

РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ И ЕГО РЕГУЛИРОВАНИЕ

Л. С. Драганчук

EDUCATIONAL SERVICES MARKET AND ITS REGULATION

L. S. Draganchuk

Обосновывается актуальность исследования экономических проблем в сфере образования в условиях его модернизации. Раскрывается сущность понятий «образовательные услуги», «услуги сферы образования», «рынок образовательных услуг». Выявляется структура рынка образовательных услуг, специфика его взаимодействия с рынком труда. Показываются особенности «провалов» рынка в сфере оказания образовательных услуг, рассматриваются направления государственного регулирования рыночных отношений в данной сфере.

The need for studying economic problems in education in terms of its modernization is demonstrated. The approaches to defining the essence of educational service, related services in the educational field and educational services market were analyzed. The structure of the education market, the specificity of its interaction with the labor market is revealed. The nature of “market failures” in rendering educational services, the directions of state regulations in the field are shown.

Ключевые слова: образовательная услуга, услуги сферы образования, рынок образовательных услуг, субъекты рынка образовательных услуг, «провалы» рынка, регулирование рыночных отношений в образовательном секторе.

Keywords: educational service, related services in the sphere of education, educational services market, actors of the educational services market, “market failures”, state regulation of market relations in the education sector.

Создание современной системы образования, отвечающей потребностям постиндустриального общества и его основы – информационной экономики, является предметом пристального внимания со стороны государства.

В сфере образования осуществляются основные инвестиции в человека. По расчетам Всемирного банка, в составе национального богатства США основные производственные фонды (здания, сооружения, машины и оборудование) занимают всего 19 %, природные ресурсы – 5 %, а человеческий капитал – 76 %. В Западной Европе соответствующие показатели составляют – 23 %, 2 % и 75 %, а в России – 10 %, 40 % и 50 % [12, с. 141 – 142].

Стратегическое значение знаний в информационной экономике выдвигает как одну из приоритетных задачу достижения лидирующих позиций в образовании. Ее решение требует модернизации существующей образовательной системы, которая во многом определяется становлением рынка образовательных услуг. Незрелость рыночных отношений обостряет проблемы образовательного сектора, в числе которых – снижение качества и конкурентоспособности образования на глобальном рынке, диспропорции рынков труда и образовательных услуг, недостаток высококвалифицированных кадров, обеспечивающих запросы экономики, низкий уровень ресурсной обеспеченности.

Изменения, происходящие в процессе перехода от плановой к открытой рыночной экономике в образовательном секторе, являются предметом острых дискуссий. Уточнение используемого понятийного аппарата позволит повысить эффективность мероприятий, направленных на модернизацию, и тем самым ускорить процесс создания современной системы образования.

Анализ литературы показал, что понятие образовательная услуга до сих пор является дискуссионным. Автор определяет понятие образовательная услуга как процесс предоставления образования, удовлетворяющего потребности субъектов. Образовательная услуга создается «живым трудом» преподавателей и подлежит дальнейшим преобразованиям. Мы согласны с мнением тех авторов, которые считают, что фаза процесса образования, связанная с собственно освоением нового материала (самообразование), «образовательная услуга не является и не может быть таковой по своей природе» [3, с. 49].

Иногда образовательную услугу отождествляют с услугами средств передачи знаний. Например, Э. И. Скоблева отмечает, «образовательные программы предлагают многие вузы, так что у потребителей есть возможность выбирать вуз, а вузы, в свою очередь, оказываются конкурентами на рынке образовательных услуг» [11, с. 136]. Содержанием образовательной услуги является собственно образовательный процесс, который заключается в предоставлении и организации освоения нового теоретического материала «живым» трудом преподавателей, в творческом взаимодействии с обучающимися. Учебники, учебные пособия, программы и другие методические материалы – средства передачи знаний. Они вносят свой вклад в процесс образовательного производства как услуги, которую они предоставляют.

Следует различать понятия «образовательные услуги» и «услуги в сфере образования». Последние представляют собой совокупность услуг, которые обеспечивают образовательные процессы, не являясь их содержательной частью (например коммунальные, консультационные и т. п.).

