

# Появление, отступление, обновление: коммерческие вузы в США

**Ричард Гаррет**

*Ричард Гаррет — директор по исследованиям американской исследовательско-консалтинговой компании Eduventures (Encoura).  
E-mail: [rgarrett@eduventures.com](mailto:rgarrett@eduventures.com).*

В некоторых странах (как правило, в богатых) коммерческое высшее образование — это оксюморон: считается, что стремление к прибыли несовместимо с педагогической этикой и соображениями благополучия студентов. Нормой считается государственное высшее образование. А коммерческих вузов (если они вообще дозволяются) обычно немного, они занимают маргинальное положение и носят узкоспециализированный характер. Однако во многих странах с переходной экономикой зачастую именно коммерческие вузы оказываются в авангарде процесса расширения системы высшего образования, именно за их счет наращивается потенциал системы, на что ни у государственных, ни у некоммерческих вузов не хватает ресурсов. Интересно рассмотреть в этом контексте пример США — государства с типичной для богатой страны системой высшего образования в полном смысле слова. В XXI веке коммерческие вузы в США успели сделать рывок, потом ретировались и сейчас находятся в процессе обновления.

В 2000 году в США на коммерческие вузы (преимущественно небольшие учебные заведения регионального уровня, дающие практико-ориентированное образование короткого цикла, не предполагающее получения диплома о высшем образовании) приходилось всего 6% студентов колледжей. К 2010 году количество учащихся таких вузов более чем утроилось и достигло 2,1 миллиона студентов, многие из которых уже учились на бакалаврских программах.

## Что изменилось?

Коммерческие вузы обратили внимание на социально ущемленные группы, которые до этого никто не принимал в расчет, — например, на работающее население, испытывающее материальные проблемы и социальное давление из-за отсутствия образования, — и предложили этим людям подходящие для них практико-ориентированные образовательные программы. Многие традиционные колледжи и университеты тоже так или иначе работали с подобной целевой аудиторией, однако она всегда оказывалась оттеснена на второй план из-за более привычного, более тради-

ционного студенческого контингента. Коммерческие вузы тратили на маркетинг и рекламу гораздо больше, чем некоммерческие, и нередко использовали довольно агрессивную тактику продаж. Они преуспевали за счет того, что у них были хорошие помещения, а занятия проводились по вечерам и в выходные, к тому же коммерческие вузы первыми осознали потенциал онлайн-образования. Наиболее энергичные из них даже вышли на рынок послевузовского образования и стали развивать гибкие программы магистратуры и аспирантуры для молодых представителей таких относительно неконсервативных областей, как бизнес, информационные технологии, педагогика или сестринское дело.

В результате консолидации вузов сформировались корпорации с многомиллиардными оборотами и огромной прибылью. Среди них даже есть фирмы, которые котируются на бирже, например Apollo Group и DeVry. Коммерция набрала новые обороты после того, как правительство отменило запрет на выплату федеральной материальной помощи студентам заочных вузов и ослабило ограничения на размер вознаграждения агентств по привлечению абитуриентов. Некоторые коммерческие вузы стали злоупотреблять правилами выплаты материальной помощи студентам, которые разрабатывались еще до появления гигантских образовательных корпораций и стали источником легкой наживы для ряда недобросовестных организаций. Тот факт, что за погашение федеральных займов на образование отвечают сами студенты, а не вузы, свел к минимуму для коммерческих вузов риски, связанные с зачислением сомнительных абитуриентов.

Расцвет коммерческого сектора пришелся на конец первого десятилетия текущего века, как раз в тот момент, когда мировой финансовый кризис достиг своего пика. Воодушевленные поддержкой медийных персон и чиновников, убежденных в том, что традиционные вузы нуждаются во встряске, коммерческие вузы стали позиционировать себя в условиях экономического спада как учебные заведения, дающие наиболее востребованное и отвечающее потребностям времени образование. К 2010 году доля американских студентов, обучавшихся в коммерческих частных вузах, достигла 13%. Было полное ощущение, что коммерческие вузы ждут дальнейший рост, так что многие некоммерческие вузы стали опасаться за свои доходы и позицию на рынке.

## Замедление

Однако к 2019 году от коммерческих вузов в США осталась только тень. Интерес к коммерческим вузам, некогда казавшимся многообещающими (они сулили новым, испытывающим нехватку времени абитуриентам качественное образование и карьерный рост), постепенно исчерпал себя, по мере того как стало понятно, что у них очень высокий уровень отсева

и сомнительного качества образование, к которому работодатели относятся со скепсисом. Многие студенты из социально незащищенных слоев населения (главным образом представители меньшинств) остались ни с чем, если не считать мало кем признаваемые зачетные единицы и ворох долгов. Стали известны случаи отъявленного мошенничества.

