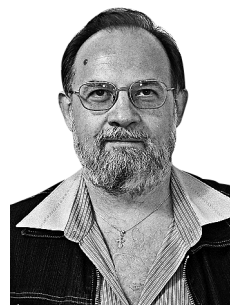


## НИЖЕГОРОДЦЕВ Роберт Михайлович

Доктор экономических наук, заведующий лабораторией  
экономической динамики и управления инновациями

Институт проблем управления РАН  
117997, РФ, г. Москва, ул. Профсоюзная, 65  
Контактный телефон: (495) 334-93-09  
e-mail: bell44@rambler.ru



## Рынок образовательных услуг в сфере высшего образования: институциональные фильтры и ловушки

**Ключевые слова:** институциональные фильтры; рынок образовательных услуг; двойственный отбор; инновационный потенциал; псевдоинновации; барьеры входа.

Рассматриваются институциональные проблемы, отражающие специфику современного рынка образовательных услуг. Выделяются институциональные фильтры, предопределяющие экономическое поведение частных агентов и специфику регулирующих воздействий правительства. Предлагаются рекомендации по совершенствованию современной российской системы высшего образования.

**И**нституты (алгоритмы, шаблоны поведения), которым привержены частные агенты в современной экономике, обладают разной степенью жесткости. Следование разным шаблонам поведения может быть более или менее обязательным для тех агентов, для которых они предназначены. При этом выбор различных рутин, шаблонов поведения тем или иным агентом создает положительные или отрицательные внешние эффекты для других агентов. Эти агенты, в свою очередь, обладают возможностью посредством обратных связей корректировать поведение тех, чей экономический выбор создает для них внешние эффекты. В результате возникают институциональные фильтры: одни шаблоны поведения (не обязательно наиболее эффективные) закрепляются и наследуются, другие выбраковываются и замещаются, вытесняются из институциональной среды макросистем.

Приведем простой пример из сферы высшего образования. Предположим, одну и ту же учебную дисциплину на разных потоках ведут два профессора. Профессор А дает студентам реальные знания, но строго спрашивает на экзаменах, и сдать ему предмет с первого раза проблематично. Профессор Б делает вид, что учит студентов, его студенты делают вид, что учатся, по окончании курса все быстро получают высокие оценки и расходятся, взаимно довольные друг другом. На старших курсах эти два профессора предлагают дисциплины по выбору. К кому из них охотнее пойдут студенты? Ответ очевиден: подавляющая часть студентов выберет курс профессора Б. Дисциплина, предлагаемая профессором А, не наберет необходимого числа студентов и будет закрыта. Таким образом, через систему обратных связей поощряется определенный институт, шаблон поведения.

Здесь неминуемо возникает вопрос о том, что считать критерием эффективности данного института (методики обучения и контроля знаний). Хочется ответить, что критерием являются полученные студентами знания. Но если профессор Б ставит в среднем более высокие оценки, тогда что является мерилем качества знаний? Мнение так называемой независимой комиссии, принимающей госэкзамен?

На самом деле критерием эффективности выбираемой преподавателем методики обучения является не качество знаний студентов, а соотношение между текущим

приращением функции полезности педагога и текущими издержками, обеспечивающими это приращение. Грубо говоря, оптимальной стратегией является та, которая обеспечит преподавателю более высокий доход при минимальных затратах сил, времени и денег.

В качестве комментария к этому выводу сошлемся на мнение Дугласа Норта, утверждавшего, что институты создаются не для того, чтобы быть эффективными, а для того, чтобы увеличить функцию полезности агента, который их создает [1].

Предположим, что на кафедру приходит молодой старший преподаватель Ш, выбирающий определенный стиль работы, методики обучения и пытающийся заимствовать опыт более старших товарищей. Нетрудно предположить, каков будет результат подобного бенчмаркинга. Общий итог заключается в наличии институционального фильтра, а именно в том, что профессор А представляет собой *вымирающий* тип педагога, который сознательно избирает для себя трудную жизнь там, где его коллеги предпочитают идти более легким (если угодно – более эффективным) путем.

На примере системы высшего образования рассмотрим некоторые институциональные фильтры и сделаем выводы о перспективах развития институтов, регулирующих экономический выбор агентов в данной сфере.