В современной научной литературе образовательную услугу часто характеризуют как общественное благо [2, с. 11; 15, с. 85 и др.]. В экономической тео-

рии общественными благами называют такие, для которых характерны два свойства – неконкурентность и неисключаемость. Для образовательных услуг свойство неисключаемости не выполняется, поскольку не трудно исключить некоторых индивидов из потребления образовательных услуг (назначение платы за обучение, конкурсный отбор абитуриентов). При потреблении образовательных услуг появляется конкуренция между потребителями. Предельные издержки для одного дополнительного обучающегося будут положительны, поскольку с увеличением количества обучающихся в группе другим будет уделяться меньше внимания. На наш взгляд, образовательные услуги в терминах экономической теории относятся к числу чистых частных благ, поскольку их потребление может сопровождаться конкурентностью и исключаемостью из этого процесса отдельных субъектов. Вместе с тем образовательные услуги имеют или могут иметь значительный положительный внешний эффект, поэтому они относятся к социально значимым частным благам.

В экономической литературе рынок образовательных услуг рассматривается как вполне сложившееся общеупотребительное выражение, как вид рынка. Однако сегодня ученые далеки от единого понимания сущности рынка, его определения сильно различаются. Используя методологический подход, в рамках которого рынок рассматривается как аналитическая модель, автор определяет рынок образовательных услуг как механизм взаимодействия различных субъектов по поводу купли - продажи образовательных услуг.

К субъектам рынка образовательных услуг относятся:

- производители (образовательные организации и индивидуальные предприниматели), которые выходят на рынок с дифференцированным предложением;
- потребители (обучающиеся – непосредственные потребители), которые выражают свои желания покупателям, выходящим на рынок. Желание – потребность, принявшая конкретную форму в соответствии с уровнем культуры и индивидуальностью индивида.
- покупатели (домохозяйства, организации, государство), предъявляющие спрос на рынке.

В процессе оказания образовательных услуг, который одновременно является и процессом их потребления, обучающимся (непосредственным потребителям) принадлежит особая роль. Эффективность образовательных услуг во многом зависит от активного включения обучающихся в процесс их оказания, который носит персонализированный характер. По сути, обучающиеся являются сопроизводителями образовательных услуг.

На экономическом пространстве рынка образовательных услуг, как и других видов рынков, формируются спрос, предложение и цена. Применение данных определений к сфере образования требует учета ее особенностей.

Во-первых, следует отметить, что спрос на рынке образовательных услуг характеризуется неопределенностью, особенно на новые образовательные услуги. Поэтому выведение на рынок подобного рода услуг сопряжено с большим риском и не всегда может быть оправдано.

Во-вторых, предложение образовательных услуг отличается неэластичностью по цене, поскольку образовательный сектор не может быстро реагировать на изменения цены. Например, для увеличения предложения образовательных услуг необходимо дополнительное финансирование, подбор квалифицированного персонала, расширение аудиторного фонда и т. д.

В-третьих, образовательные услуги относятся к дорогостоящим товарам, имеющим высокие цены, которые «в значительной степени связаны с их предельной полезностью, уникальностью» [15, с. 114].

В экономической литературе встречается точка зрения, согласно которой образовательные услуги, которые оказываются на платной основе, рассматриваются как рыночные, а бесплатные как нерыночные [5, с. 39 – 52; 6, с. 3 – 8; 8, с. 43 – 49]. Однако и бесплатное, и платное образование являются сторонами одного целого. Процесс купли-продажи образовательных услуг имеет место и в платном, и в бесплатном образовании.

Бесплатными образовательные услуги являются лишь для непосредственных потребителей. Возмещение затрат на их оказание осуществляется за счет государственных средств. Продажа образовательных услуг имеет место и в платном, и в бесплатном образовании. Поэтому бесплатные образовательные услуги следует трактовать как разновидность рыночных услуг, а рынок бесплатных образовательных услуг как сектор рынка образовательных услуг.

В СССР рыночный характер образовательных услуг в официальной идеологии отвергался, однако реальная деятельность образовательных организаций по оказанию таких услуг финансировалась вполне реальными, а не мифическими денежными средствами; реальные же учебные заведения выплачивали зарплату и стипендии, возмещали затраты, покупали оборудование. Декларативно нерыночная советская экономика на деле представляла собой феномен, в котором можно увидеть отнюдь не отсутствие рынка как такового, а наличие рынка особого рода – иррационального. Рынок функционировал как квазирынок [10, с. 38].