Эта новая тенденция усугубилась на фоне ужесточения федерального законодательства при президенте Обаме: правила, касающиеся распределения финансовой помощи студентам, стали более строгими; повысились требования к бизнес-модели коммерческих вузов, а также требования относительно конечных результатов обучения. Усилился федеральный надзор за организацией, выдавшей аккредитации ряду крупных и особенно нестабильных коммерческих вузов. Некоторые крупные игроки этого рынка, включая компании Corinthian Colleges, ITT и Education Management Corporation, разорились, что подпортило отношение к ним потребителей и СМИ и бросило тень на имидж коммерческого высшего образования в целом.

Рекордный экономический подъем, начавшийся после мирового экономического кризиса и продолжавшийся вплоть до пандемии COVID-19, сопровождался сокращением безработицы до исторического минимума и привел к сокращению рынка высшего образования для работающего населения. Количество таких студентов упало менее чем за 10 лет на 20%, и это несмотря на то, что размер соответствующей группы населения в целом не менялся.

Усилилась конкуренция со стороны некоммерческих вузов. Обеспокоившись успехом коммерческих вузов и отдавая себе отчет в неизбежном сокращении притока обычных абитуриентов из-за снижения рождаемости, многие некоммерческие колледжи и вузы стали пользоваться тактиками, подсмотренными у конкурентов из коммерческого сектора. Вещи, которые некогда были свойственны исключительно коммерческим вузам (учет интересов и потребностей взрослой и работающей аудитории, цифровой маркетинг, онлайн-образование), приобрели массовый характер. В конце 2010-х годов крупнейшими вузами, ориентированными на взрослую аудиторию и предлагающими дистанционное образование, стали некоммерческие Университет западных губернаторов и Университет Южного Нью-Гэмпшира, отобрав это звание у коммерческих Университета Феникса и Университета Эшфорда.

---

**Однако к 2019 году  
от коммерческих вузов  
в США осталась только тень.**

---

Даже в коммерческих вузах высшего уровня, ориентированных на подготовку бакалавров, число студентов уменьшилось вдвое и опустилось ниже 600 тысяч, а в вузах низшего дивизиона количество студентов упало ниже отметки 200 тысяч. Магистрантов и аспирантов в коммерческих вузах тоже стало меньше, но не так резко. Коммерческие вузы с существенной долей магистрантов и аспирантов в меньшей степени пострадали из-за репутационных проблем и трудностей с привлечением абитуриентов, нежели вузы, готовившие преимущественно бакалавров.

### **Что дальше?**

Есть четыре траектории развития. Первая — переход в некоммерческий статус. Некоторые из крупнейших коммерческих вузов решили, что коммерческий статус — залог уязвимости. В ряде случаев, как, например, в случае Университета Гранд-Каньона, изначальная коммерческая структура разделилась на две части: на некоммерческое учебное заведение и коммерческую обслуживающую компанию. В других случаях, как произошло, к примеру, с Университетом Каплана, ставшим Purdue Global, коммерческое учебное заведение было продано по номинальной стоимости крупному государственному университету, причем само учебное заведение было сохранено и продолжило работу на условиях долгосрочного сервисного договора. Время покажет, останутся ли законодатели и студенты удовлетворены подобными изменениями.

Второй вариант — переориентировка частного капитала в сторону бизнеса по управлению онлайн-программами (OPM, или online program management). Компании, специализирующиеся в этой области, например 2U и Wiley, сотрудничают с некоммерческими вузами, помогая им разрабатывать и внедрять программы онлайн-образования. Традиционные университеты и коммерческие организации взаимодополняют друг друга и работают вместе, деля прибыль, что дает инвесторам возможность выйти на рынок высшего образования без необходимости заниматься наймом преподавателей и привлечением абитуриентов.

