

2. *Rossiya v tsifrakh. Krat. stat. sb.* [Russia in figures. Statistical abstract.]. Moscow: Rosstat Publ., 2010. (in Russ.)
3. *Rossiyskiy statisticheskiy ezhegodnik: Stat. sb.* [Russian statistical year-book: statistical abstract]. Moscow: Rosstat Publ., 2012.
4. Egorshin A.P. Gus'kova I.V. (2013) *Menedzhtment obrazovaniya: uchebnoe posobie* [Education management: manual]. Nizhny Novgorod: NIMBUS Publ., 464 p. (in Russ.)
5. *Indikatory obrazovaniya: 2010* [Education indicators: 2010]. Moscow: HSE Publ., 2010.

Authors:

EGORSHIN Alexander P. – Dr. Sci. (Economics), Prof., honored science worker of Russia, Rector, Nizhny Novgorod Institute of Management and Business, Nizhny Novgorod, Russia, nir@nimb.nnov.ru

GUS'KOVA Irina V. – Dr. Sci. (Economics), Prof., Pro-Rector for science, Nizhny Novgorod Institute of Management and Business, Nizhny Novgorod, Russia, guskova545@yandex.ru

**М.В. ПАШКОВСКАЯ, доцент
Московский финансово-
промышленный университет
«Синергия»**

Новые провайдеры на рынке высшего образования

Глобализация, коммерциализация и виртуализация высшего образования привели к трансформации функций традиционных университетов и к появлению новых видов поставщиков образовательных услуг. Традиционные университеты, сохраняя свои исторически сложившиеся особенности, цели и функции, активно используют современный образовательный инструментарий. Часть традиционных вузов модифицируются и интегрируются в современную образовательную инфраструктуру. В системе высшего образования, как национального, так и международного, постоянно возрастает роль новых провайдеров. Появляются новые виды образовательных провайдеров, более соответствующие требованиям рынка высшего образования и возможностям современных образовательных технологий. Новые провайдеры условно могут быть разделены на две большие группы: собственно образовательные институты и необразовательные провайдеры, обеспечивающие образовательные процессы. Деятельность новых провайдеров существенно изменяет ландшафт рынка высшего образования: увеличивается число участников рынка образовательных услуг, они специализируются на отдельных функциях образовательного процесса, происходит слияние провайдеров высшего образования и производственных компаний.

Ключевые слова: высшее образование, университеты, провайдеры высшего образования, коммерческие университеты, кибер-университет, корпоративный университет, виртуальный университет, предпринимательский университет

В последние годы состояние высшего образования во многих странах мира характеризуется как кризисное [1–3]. Оно объясняется противоречиями между глобальными социально-экономическими изменениями в мировом сообществе и способностью национальных университетов отвечать новым вызовам.

Процессы, происходящие на рынке современного высшего образования, в основном развиваются по трем направлениям:

- повышение значимости высшего образования как фактора экономического роста и конкурентоспособности национальной экономики;
- увеличение спроса на высшее обра-



зование со стороны бизнеса, государства и домохозяйств;

- изменение структуры системы высшего образования в ответ на вызовы окружающей среды.

При этом в условиях глобализации экономических, социальных и политических процессов миссия и роль высшего, особенно университетского, образования претерпели существенные изменения. В частности, речь идет о таких тенденциях, как:

- формирование предпринимательской модели университета – научно-образовательно-промышленного комплекса с академическим ядром;
- трансформация университетов в институты непрерывного образования;
- превращение университетов в центры социального, культурного и экологического регионального развития [4].

Поставщики образовательных услуг отреагировали на количественно и качественно изменившийся спрос на высшее образование как изменением конфигурации системы высшего образования, так и трансформацией видов образовательных институтов и их функций. Действующие в настоящее время провайдеры высшего образо-

вания могут быть сгруппированы следующим образом (схема).

К «новым провайдерам» в сфере высшего образования специалисты относят, с одной стороны, учреждения и корпорации, не являющиеся частью традиционного частного сектора образования и действующие в этой сфере ради получения прибыли (for-profit), с другой – государственные и частные организации дистанционного обучения, а также организации, оказывающие поддержку и дополнительные услуги участникам рынка образования. К необразовательным провайдерам, стремящимся извлечь выгоду из потенциала нового международного рынка образовательных услуг, относятся также производители программного обеспечения, издательства, предприятия индустрии развлечений и т.п. По мнению некоторых исследователей, они уже вплотную приблизились к новым действующим лицам на рынке образования [5].