В структуре российского рынка образовательных услуг преобладающим остается сектор бесплатных образовательных услуг, которые оказываются потребителям без денежной компенсации. При этом характерной чертой современного развития российского рынка образовательных услуг является устойчивый рост сектора платных образовательных услуг. Так, если в 1998 г. объем платных образовательных услуг составлял 17,1 млрд руб. в год, то уже в 2000 г. он вырос в 2,41 раза, а в 2009 г. в 18,1 раз, что составило 41,5 млрд руб. и 310,2 млрд руб. в год соответственно [7, с. 17; 9, с. 550].

Выборочные обследования бюджетов домашних хозяйств в России показали, что в расчете на 1 члена домохозяйства расходы на оплату услуг образования в год составляли в 1995 г. 1 руб., в 2000 г. – 137 руб., а в 2006 г. увеличились до 1206 руб. [7, с. 86].

Основные макроэкономические показатели образовательной деятельности свидетельствуют о неравномерности развития различных секторов рынка образовательных услуг: государственных организаций,

нефинансовых корпораций, домашних хозяйств и некоммерческих организаций (табл. 1).

В структуре валовой добавленной стоимости, создаваемой в образовательной сфере, наибольшая доля принадлежит государственным организациям: в 2003 г. она составила 78,7 %, в 2008 г. – 81,0 %. Нефинансовые корпорации, возмещающие затраты из выручки от реализации (курсы повышения квалификации, тренинги и т. п.), обеспечивали в 2003 г. 15,9 % валовой добавленной стоимости, в 2008 г. – 16,3 %,

домашние хозяйства (частные преподаватели, репетиторство) – 2,7 % и 2,3 % соответственно, некоммерческие организации – 2,6 % и 0,4 % соответственно. Следовательно, большая часть создаваемой в российском образовании валовой добавленной стоимости приходится на бесплатные рыночные услуги, финансируемые за счет государственных средств.

Структура доходов по виду экономической деятельности «Образование в РФ» представлена в табл. 2.

Таблица 1

Структура валовой добавленной стоимости по секторам по виду экономической деятельности «Образование» в РФ в 2003 – 2008 гг. (%)

Годы	Государственное управление	Нефинансовые корпорации	Домашние хозяйства	Некоммерческие организации
2003	78,7	15,9	2,7	2,7
2005	79,5	16,3	2,9	1,2
2006	78,2	17,6	3,1	1,1
2007	80,0	16,3	3,1	0,6
2008	81,0	16,3	2,3	0,4

Рассчитано по: [9, с. 327 – 328].

Таблица 2

Структура доходов по виду экономической деятельности «Образование» в РФ в 2003 – 2009 гг. (%)

Годы	Ресурсы	Использование		
	валовая добавленная стоимость	оплата труда наемных работников	другие чистые налоги на производство	валовая прибыль экономики и валовые смешанные доходы
2003	100	90,3	0,1	9,6
2005	100	88,0	0,1	11,9
2006	100	89,8	0,1	10,1
2007	100	90,0	0,1	9,9
2008	100	90,7	0,1	9,3
2009	100	92,2	0,1	7,7

Рассчитано по: [9, с. 331 – 332].

Как видно из табл. 2, в 2003 – 2009 гг. в структуре валовой добавленной стоимости произошли следующие изменения:

– выросла доля оплаты труда занятых в сфере образования с 90,3 % в 2003 г. до 92,2 % в 2009 г.;

– доля чистых налогов на производство не изменилась (0,1 %);

– снизилась валовая прибыль экономики и другие смешанные доходы с 9,6 % в 2003 г. до 7,7 % в 2009 г. Следовательно, экономическая деятельность в сфере образования сокращает свой вклад в валовую прибыль экономики и валовые смешанные доходы.

Одной из причин замедления роста вклада образовательной сферы в валовую прибыль экономики является несоответствие предложения квалифицированных специалистов и спроса на них как в количественном, так и в качественном выражении.

В краткосрочном периоде предложение квалифицированных специалистов, удовлетворяющих актуальные потребности информационной экономики, является абсолютно неэластичным, поскольку за короткий срок образовательные организации не в состоянии отреагировать должным образом на возрастание спроса. Им требуется время для подготовки не-

обходимых образовательных программ, методических материалов, их согласования и утверждения. Потенциальным абитуриентам также требуется время и информация для оценки будущей востребованности новых профессий.