Третий путь можно назвать одним из вариантов модели OPM: он заключается в смещении акцента коммерческих вузов и OPM-компаний с программ полного цикла, предполагающих получение диплома о высшем образовании, на краткосрочные программы, завершающиеся получением сертификата. Компании Coursera и edX, (приобретенная 2U), крупнейшие в США платформы в сфере массового онлайн-образования, развивают свой бизнес, помогая ведущим некоммерческим университетам создавать, продвигать и реализовывать онлайн-программы, которые позволяют получить сертификат об окончании, но которые нельзя зачесть в рамках традиционного обучения. Низкая рентабельность этой модели окупается за счет глобального охвата. В попытках наладить мосты между такими курсами и традиционными програм-

мами высшего образования в университетах-партнерах появляются также курсы, которые потом можно перезачесть.

Четвертая опция — самая малопонятная: обновление коммерческих вузов с целью возобновления работы по модели прямого общения с конечным потребителем. В сфере коммерческого высшего образования продолжается консолидация: например, произошло слияние Университета Капеллы и Университета Страйера, а компания Adtalem Global Education приобрела Университет Уолдена. В коммерческих вузах все большей популярностью пользуется обучение на основе компетентностного подхода, систематизация оценивания ранее приобретенных студентами знаний и персонализированный подход к повышению квалификации студентов, ведь такие вузы руководствуются в своей работе мантрой «скорость — экономическая отдача — клиентоориентированность». Университет Чемберлена, также принадлежащий концерну Adtalem и ставший крупнейшим в стране заведением по подготовке среднего медицинского персонала, стремится сочетать количество и качество. Это отражается в том, что его выпускники показывают на национальном сертификационном экзамене для будущих медсестер результаты выше среднего по стране. Во многих коммерческих вузах идут разговоры о пока не сформировавшейся полностью гибридной модели, объединяющей очное и онлайн-образование.

В 2020 году из-за пандемии большинство студентов по умолчанию перешло на онлайн-обучение, и американские коммерческие вузы впервые за десятилетие рапортовали об увеличении количества студентов. Коммерческие вузы неожиданно оказались в выигрыше благодаря тому, что у них уже был опыт работы онлайн, в то время как многие некоммерческие вузы в авральном режиме пытались наладить дистанционное обучение. Этот эффект недолговечен, но в любом случае ясно, что коммерческие вузы в США никуда не денутся. Пока доступность, стоимость и качество высшего образования остаются узкими местами американской образовательной системы, равно как и систем других стран с массовым или практически всеобщим высшим образованием, коммерческие соображения продолжат быть источником новых идей — иногда хороших, иногда плохих, иногда несущественных. Будущее покажет, останется ли 2010 год в истории коммерческого высшего образования в США пиковым с точки зрения его рыночной доли и количества студентов.



## Всерьез и надолго: международная конкуренция за лучшие кадры и позиция США

**Джек Корриган и Ремко Зветслот**

*Джек Корриган — аналитик-исследователь  
Центра безопасности и новых технологий  
Джорджтаунского университета  
(Вашингтон, округ Колумбия, США).  
E-mail: [jack.corrigan@georgetown.edu](mailto:jack.corrigan@georgetown.edu).*

*Ремко Зветслот — сотрудник Центра  
стратегических и международных исследований  
(Вашингтон, округ Колумбия, США).  
Twitter: [@r\\_zwetsloot](https://twitter.com/r_zwetsloot).*

Международные аспиранты — одна из наиболее мобильных и высококвалифицированных категорий мигрантов в мире, а спрос на их профессиональные знания растет по мере усиления влияния новых технологий на глобальный экономический ландшафт и на вопросы обеспечения безопасности. Самым привлекательным направлением для этой группы остаются США: американские вузы ежегодно присуждают десяткам тысяч иностранцев степень PhD в сфере естественных, технических, инженерных и математических наук.

Исследования показывают, что подавляющее большинство этих людей, вопреки всем опасениям насчет «обратной утечки мозгов», остается после получения диплома в США, что они запускают многообещающие стартапы, помогают укреплять инновационную экосистему страны и вносят положительный вклад в общество в целом. Однако существуют риски, что в будущем эти люди все чаще будут предпочитать другие страны Соединенным Штатам, если Америка не проведет иммиграционную реформу.

### Иностранцы аспиранты в США

Странам, которые хотят выйти на передовые позиции в таких высокотехнологичных отраслях, как искусственный интеллект, микроэлектроника или синтетическая биология, нужна надежная и высокообразованная рабочая сила. Небольшую, но ключевую часть таких специалистов составляют обладатели степени PhD: они проводят исследования, расширяющие границы возможного в соответствующих областях, и готовят новые поколения ученых, предпринимателей и технических специалистов.

Многие из лучших и наиболее перспективных начинающих ученых со всего мира стекаются в США, и именно на них приходится существенная доля всех