На рынке образования в настоящее время действуют такие новые провайдеры, как [6–8]:

- предпринимательские университеты;
- виртуальные университеты;
- кибер-университеты;

- франчайзинговые университеты;
- корпоративные университеты;
- академические брокеры;
- библиотеки, музеи и иные заведения, учрежденные средствами массовой информации, действующие в сфере образования;
- образовательные стартапы.

Появление новых действующих лиц на рынке образовательных услуг представляет большой интерес для понимания перспектив развития высшего образования в ближайшем будущем. Особое внимание среди новых поставщиков образовательных услуг приковывают к себе предпринимательские, корпоративные и виртуальные университеты.

Предпринимательские университеты.

Термин «предпринимательский университет» в последние годы активно используется исследователями, занимающимися проблемами развития университетского менеджмента [9]. Вместе с тем дискуссии о сущности, функциях и особенностях предпринимательского вуза продолжаются до сих пор. Предпринимательский университет отличается осознанной миссией и целями, гибкостью и динамичностью структуры, активной деятельностью маркетинговых подразделений. Поэтому при анализе целесообразно рассматривать их главные отличительные черты: цель, функции, структуру и менеджмент. Общеизвестно, что целью и критерием успеха предпринимательского вуза, деятельность которого основана на балансе выгоды и риска, является денежный доход. Известная работа Б. Кларка, всесторонне описывающая данную проблему, позволяет охарактеризовать предпринимательский университет как модифицированную управленческую структуру в образовании, для которой характерны:

- интеграция новых рыночных методов менеджмента при сохранении основных академических ценностей;
- использование инновационной предпринимательской культуры;

- установление и поддержание деловых связей с бизнесом и государственными структурами;

- интеграция академических и исследовательских подразделений вуза, соответствующих новым методам производства знаний [10].

Одним из видов предпринимательских университетов можно считать коммерческие вузы. Существенный рост таких образовательных учреждений во всем мире определяется в первую очередь растущим спросом на их образовательные услуги со стороны бизнеса, государства и домохозяйств, о чем свидетельствует общая доля рынка высшего образования, приходящегося на этот вид вузов. При этом их роль в системах высшего образования развитых и развивающихся стран различна. По мнению мексиканского исследователя Х.Л.И. Мендвилы, в развитых странах сектор коммерческих вузов является «маргинальным», поскольку аккредитация вуза составляет существенный элемент стоимости частных образовательных услуг. Однако в развивающихся странах, где существование таких вузов связано с недостатком предложения государственного образования, коммерческие университеты являются альтернативой для некоторых социальных слоев населения, которые не могут платить за хорошее качество частных образовательных учреждений [11]. Аналогичная ситуация отмечается и в ряде постсоциалистических стран. Например, Б. Яловецкий, пишет: «Особенностью частного сектора высшего образования в Польше является его большая доступность для молодежи из малых городов и деревень, а также из среды рабочего класса и крестьянства. Этот парадокс объясняется рядом факторов. В государственных учебных заведениях прием на стационар проводится на основе конкурсных экзаменов, где резко повышаются шансы абитуриентов из крупных городских центров, зарекомендовавших себя средних школ и из среды среднего класса. Числен-

ность студентов из рабочих или крестьянских семей, особенно на пользующихся популярностью курсах, не достигает 20%, а для людей из сельских районов она остается на уровне ниже 10%. Таким образом, государственное высшее образование, особенно университетское, функционирует как инструмент социального отбора и воспроизводства более высоких социальных слоев» [12].

Отношение к коммерческим вузам в обществе и среди профессионалов, оценка качества подготовки в них специалистов варьируется от положительного до категорически отрицательного. Так, в связи с планами британского правительства по увеличению числа коммерческих вузов в стране был проведен социологический опрос университетских профессоров. По мнению 85% респондентов, уровень образования, получаемого в коммерческих вузах, ниже, чем в государственных учебных заведениях, а 81% считают, что деятельность коммерческих университетов может в целом отрицательно повлиять на уровень высшего образования в Великобритании [13].