В долгосрочном периоде возникновение новых потребностей, изменение спроса на те или иные виды профессий приводит к увеличению приема на новые специальности. Рынок образовательных услуг всегда с опозданием реагирует на спрос, поэтому образовательные услуги уже могут стать не актуальными и перейти в разряд традиционных. Через некоторый промежуток времени предложение удовлетворит возникший спрос, однако равновесие будет быстро нарушено, поскольку по инерции предложение будет расти и переполнять определенный сектор рынка труда. Вместе с тем появление за этот период новых потребностей приведет к недостатку квалифицированных работников новых актуальных специальностей и избытку квалифицированных работников специальностей, актуальность которых была несколько лет назад.

В условиях информационной экономики требуются специалисты широкого профиля, готовые быстро

адаптироваться к новым условиям труда, менять технологии, уметь быстро обучаться. Для подготовки таких специалистов образовательные организации должны становиться мобильными, способными быстро переориентироваться, а государство активно использовать инструменты регулирования для обеспечения взаимодействия разнообразных субъектов спроса и предложения образования и их стимулирования.

Современный российский рынок образовательных услуг представляет собой рынок несовершенной конкуренции. Он характеризуется неоднородностью образовательных услуг, существенными различиями долей рынка, которые занимают производители образовательных услуг (от крупных университетов – федеральных, национальных исследовательских до небольших по размеру техникумов, колледжей), наличием входных барьеров, поскольку для входа в образовательный сектор в большинстве случаев необходимо получение лицензии.

Рынок образовательных услуг, являясь конкурентным рынком, имеет как свои достоинства, так и недостатки, поскольку не всегда может полноценно выполнять свои функции, что требует вмешательства государства. Обычно выделяют четыре типа неэффективных ситуаций, свидетельствующих о «провалах» рынка:

- 1) монополия;
- 2) несовершенная (асимметричная) информация;
- 3) внешние эффекты;
- 4) общественные блага.

Рынку образовательных услуг свойственны в большей или меньшей степени все «провалы» рынка, кроме последнего, поскольку образовательные услуги являются социально значимыми частными благами, а не общественными.

Монополия. Существующий в настоящее время рынок образовательных услуг можно охарактеризовать как локальный рынок, имеющий нередко монопольный характер, что приводит к неоптимальному использованию ресурсов и вызывает необходимость регулирования.

Монопольный характер рынка образовательных услуг может возникнуть в ряде случаев:

1. Каждая образовательная организация расположена в конкретном месте, где образовательные услуги, не поддающиеся транспортировке, в большинстве случаев могут реализовываться лишь тем потребителям, которые находятся в данном месте и в непосредственном контакте с производителем, что неизбежно порождает те или иные формы монополии. Степень монополизации локального рынка зависит от ограниченности как спроса, так и предложения, а следовательно, и доступности образовательных услуг, которая до настоящего времени сохраняется в России низкой в силу высоких транспортных издержек и медленно растущей территориальной мобильности населения.

2. Размещение в конкретном населенном пункте, районе города обеспечивает дополнительное преимущество и позволяет получить «ренту местоположения» за счет концентрации в данном месте квалифицированных кадров, наличия развитой инфра-

структуры, коммуникационных каналов, современных маркетинговых технологий, что вызывает монопольный эффект местоположения.

3. Монопольный характер проявляется в большом разнообразии предложения образовательных услуг со стороны производителей, каждая из которых может создавать собственный локальный рынок, имеющий монопольный характер. Образовательные организации предлагают разные наборы услуг, которые имеют реальные различия. Например, вузы в г. Красноярске оказывают образовательные услуги, существенно отличающиеся по своему содержанию, форме, структуре и представляющие различные образовательные культуры. Более того, выпускники вузов, даже имеющие одинаковую квалификацию, например «менеджер», и диплом государственного образца, подготовлены преподавателями, которые используют авторские программы, различные образовательные технологии, представляют разные научные школы. Бесмысленно говорить о конкуренции «на рынке продукции» между такими вузами, поскольку они производят разных специалистов [4, с. 40 – 49].

4. На локальном рынке образовательных услуг взаимодействуют субъекты как со стороны спроса, так и со стороны предложения. В то же время преобладание на определенной территории одного субъекта рынка – производителя, возмещающего затраты из государственного бюджета, приводит к модификации локальных рыночных структур и к их монополизации.

Ряд авторов, исследующих проблемы современного образования, высказывают мнение о том, что с развитием дистанционных форм обучения рынок образовательных услуг постепенно теряет монопольный характер [1, с. 88].

