

实体化的开放大学趋于信息化和虚拟化,逐渐呈现出类电子商务的运作模式。但是,远程教育毕竟只是方式和手段,不能简单地将其等同于网络化和信息化建设,不能仅通过现代信息技术将原有的传统面授课程复制和移植到互联网或者教学平台中,这样的开放大学不能成为真正意义上的开放大学。可以说,随着现代教育技术的飞速发展和教育理念的演进,这一问题对开放大学也同样存在。那么,在这种模式下,开放大学就必须站在整个现代远程教育产业的高度来构造全产业链生态环境,构建一个综合性的优秀的网络学习平台,改变传统的思维模式,为学习者提供个性化的解决方案,以“网络化、多媒体化、交互化”为手段满足学习者的多元教育需求。同时,开放大学可以把大学总部建成一个统一的统筹管理中心,按照“标准化、可复制”的模式,把办学体系内的基层单位建成统一标识、统一管理、统一业务流程、统一服务标准、统一对外宣传的连锁式分校,通过契约式管理和目标任务管理,让开放大学拥有自身的“造血”机制,落实质量保障体系,确保教学质量和人才培养目标的达成。

(二) 一体化商业模式

谈及一体化商业模式,就与对价值链的分析分不开。开放大学的价值链可以分为内部的组织价值链和外部的行业价值链,前者是由开放大学内部业务系统的流程或者管理环节所决定的,后者则是由开放大学与其他经济组织单位之间的合作关系所决定的,本文在前面已经有清晰的分析。开放大学或远程教育机构所提供的教育服务的实现是一个完整价值链综合运营的结果,而且该价值链的长度随着现代科技的发展而日益延展,从基础支撑平台开发、终端设备生产、课件制作工具研发、教育资源提供到销售渠道开拓、监督与评价等技术支持等,^[9]已经形成了一个复杂的价值链和价值网络。开放大学要想在激烈的市场竞争中取得成功,就必须形成并依靠自身的核心优势,在专业化发展和一体化发展之间寻求战略平衡,在价值链上占据有利地位,提高对上下游产业链上合作伙伴的吸引和整合能力,遵循开放性、系统性、多样性和共享性的原则,推进一体化商业模式创新。而且还要适时创新合作模式和盈利分成模式,通过一个或几个主打的优势教育服务/产品,带动一系列战略布局的教育服务/产品,从而为顾客提供多种增值应用或服务以带动盈利模式多元化,并最终构建一个强大的现代远程教育生态系统,提高开放大学体系的整体竞争力。

(三) 平台型商业模式

未来的开放大学不仅要办成一个实体的大学,更要以实体大学为核心打造一个多元化发展的教育平台,可以吸引大量的关键性资源,实现教育业态与非教育业态的跨界整合。而且,由于规模化和生态性集聚效应的释放,这种整合的速度是超乎想象的,会显示其巨大的商业价值。这种发展模式就是平台型模式,它属于行业和价值链层级的代表性商业模式。陈海龙(2012)认为数字教育业主要有三种商业模式:以资源为企业核心资源,为受众提供资源服务,从而获得发展的资源平台模式;以为受众提供教育服务为主、以教育资源为辅的服务平台模式;同时提供教育资源及服务的综合模式。^[10]如果开放大学选择平台型模式,就能够让平台上的用户和提供教育资源和服务的供应商之间、用户和用户之间形成一种正反馈机制,各方在此平台基础上推出一揽子教育产品,同时提供延展的各项教育服务,覆盖客户更全面的需求,从而提升了利益相关者的交易价值,降低了交易成本。而且,平台型的商业模式,本质上重构了以开放大学为核心的整个生态系统,让开放大学的领导者可以将眼光从开放大学内部转移到开放大学外部,甚至整个教育平台外部,可以用全局战略的眼光抓住跨行业的发展机遇。

参考文献:

- [1]李振勇. 商业模式创新——企业竞争的最高形态[M]. 北京: 新华出版社, 2006.
- [2][6]孙福万. 英国开放大学的未来发展战略及其启示[J]. 现代远距离教育, 2010(5): 7-12.
- [3]丰华涛. 英国开放大学发展战略探究[J]. 电大理工, 2011(12): 76-78.
- [4]李芸, 葛正鹏. 商业模式创新对开放大学办学模式构建的借鉴[J]. 中国远程教育, 2012(8): 69-73.
- [5]李芸, 葛正鹏, 赵爽. 市场化中的远程教育模式分析[J]. 中国远程教育, 2014(2): 65-69.
- [7]彭志强. 商业模式的力量[M]. 北京: 中信出版社, 2013.
- [8]吴结. 关于开放大学办学属性的研究与探索[J]. 高教探索, 2011(2): 121-124.
- [9]武丽志. 价值链: 远程教育服务增值模式研究[J]. 现代远程教育研究, 2010(2): 31-35.
- [10]陈海龙. 数字教育业商业模式[J]. 牡丹江大学学报, 2012(6): 34-36.

(责任编辑 陈志萍)