Корпоративные университеты. К данной категории относят образовательные учреждения, способствующие повышению квалификации и специальной профессиональной подготовке сотрудников и кандидатов на трудоустройство в фирмах и корпорациях. Дж. Мейстер рассматривает корпоративный университет как «стратегическую надстройку для развития образования работников, потребителей и поставщиков в целях поддержки организационной стратегии фирмы» [14]. В 2010 г. в США функционировало более 4200 глобальных корпоративных университетов [15]. Среди них в производственном секторе представлены университеты таких компаний, как General Electric, General Motors, Land Rover, «Шелл», в секторе потребительских товаров – Coca Cola, Marlboro, McDonald's, Херох, в коммерческом секторе – Wal-Mart,

EddiBauer, Best Buy, Home Depot, в секторе телекоммуникаций и информатики – Apple, AT&T, Microsoft, Motorola, Sun, Oracle.

Корпоративный университет предлагает своим сотрудникам свидетельства об окончании курсов, сертификаты. Но главная цель этих институтов образования состоит не в выдаче дипломов и не в присвоении степеней, тем более что, как правило, такие образовательные учреждения не имеют академической аккредитации. Их основная задача – предоставление программ обучения для конкретных рабочих мест в рамках фирмы или корпорации, обобщение специальных знаний, требующихся для работы в определенной компании. Типы корпоративных университетов на сегодняшний день весьма разнообразны, начиная с тех, что лишь по названию являются таковыми, до серьезнейших «мозговых центров» крупных корпораций, выполняющих многочисленные задачи, связанные с развитием и передачей знаний внутри компании [15–17]. Появление корпоративных университетов стало реакцией современного бизнеса на проблемы, связанные с необходимостью обеспечения непрерывного образования своих управленческих, технических и производственных кадров, удержания сотрудников в организации и обеспечения ее конкурентоспособности. В настоящее время функционирование корпоративных университетов связано с огромными инвестициями компаний в образование своей наемной рабочей силы.

По некоторым оценкам, современный работник имеет возможность в трудоспособном возрасте пять–семь раз поменять место работы. Это связано с преобразованиями как в технологиях и структуре рынков, так и с изменениями его индивидуальных предпочтений. Классические университеты не способны справиться с таким видом образования и подготовки кадров. Очевидно, что решение проблемы подготовки и переподготовки специалистов в течение

их трудоспособного периода возможно лишь при объединении усилий академических и корпоративных университетов.

С момента возникновения корпоративные университеты широко использовали новые технологии обучения, которые позволяют компаниям правильно определять содержание целевых сегментов рынка (например, сотрудников, партнеров и заказчиков) и сокращать расходы на обучение. Уже в конце 1990-х гг. стали активно развиваться инновации в области компьютерного оборудования, программного обеспечения, Интернет-технологий, что способствовало формированию широкого спектра образовательных продуктов. Стремительно увеличивалось число продавцов, предлагающих программы обучения, основанные на Web-digital solutions. Благодаря перемещению корпоративных университетов в сеть Интернет удалось сократить не только издержки на обучение персонала компаний, но и продолжительность обучения, требующего нахождения сотрудников вдали от их рабочих мест. При этом, если в начале использования программ e-Learning они рассматривались как более дешевые аналоги обычных курсов, то сегодня стало очевидным, что внедрение e-Learning сопряжено с существенными затратами как на приобретение компьютеров, программного обеспечения, на оплату услуг обслуживающего персонала, так и на техническую поддержку. Программы e-Learning изменили саму структуру корпоративного обучения: очные занятия стали заменяться обучением сотрудников в режиме он-лайн, все чаще используется аутсорсинг тренинговых услуг, бурно развивается коучинг [18].

Виртуальные университеты. Одним из основных стимулов трансформации рынка высшего образования явилось бурное развитие новых информационных и коммуникационных технологий, что вызвало появление виртуальных, открытых, дистанци-

онных университетов. Среди многочисленных виртуальных университетов особо выделяется Университет Феникс (University of Phoenix). Он охватывает более 100 кампусов в США, Пуэрто-Рико, Канаде и Нидерландах и предлагает разнообразные технологии обучения, начиная с face-to-face и онлайн-обучения до нового смешанного режима, называемого FLEXnet.