Прежде всего заметим, что необходимо различать такие понятия, как «образовательные услуги» и «услуги средств передачи знаний». Образовательные услуги создаются «живым трудом» преподавателей. В процессе образовательной деятельности, наряду с образовательными услугами используются различные средства передачи знаний в форме учебников, учебных пособий, программ, дистанционных методов и т. п., которые находятся на электронных и бумажных носителях. Они вносят свой вклад в процесс образовательного производства не в форме вещи, а как услуги, которую они предоставляют. Такого рода услуги необходимы для самообразования и саморазвития обучающихся. «По мере развития ИК-технологий, особенно в режиме дистанционного образования, «живой труд» преподавателя все в большей мере заменяется «овеществленным трудом», воплощенным в учебно-методических комплексах» [3, с. 50]. При этом образовательные услуги не теряют своих свойств, хотя существенно изменяется содержание образовательного процесса. К тому же образовательные услуги и дистанционные технологии реализуются на двух разных типах рынков – на рынке образовательных услуг и на рынке услуг средств передачи знаний. В условиях, когда последний расширяется, рынок образовательных услуг не утрачивает своего монопольного характера.

Несовершенная (асимметричная) информация. Формирование рынка во многом зависит от того, на-

сколько его участники владеют информацией о потребительских свойствах товаров и услуг, альтернативных возможностях их производства и покупки, а также о тенденциях изменения конъюнктуры. Неполнота информации ограничивает возможности эффективного использования ресурсов, обуславливая неоптимальное поведение продавцов и покупателей.

Процесс принятия решения потребителем о качестве и объеме покупки образовательных услуг тесно связан с информационными характеристиками. Заинтересовавшийся образовательной услугой потребитель занимается активным поиском информации. Однако рыночные сделки нередко совершаются в условиях, когда одна из сторон располагает важной информацией, а другая – нет. Эта ситуация характеризуется как информационная асимметрия. Она имеет место в значительной степени на рынках доверительных благ, достоверные сведения о которых становятся доступными обычно лишь спустя значительное время после их потребления. Образовательная услуга представляет собой типичное доверительное благо с отсроченным периодом проверки на доверие, который не вполне определен.

Производитель предлагаемых образовательных услуг заведомо лучше знает их характеристики, чем покупатель. Поэтому представления потребителей о качестве и содержании образовательных услуг оказываются размытыми и характеризуются высоким уровнем неопределенности, особенно если речь идет о долгосрочном участии в образовательном процессе. Точная оценка услуг, которые еще не куплены, не представляется возможной. Оценка строится на основе предположений, при этом может использоваться личный опыт, рекомендации родственников, друзей и знакомых, информация, представленная в рекламе, мнения выпускников, цены образовательных продуктов.

В случае, когда каждый субъект рынка обладает лишь незначительной долей совокупной информации, т. е. его знания либо слишком малы, либо не представляют особой важности для остальных, то его потери, связанные с выбором конкурентного поведения, незначительны. С другой стороны, если он обладает большой долей информации, у него может возникнуть стимул к неконкурентному поведению.

Внешние эффекты. Образовательные услуги имеют или могут иметь положительный внешний эффект, что и заставляет государство принимать участие в финансировании образовательной сферы, брать на себя оплату полностью или частично их предоставления населению, законодательно регламентировать субъектов рынка образовательных услуг и осуществлять их контроль.

Следует заметить, что важной особенностью создаваемых (положительных) внешних эффектов является зависимость их масштаба от характеристик той среды, в которой они производятся и потребляются. «Если общество (государство, бизнес) не в состоянии интерпретировать внешние эффекты, создаваемые производством и потреблением некоторого частного, но (потенциально) социально значимого блага, то есть получить прямую выгоду от этих процессов, у него не

возникнут стимулы как-то влиять на масштабы производства и потребления этого блага» [13, с. 8].

Можно ли исправить несостоятельность рынка? Многие исследователи считают, что в общем случае несостоятельность рынка трудно исправить без вмешательства в рыночный механизм. Некоторые авторы считают, что сам институт правительства также является монополией. Если это действительно так, имеет место парадоксальная ситуация, когда государственная политика состоит в том, что монополия в целом регулируется или управляется учреждением, которое само есть монополия [14, с. 585 – 593].