**Фильтр № 1: долгосрочный аспект маркетинговой стратегии**

На рынке образовательных услуг (как, впрочем, и любых других) и продавцы, и покупатели имеют определенные интересы, лежащие в краткосрочном и в долгосрочном периоде. Если знания являются быстро стареющим товаром, причем запас компетенций стареет тем быстрее, чем активнее происходит техническое перевооружение производственных процессов, то знаковый сигнал о получении образования – диплом – гораздо более долговечен. Будучи специалистом с высшим образованием (пусть даже знания, полученные в вузе, давно устарели), индивид способен занять определенное место на социальной лестнице, которое в отсутствие диплома для него недоступно.

В то же время вуз, оказавший образовательную услугу, заинтересован в максимально длительном воспроизводстве данного процесса, поэтому он прибегает к различным формам маркетинга впечатлений, пытаясь создать у клиента благоприятный эмоциональный фон, основанный на взаимном доверии и уважении. Благодаря этому вуз приобретает агентов, рекламирующих его услуги совершенно бесплатно и даже не подозревающих о том, что оказывают ему подобную любезность. Собственно, это и называется репутацией.

Итак, стандартное представление о продаже блага по формуле «товар – деньги» не вполне соответствует реальностям информационного производства. На одной стороне сделки оказываются благо + информация о его получении, на другой стороне – деньги + репутация (рис. 1). Причем эта закономерность касается не только информационных благ или, тем более, услуг, а практически всего спектра торгуемых благ в современной экономике, основанной на создании и обращении информации.

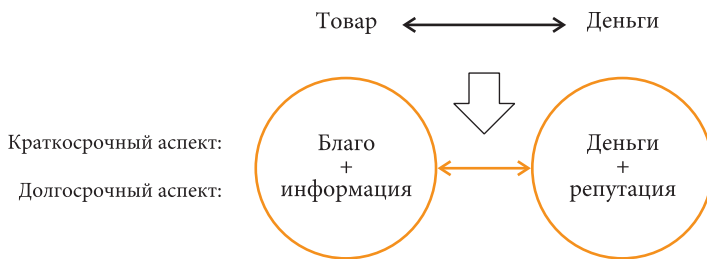


Рис. 1. Современное представление о маркетинговых стратегиях

На основе выявления подобной закономерности легко объясняются современные тенденции в маркетинговых стратегиях, в частности, маркетинг взаимоотношений с клиентом, направленный на формирование лояльности бренду или торговой марке.

#### **Фильтр № 2: псевдоинновации в образовательном процессе**

С наступлением информационной эпохи формируются и различные мифы, обратно представляющие ключевые ее закономерности и в известной степени на них паразитирующие. Одним из них является миф об «инновационных» формах обучения, применение которых чаще всего сводится к тому, что преподаватель показывает студентам презентацию, сделанную в MS PowerPoint, и читает вслух то, что написано на слайдах.

Среди руководства сферой образования (как на уровне руководящего состава вузов, так и на уровне курирующих их работу ведомств), к сожалению, распространено ошибочное представление, будто применение технических средств обучения автоматически улучшает качество преподавания. При этом педагогу достаточно показать презентацию, и он уже может считать, что приобщился к сокровищнице мировой педагогической науки и работает на уровне современных ее достижений.

Такой подход, как минимум, наивен. Возможность опереться на заранее заготовленные слайды, разумеется, по своей сути ничем не отличается от опоры на «конспект» лекции, по которому ее читали многие преподаватели эпохи исторического материализма. Ни то, ни другое не заменит живого общения, разговора преподавателя со студентами.

Смысл ловушки, в которую попадает руководство, использующее надуманные критерии «псевдоинноваций» в образовательном процессе, можно легко проиллюстрировать простейшей диаграммой Исикавы (рис. 2). Замена пожелтевшего конспекта на презентацию, показанную при помощи средств мультимедиа, означает изменение *machinery* (технологий), тогда как *method* (дидактика обучения) остается прежним. Разумеется, нетрудно поменять то, что и без нашего участия охотно и быстро меняется, но задача в том, чтобы приспособить к этим изменениям *все* компоненты выполняемого процесса: и содержание учебных дисциплин (*materials*), и критерии эффективности образовательных процессов (*measurement*), и **структуру компетенций самих педагогов** (*men*), и логику управления образовательными процессами в целом (*management*), в частности переход от управления организациями к управлению конкретными процессами, направленными на обучение слушателей, на повышение их квалификации.