В сфере поставщиков виртуального образования появился новый вид посредников – брокеров, обеспечивающих связь между поставщиками и потребителями виртуальных образовательных услуг (например, Globewide Сетевой Академии). Основная функция брокеров – информирование потенциальных студентов о возможностях поставки онлайн-курсов и программ в той или иной области знаний (например, Виртуальный кампус в Калифорнии).

В последние пятнадцать лет в структуре рынка высшего образования обозначилась еще одна интересная тенденция: в результате взаимодействия виртуализации и глобализации высшего образования стали появляться «кибер-университеты». Это разновидность виртуального университета, все обучение в котором осуществляется онлайн в сети Интернет. В 2001 г. в Южной Корее открылся кибер-университет Kyung Hee Cyber University (KNCU), где в 2012 г. обучалось уже более 11 тыс. студентов. В 2007 г. создан первый кибер-университет в Японии – частный вуз с двумя факультетами, каждый из которых рассчитан на 600 студентов. В 2009 г. начал работу кибер-университет и в России – «Евро-Азиатский Кибер-Университет Транспорта и Логистики».

Другим важным направлением в сфере виртуального образования стало создание консорциумов виртуальных и традиционных университетов, предоставляющих дистанционное высшее образование. Так, в 2000 г. в Канаде появился Canadian Virtual University (CVU), объединяющий 12 канадских государственных и частных уни-

верситетов (Атабаска, Квебек, Брэндон, Кейп-Бретон, Нью-Брансуик и др.), а также Агентство открытого обучения. Актуальность этой модели для многих стран определяется тем, что она позволяет задействовать образовательные ресурсы множества традиционных университетов и коммуникационные и технологические возможности доставки контента виртуальных университетов. В России примером успешной реализации такой модели является Институт новых форм обучения (ИНФО) – консорциум восьми традиционных университетов, предлагающий курсы с использованием как печатных материалов и почты, так и современных информационных технологий [19].

Заключение

Новые факторы динамики высшего образования, среди которых можно выделить появление новых провайдеров образовательных услуг, можно рассматривать как средства преодоления противоречий между глобальными социально-экономическими изменениями в мировом сообществе и возможностями современных национальных университетов.

Деятельность новых поставщиков образовательных услуг на рынке высшего образования требует решения многочисленных проблем, среди которых особое место занимают такие, как:

- отношения между традиционными университетами и новыми провайдерами высшего образования;
- степень свободы и ответственности новых провайдеров на рынке образовательных услуг, их взаимоотношения с государством;
- возможности использования университетами образовательных средств и материалов (программного обеспечения, CD-ROM, Интернета и WWW-ресурсов и др.) и сохранение контроля академического содержания образования со стороны общества.

Литература / References

1. Smith P. (2004) *The Quiet Crisis: How Higher Education Is Failing America*. Jossey-Bass Inc. Pub. 200 p.
2. Impact of economic crisis on higher education in East Asia. Country experiences / Ed. by N.V. Varghese (2001). Policy Forum (UNESCO). 2001. No. 12. 215 p.
3. Лукашенко М.А. Российская система образования. Рыночная трансформация в условиях транзитивной экономики. М.: Экономика, 2002. 198 с. [Lukashenko M.A. (2002). Russian education system. Market transformation in the conditions of transitive economy. Moscow: Ekonomika Publ. 198 p. (in Russ.)]
4. Константинов Г.Н., Филонович С.Р. Что такое предпринимательский университет // Вопросы образования. 2007. № 1. С. 49–62 [Konstantinov G.N., Filonovich S.R. (2007). What is an enterprise university]. *Voprosy obrazovaniya* [Education issues]. No. 1, pp. 49–62. (In Russ.)]
5. Bennell P., Pearce T. (1998) *The Internationalization of Higher Education: Exporting Education to Developing and Transitional Economies*. IDS Working Paper 75. Brighton, U.K.: Institute of Development Studies, University of Sussex. 27 p.
6. Dos Santos M. (2002) Regulation and quality assurance in transnational education. *Tertiary education and management*. No. 8(2). Pp. 97–112.
7. Knight J. (2006) Commercial cross-border education: implications for financing higher education. *Higher Education in the World*. London, 2006. No. 3. Pp. 103–112.
8. Guruz K. (2008) *Higher Education and International Student Mobility in the Global Knowledge Economy*. NY, State University of New York Press. 2008. 335 p.
9. Грудзинский А.О. Университет как предпринимательская организация // Социологические исследования. 2003. № 4. С. 113–121 [Grudzinskiy A.O. (2003) University as an enterprise organization]. *Sociologicheskie issledovaniya* [Sociological researches]. No. 4. Pp. 113–121. (In Russ.)]
10. Clark B.R. (1998) *Creating Entrepreneurial Universities: Organizational Pathways of Transformation*. New York: Pergamon Press. 163 p.
11. Mendivil J.L.I. (2002). The new providers of