Государственное воздействие на рыночные процессы для поддержания деятельности образовательных организаций и повышения благосостояния субъектов предполагает осуществление ряда мер и действий, к числу наиболее значимых можно отнести следующие:

- разработка требований к содержанию подготовки по направлениям (специальностям) с учетом стратегии развития информационной экономики;
- формирование государственного заказа на подготовку специалистов высокой квалификации с учетом перспективных потребностей формирующейся информационной экономики;
- создание системы непрерывного образования. Обучение в течение всей жизни становится все более значимым элементом современных образовательных систем. Повышение уровня своих знаний и навыков или освоение новых позволяет сохранять конкурентоспособность при изменениях в сфере деятельности, а также повышать мобильность в смене рода занятий;
- разработка долгосрочных прогнозов динамики изменения потребностей в образовательных услугах как основы для формирования стратегических программ социально-экономического развития;
- широкое применение маркетинговых инструментов с целью стимулирования спроса и продвижения профессий в интересах развития информационной экономики (публикации в специализированных изданиях, ярмарки вакансий, выставки, создание благоприятного общественного мнения о регионально значимых направлениях подготовки);
- создание национальных образовательных порталов с предоставлением полной информации о деятельности и ресурсах образовательных организаций;
- совершенствование существующей системы финансирования с целью более гибкого сочетания источников средств и стимулирования спроса на образовательные услуги;
- расширение активности государства в обеспечении эффективного взаимодействия субъектов спроса и предложения образовательного рынка.

В целом проведенный анализ современного рынка образовательных услуг – его сущности, структуры, особенностей взаимодействия с рынком труда, «провалов» – позволяет более обоснованно определять инструменты и степень вмешательства государства в рыночный механизм образовательной сферы, выбирать формы и методы освоения рыночных отношений, что будет способствовать более успешному решению проблем модернизации образовательного сектора.

Литература

1. Баженова, В. С. Непрерывное образование в условиях трансформации экономической системы / В. С. Баженова. – М.: Изд-во Рос. экон. акад., 2000. – 330 с.
2. Гневашева, В. А. Образование как фактор производства в информационном обществе / В. А. Гневашева // Вестник высшей школы. – 2009. – № 4.
3. Гребнев, Л. С. Образование: рынок «медвежьих» услуг / Л. С. Гребнев // Мир России. – 2005. – № 2.
4. Гребнев, Л. С. Рынок, услуги и образование: между экономикой и правом / Л. С. Гребнев // Высшее образование в России. – 2011. – № 5.
5. Ильинский, И. Об экономической природе современного отечественного образования / И. Ильинский // Высшее образование в России. – 2004. – № 9.
6. Колесов, В. Рынок образовательных услуг и ценности образования (между ВТО и Болонским процессом) / В. Колесов // Высшее образование в России. – 2006. – № 2.
7. Образование в Российской Федерации: 2007. Стат. ежегодник. – М.: ГУ-ВШЭ, 2007. – 484 с.
8. Попов, Е. Услуги образования и рынок / Е. Попов // Российский экономический журнал. – 1992. – № 2.
9. Российский статистический ежегодник. 2010. Стат. сб. / Росстат. – М., 2010. – 813 с.
10. Рубин, Ю. Б. Рынок образовательных услуг: от качества к конкурентоспособным бизнес-моделям / Ю. Б. Рубин // Высшее образование в России. – 2011. – № 4.
11. Скоблева, Э. И. Рынок в системе высшего профессионального образования / Э. Скоблева // Вестник ИНЖЭКОНА. – 2009. – № 3.
12. Степанова, Т. Е. Экономика, основанная на знаниях (теория и практика): учеб. пособие / Т. Е. Степанова, Н. В. Манохина. – М.: Гардарики, 2008. – 238 с.
13. Тамбовцев, В. Реформы российского образования и экономическая теория / В. Тамбовцев // Вопросы экономики. – 2005. – № 3.
14. Уэст, Э. Монополия: [пер. с англ.] / Э. Уэст // Экономическая теория / под ред. Дж. Итуэлла, М. Милгейта, П. Ньюмена. – М.: ИНФРА-М, 2004.
15. Щетинин, В. П. Экономика образования: учеб. пособие / В. П. Щетинин, Н. А. Хроменков, Б. С. Рябушкин. – М.: Рос. пед. агентство, 1998. – 306 с.

Информация об авторе:

Драганчук Людмила Стратоновна – кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента Института экономики, управления и природопользования, Сибирский федеральный университет, 8-962-083-8920, draganchuk07@mail.ru.

Draganchuk Lyudmila Stratonovna – Candidate of Economics, Associate Professor at the Department of Management of the Institute of Economics, Management and Environmental Studies of Siberian Federal University.