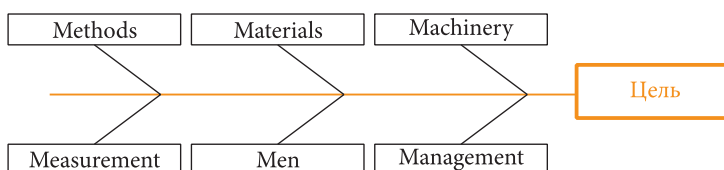


Рис. 2. Общая диаграмма Исикавы

Как известно, Петр Первый в свое время требовал, чтобы ораторы в публичных выступлениях «говорили без бумажки, дабы глупость каждого всем видна была». И сегодня, с наступлением информационной эпохи, «бумажка», выполненная с применением новейших технических средств, не должна затмевать яркую, творческую личность педагога, а компьютерная грамотность не должна подменять собою целый спектр других компетенций, овладение которыми для преподавателя обязательно [2]. Автор статьи отнюдь не является противником применения информационных технологий в образовательных процессах, но настаивает на том, что это применение должно быть оправданным и уместным.

Симметричное недоразумение заключается в том, что способность студента ответить на тестовые вопросы, в которых требуется выбрать вариант ответа из числа предложенных, якобы гарантирует овладение пройденным материалом. Никакие тесты не заменят доказательного логического мышления, и злоупотребление этой «инновационной» формой контроля знаний приводит к тому, что преподаватели отучают студентов от общения, от внятного выражения своей позиции, от связной речи.

Таким образом, компьютерная грамотность выступает необходимым элементом квалификационной компетенции современного специалиста, но далеко не единственным, и злоупотребление формированием отдельно взятых, вырванных из контекста навыков не только не приносит пользы в педагогическом процессе, но и способно нанести ощутимый вред.

На сегодняшний день многие нововведения, внедренные в методику организации учебного процесса, направлены на обезличивание, деперсонализацию педагогического процесса, как это ни абсурдно. Среди этих нововведений стоит упомянуть: 1) тестовые формы контроля знаний; 2) письменный прием экзаменов; 3) сокращение количества аудиторных часов, сопровождаемое увеличением объема часов, отводимых на самостоятельную работу студентов; 4) развитие всевозможных дистанционных форм обучения, предполагающих проведение телеконференций вместо полноценных лекций и заочные формы выполнения заданий, и т. д.

Все это направлено на выведение, вытеснение личности педагога за рамки педагогического процесса. Это – барьеры на пути живого, непосредственного общения преподавателя и студента. Всем давно понятно, что педагогический процесс – это процесс с обратной связью, а принятые сегодня формы организации учебного процесса направлены на то, чтобы эту обратную связь максимально заглушить, если не разорвать вообще.

Студент должен иметь возможность не только услышать точку зрения преподавателя, но и задать вопросы, поделиться своими идеями, соображениями, сомнениями. С этого диалога и начинается работа над освоением учебной дисциплины, не говоря уже о научной работе студентов, к которой многие из них испытывают склонность, но не имеют возможности ее реализовать. Я подчеркиваю, что должен быть диалог, а не односторонняя трансляция некой суммы знаний от преподавателя к студенту.

Возвращаясь к тестовой форме контроля знаний, следует констатировать, что здесь возникает грустная ситуация, когда преподаватель, по сути, не нужен для выполнения целого ряда функций, которые мы на него возлагаем. Для чего он проводит тестовый контроль знаний? С этим легко справится и компьютер. От личности педагога, от его профессионализма, от его умения и готовности поделиться своими знаниями в этом процессе ничего не зависит.

Деперсонализация учебного процесса вызывает порой формальное отношение преподавателя к своим обязанностям. Даже при проверке курсовой работы, где есть возможность как следует поработать со студентом и довести некоторые из курсовых до получения пригодного к публикации научного результата, преподаватель чаще всего лишь оценивает усилия студента и выставляет отметку. Хотя в данной форме возможность углубления индивидуальной работы со студентом максимальна. Однако в последнее время в связи с акцентом на самостоятельную работу студентов и сокращением объема аудиторных часов, отводимых на изучение ряда дисциплин, выполнение курсовой работы как обязательный элемент овладения учебной дисциплиной ликвидируется. Таким образом, обезличивание (деперсонализация) учебного процесса развивается логичным и весьма предсказуемым путем.