- higher education. *Higher Education Policy*. 2002. No. 15. Pp. 353-364.
12. Яловецкий Б. Перспективы развития частного высшего образования в Польше // Высшее образование в Европе. 2001. № 3 [Yalovetskiy B. (2001) Prospects of development of private higher education in Poland. *Vyssbeye obrazovanie v Evrope* [Higher Education in Europe]. No. 3. (in Russ.)]. Available at: URL: http://www.aha.ru/~moscow64/educational_book/_3_03/HEE_XXVI_3_2001/YALOV.HTM
 13. Professors' caution over for-profit universities. *News: family and education*, 16 June 2011. Available at: URL: <http://www.bbc.co.uk/news/education>
 14. Meister J. C. (2006) Corporate Universities: What Works and What Doesn't. *Chief Learning Officer*. No. 5(3). Pp. 28-32.
 15. Nixon J, Helms M. (2002) Corporate Universities vs Higher Education Institutions. *Industrial and Commercial Training*. MCB University Press. 2002. Vol. 34. No. 4. Pp. 144-150.
 16. Corporate Universities: Lessons in building a world class workforce. New York: McGraw Hill, 1998. 256 p.
 17. Paton R., Peters G., Storey J., Taylor S. (2005) Corporate Universities as Strategic Learning Initiatives. The Handbook of Corporate University Development: Managing Strategic Learning Initiatives in the Public and Private Domains. Gower, London.
 18. Коновалова В. Мировые тенденции обучения и развития персонала и ситуация в России // Кадровик. Кадровый менеджмент. 2008. № 9. [Konovalova V. (2008) World tendencies of training and development of the personnel and situation in Russia (in Russ.). *Kadrovik. Kadrovyy menedzhment* [Personnel officer. Personnel management]. No. 9. Available at: <http://www.case-hr.com/statiyi-i-otcheti/35008.html>
 19. Морев И.А. Образовательные информационные технологии. Ч. 1. Обучение: Учеб. пособие. Владивосток: Изд-во Дальневосточного университета, 2004. 162 с. [Morev I.A. (2004) Educational information technologies. Part 3. Distance Learning]. Vladivostok: FEFU Publ, 150 p. (in Russ.)].

Автор:

ПАШКОВСКАЯ Маргарита Васильевна – зав. кафедрой экономической теории и мировой экономики, Московский финансово-промышленный университет «Синергия», pmargaritav@mail.ru

PASHKOVSKAYA M.V. NEW PROVIDERS IN THE HIGHER EDUCATION MARKET

Abstract. Globalization, commercialization and virtualization of higher education led to the transformation of traditional functions of universities and the emergence of new types of training providers. Traditional universities, on the one hand, keeping the historical features, objectives and functions actively use modern educational tools provided by scientific and technological revolution, on the other hand, some traditional universities are actively modifying and integrating into a modern educational infrastructure. The role of new providers of higher education, both national and international, is constantly growing. There are new kinds of educational providers, more compliant the higher education market and opportunities of modern educational technologies. New providers can be conditionally divided into two large groups – the actual educational institutions and non-education providers to ensure these educational processes. Activities of new providers significantly changes the landscape of higher education market – an increasing number of market participants of educational services, that specialize in certain functions of the educational process, the merging of higher education providers and manufacturing companies.

Keywords: higher education market, university, providers, for-profit university, cyber-university, corporate university, virtual university

Author:

PASHKOVSKAYA Margarita V. – Head of the Department of Economic Theory and the World Economy, Synergy University, Moscow, Russia, pmargaritav@mail.ru