

Современная социальная практика знает множество педагогических технологий, применяемых как сугубо в образовательной сфере, так и в сфере бизнес-образования и управленческой практике.

В современной жизни педагогические технологии находят все большее применение не только в сугубо образовательной, но и в других сферах деятельности человека, в частности в бизнес- практике. Франчайзинг является одной из таких технологий, но не единственной. Наряду с ним в сфере бизнеса и управления

предприятиями функционируют и другие интегрированные управленческо- педагогические технологии, например, наставничество и коучинг.

Франчайзинг по самой своей сути не является внутрифирменной управленческо- педагогической технологией, поскольку при франчайзинге во взаимодействие вступают представители разных компаний – юридических лиц, являющихся партнерами по бизнесу. Процесс обучения и передачи опыта при этом неизбежно протекает в межфирменном пространстве, в пространстве рыночного взаимодействия предприятий (т.е. для каждой из фирм сугубо во внешней среде).

Суммируя сказанное, можно вывести обобщенную модель, описывающую место франчайзинга как интегрированной управленческо- педагогической технологии в системе современных социальных технологий.

В такой модели франчайзингу отведено уникальное место в системе социальных технологий. Оно четко локализовано в пространстве социальной жизни (применение франчайзинга ограничено сферой коммерческих отношений, бизнес- сферой), характеризуется интегративностью (франчайзинг выступает одновременно и как управленческая, и как образовательная технология), строгой локализацией во внешней (межфирменной) среде.

Именно в таком аспекте, а не только как эффективную экономическую модель, следует сегодня рассматривать технологию франчайзинга.

### ***Список литературы***

1. Дубовик М.В. Слияния и поглощения как орудие конкурентной борьбы на образовательном ландшафте // Вестник Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова. – 2014. – №8 (74).
2. Мюррей Я. Франчайзинг. – СПб.: Питер, 2004.
3. Шехирев А.В. Франчайзинг как форма развития предпринимательства // Экономические науки. – 2009. – №59.
4. Стэнворт Дж., Смит Б. Франчайзинг в малом бизнесе. – М.: Аудит, 1986.

5. Гиркин И.В. Новые подходы к организации учебного процесса с использованием современных компьютерных технологий // Информационные технологии. – 2008. – №4. – С.24.