Основная идея на сегодняшний день должна заключаться в том, чтобы вернуть преподавателя в педагогический процесс, максимально повысить его роль в этом процессе. Тогда мы и решим задачи качественной подготовки специалистов-практиков (что,

собственно, является нашей прямой и основной задачей), и вовлечем студента в научно-исследовательский процесс, и подготовим тех, кто встанет за преподавательскую трибуну после нас.

Важнейшая задача – вернуть педагога в педагогический процесс! Все формы работы в учебном процессе – и методика проведения аудиторных занятий, и формы организации контроля знаний, и организация самостоятельной работы студентов – должны быть нацелены на решение этой задачи.

### **Фильтр № 3: инвестиционный потенциал и нестоимостные барьеры входа**

Категория «инвестиционный потенциал», часто употребляемая в современной экономической литературе, имеет весьма многообразное толкование. Инвестиционный потенциал региона, страны, отраслевого рынка рассматривается по меньшей мере в двух разных смыслах [3].

Иногда под инвестиционным потенциалом понимают потенциальный спрос на инвестиции (инвестиционную емкость рынка), не удовлетворенный из-за отсутствия предложения капитала, обусловленного относительно низкой нормой прибыли в данной отрасли или регионе. *Инвестиционный потенциал со стороны спроса* возникает тогда, когда отрасль или регион задыхается от недостатка инвестиций, но они туда не идут в силу низкой прибыльности этой отрасли или низкой отдачи от инвестиций в этом регионе.

В других случаях под инвестиционным потенциалом понимают потенциальное предложение инвестиций, которые придут в регион или отрасль, если убрать нерыночные барьеры входа на соответствующие рынки (например, квотирование производства соответствующих благ). *Инвестиционный потенциал со стороны предложения* возникает тогда, когда в отрасль или регион готовы хлынуть инвестиционные потоки, обусловленные высокой рентабельностью, если правительство уберет возведенные на их пути нерыночные барьеры входа.

Именно такую ситуацию (недоинвестирование вследствие наличия нерыночных барьеров) обычно подразумевают эксперты, утверждающие, что тот или иной рынок обладает значительным инвестиционным потенциалом. В любом случае категория «потенциал» предполагает постановку проблемы соотношения между возможностью и действительностью.

Чаще всего проблема инвестиционного потенциала отрасли или региона предполагает стремление к возможно более полному его использованию. Неявно подразумевается, что усилия государства, регулирующего отраслевые рынки, должны быть направлены на реализацию имеющегося инвестиционного потенциала. Однако нельзя забывать о том, что инвестиционный потенциал одной и той же отрасли в краткосрочном и в долгосрочном периоде различен. Усилия, направленные на реализацию инвестиционного потенциала локального рынка в краткосрочной перспективе, нередко приводят к его развалу в долгосрочном периоде.

Этот факт связан с тем, что в отрасли, которая порождает существенные внешние эффекты (создаваемые ею внешние эффекты значительно превосходят прямые коммерческие эффекты для работающих в ней производителей), обязаны существовать нерыночные барьеры входа, иначе она быстро деградирует и отраслевой рынок превратится в «рынок лимонов».

Именно такая ситуация имеет место в сфере образования. Если убрать *нерыночные барьеры входа*, установленные государством в данной сфере, то в нее хлынет приток инвестиций. В самом деле, если правительство отменит обязательные процедуры госаттестации, лицензирования, аккредитации учебных заведений и отдельных образовательных программ, то в эту сферу сразу устремится частный капитал и повсеместно откроются «конторы», которые, оказывая образовательные услуги весьма сомнительного качества, начнут штамповать и продавать дипломы. Но в этой безумной гонке за

прибылью выживут не те организации, которые дают полноценное образование, а те, которые с коммерческой точки зрения окажутся наиболее успешными. В результате на рынке останутся структуры, которые не стремятся готовить высококлассных специалистов, а выпускают недоучек, поскольку это гораздо дешевле. При этом есть опасность, что с рынка, не выдержав конкуренции, уйдут наиболее добросовестные производители, обеспечивавшие оказание качественных образовательных услуг.

Таким образом, мы получим ситуацию рынка «лимонов», когда на рынке остаются лишь поставщики низкокачественных благ. Если убрать нерыночные барьеры, то в краткосрочной перспективе мы будем наблюдать невероятно большой прирост инвестиций, но в долгосрочной перспективе они схлынут, и на рынке останутся одни «лимоны». Таким образом, бурный рост инвестиций далеко не всегда способствует развитию отраслевого рынка, в некоторых случаях он является предвестником его развала [4].

На самом деле, в сфере образования рынок «лимонов» в чистом виде невозможен, поскольку всегда найдется значительное количество частных лиц (потенциальных потребителей образовательных услуг), готовых заплатить за качественное образование, а не за формальный сигнал о его наличии (диплом о получении образования). Поэтому даже в случае отмены нерыночных барьеров входа «погибнут» не все агенты, предоставляющие качественные услуги, несмотря на их высокую себестоимость. Среди добросовестных поставщиков останутся те, которые обладают хорошими брендами на образовательном рынке и за счет дифференциации образовательного продукта обеспечат приток потребителей. В итоге данный отраслевой рынок окажется в состоянии так называемого двойственного отбора (*diverse selection*), когда будут одновременно существовать и «хорошие», и «плохие» блага, и рынок будет в известном смысле поощрять производителей, создающих как те, так и другие.

Разумеется, наличие нерыночных барьеров входа на локальном рынке не способно полностью истребить производителей некачественных благ (в частности, в силу действия системы неформальных институтов, спасающих некоторых недобросовестных поставщиков от закрытия), однако оно призвано существенно снизить их долю на данном рынке. В случае отмены нерыночных барьеров ситуация резко сместится в сторону увеличения доли «лимонов».

Особенно велика эта опасность в тех сферах, где создаются так называемые доверительные блага, качество которых можно оценить лишь постфактум, когда процесс их потребления завершен. (Помимо образовательных услуг, к ним относятся, например, медицинские и фармацевтические услуги.) Это связано с тем, что даже те потребители, которые ориентированы не на формальное получение диплома об образовании, а на реальные знания, не всегда смогут получить внятные сигналы о качестве предоставляемых услуг, и вероятность выбора ими «лимона» возрастет с увеличением доли «лимонов» на рынке.

В этом заключается основная причина, по которой в сфере образования нельзя отказать от наличия нерыночных барьеров входа, связанных с качеством предоставляемых благ. Это обстоятельство существенно ограничивает возможности для маневра правительству, призванному регулировать данный отраслевой рынок.

Предположим, правительство пришло к выводу, что в стране осуществляется перепроизводство образовательных услуг по экономическим и юридическим специальностям в ущерб подготовке инженерных кадров. Если бы развитие данного рынка в целом не стимулировалось государством, для ликвидации перепроизводства блага достаточно было бы повысить налог на соответствующий вид деятельности или поставить иные дополнительные рыночные (стоимостные) барьеры входа. При этом, разумеется, рынок осуществил бы «естественный» отбор, при котором проигрывают наименее устойчивые в коммерческом отношении производители, а вовсе не те, кто создает благо более низкого качества.



Но проблема заключается в том, что система образования *в принципе* поддерживается правительством, поэтому данный способ решения проблемы для него недоступен. Таким образом, правительству в подобных ситуациях приходится осуществлять «искусственный» отбор, изобретать «нерыночные» барьеры, например, ужесточать лицензирование образовательных услуг в соответствующих областях, насильственным образом ликвидировать подготовку экономистов и юристов в технических вузах, изобретать рейтинговую систему оценки качества вузов, на основании результатов которой затем принимаются решения о закрытии, и т. п. В основе практики такого рода лежит считывание рыночных сигналов о качестве образования *правительством*, а отнюдь не потребителями данного блага, что вносит серьезные искажения в логику функционирования рассматриваемого рынка.

Решая проблему насыщения рынка, правительство вынуждено выбирать один из двух путей: дотировать производителей, стимулируя кривую предложения (рис. 3, а), или субсидировать потребителей, перемещая кривую спроса (рис. 3, б).

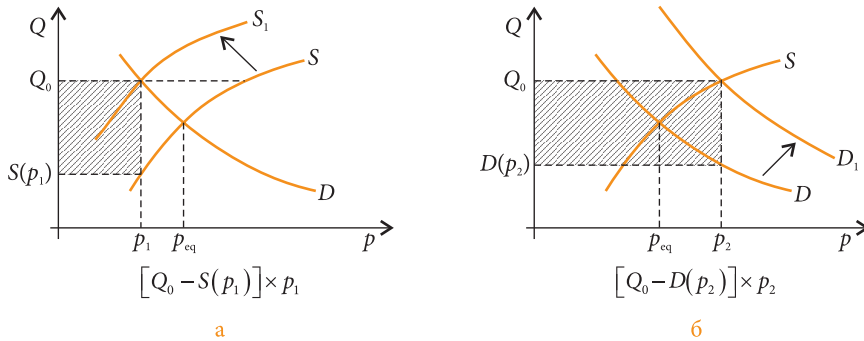


Рис. 3. Решение проблемы насыщения локального рынка

Как видно из рис. 3, перемещение кривой предложения смещает точку ценового равновесия в область низких цен, тогда как перемещение кривой спроса, напротив, в область высоких цен. Поэтому объем средств, необходимый для решения вопроса в первом случае, как правило, меньше, чем объем средств, выделяемый правительством во втором случае. Таким образом, дотации производителям являются наиболее экономным и потому наиболее популярным инструментом решения данной проблемы, и именно так регулируются рынки хлебопродуктов, транспортных и жилищно-коммунальных услуг, услуг связи и т. д. [5]. Монетизация льгот, перемещающая ситуацию на рис. 3, а к ситуации на рис. 3, б, является очень редким исключением из правил.

Почти единственным локальным рынком, который традиционно во многих странах регулируется так, как показано на рис. 3, б, является рынок образовательных услуг. Студент, поступивший в вуз, но не имеющий денег на обучение, получает образовательный кредит, сумму которого (как правило, с некоторыми процентами) обязан вернуть спустя определенное время после окончания обучения. Правительство не навязывает молодым людям спектр образовательных учреждений, пользующихся его поддержкой: они вправе поступать куда угодно. Это связано с тем, что продукт сферы высшего образования слишком дифференцирован, и у правительства, как правило, нет надежных критериев, согласно которым оно могло бы безоговорочно предпочесть одни вузы другим, отделив «хорошие», достойные поддержки, от «плохих», которые ее не заслуживают.

При этом многочисленные рейтинги вузов, которые составляются в большинстве западных стран, ни в одной из них не являются определяющим аргументом при решении вопросов о закрытии учебных заведений или отдельных образовательных

программ. Рейтинговые оценки служат лишь ориентирами для потребителей, выполняя определенную навигационную функцию на рынке образовательных услуг.

Таким образом, рынок образовательных услуг является своеобразным локальным рынком, подлежащим изучению при помощи инструментария институциональной экономики. Это позволяет осмыслить процессы, происходящие на данном рынке, в терминах институциональных фильтров и барьеров, выделяя типичные ловушки, влияющие на экономический выбор частных агентов и государства, регулирующего их деятельность. Необходимость поддержки данного локального рынка в целом накладывает определенные обязательства на правительство, ограничивая его возможности для применения различных регулирующих инструментов. Однако эти ограничения диктуются наличием общественных интересов, связанных с необходимостью повышения общего уровня грамотности населения, расширения его интерспецифических компетенций, создающих предпосылки для участия большинства индивидов в высокотехнологичных процессах материального и духовного производства.

### Источники

1. Норт Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / пер. с англ. А. Н. Нестеренко ; предисл. и науч. ред. Б. З. Мильнера. М. : Фонд экономической книги «Начала», 1997.
2. Нижегородцев Р. М. Инновационное развитие общества и актуальные проблемы образования в России // Открытое образование : науч.-практ. журн. 2012. № 4 (93).
3. Нижегородцев Р. М. Инвестиционный потенциал локальных рынков и институциональные основы экономики образования // Проблемы и перспективы реализации национальных проектов развития экономики России : сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф. Краснодар, 2008. Ч. 1.
4. Нижегородцев Р. М., Ярославская Д. И. Проблема неблагоприятного отбора и современная институциональная экономика // Журн. экон. теории. 2007. № 4.
5. Минаев Э. С., Нижегородцев Р. М. Инновационный менеджмент. М. : Изд-во МАИ-ПРИНТ, 2009.