

## ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

*Т.В. Будкевич, аспирантка кафедры экономики и управления высшей школы  
Республиканского института высшей школы*

В условиях формирования инновационного типа экономики необходимо рационально организовать систему эффективного производства и потребления образовательных услуг (ОУ) высшей школы. Анализ широкого спектра современных направлений неоклассической и неoinституциональной теорий позволил выявить те из них, теоретико-методологический аппарат которых наиболее приемлем для изучения рынка ОУ. При том автор полагает, что совмещение методов исследования нескольких направлений позволяет осуществлять всесторонний анализ с учетом различных факторов, которые могут быть как взаимоисключающими, так и взаимодополняющими.

Специфика ОУ как экономических благ смешанного типа, обладающих как индивидуальной, так и общественной полезностью, подразумевает использование в исследовании теории общественного сектора. Исходя из анализа потребностей (индивидуальных или общественных), на удовлетворение которых направлено экономическое благо, теория общественного сектора относит его к общественному, частному или смешанному благу. Общественные блага обычно противопоставляются частным, производимым на основе рынка, в результате наличия у них таких свойств, как несоперничество, неделимость и неисключаемость в потреблении [1, с. 22; 23, с. 387; 6, с. 26; 21, с. 36]. Анализ выявил, что ни одно из перечисленных свойств общественных благ не характерно для ОУ.

Главная особенность частных экономических благ заключается в том, что процесс их производства и потребления реализуется на принципах рыночных отношений. Частные блага, в противоположность общественным, характеризуются такими свойствами, как соперничество, делимость и исключаемость в потреблении. Процесс получения доступа к

потреблению ОУ является конкурентным в связи со значительным превышением спроса над предложением. С целью ограничения числа потребителей используются мероприятия, позволяющие провести среди них отбор. Потребитель ОУ индивидуально выбирает количество данного блага в структуре потребления, руководствуясь собственными бюджетными ограничениями и функцией полезности и воспринимая данное благо как делимое и исключаемое из потребления.

Однако невозможно однозначно отнести ОУ к частным благам в связи с их специфической ролью в общественном воспроизводстве. Для подобных благ, обладающих как индивидуальной, так и социальной полезностью, в теории общественного сектора используется понятие смешанных благ. Полезность в них не сводится лишь к потребностям отдельных индивидов, а совокупный спрос является сочетанием спроса индивидов и спроса, который предъявляет государство, частично финансируя производителей подобных благ [14, с. 22].

Кроме этого, теория общественного сектора позволяет исследовать причины возникновения «провалов», т.е. ситуаций, когда рынок ОУ оказывается не в состоянии обеспечить эффективное распределение ресурсов [10, с. 66; 17, с. 76]. При этом под «провалом» рынка понимают такую экономическую ситуацию, когда рациональное поведение субъектов рынка, адекватно реагирующих на порождаемую рынком информацию, не обеспечивает Парето-эффективного использования ресурсов [11, с. 373].

Теория социально значимых благ определяет, что ОУ имеют частный характер потребления, но в то же время являются объектом общественного интереса, который не может быть выявлен путем анализа индивидуальных предпочтений. Данный факт позволяет

называть их социально значимыми или достойными («merit goods») благами [22, с. 42]. Так, «принимая решение об объеме потребления социально значимого блага, индивид учитывает его ценность лишь для себя, оплачивая тот масштаб потребления, который максимизирует его персональную полезность» [18, с. 7], при этом эгоистически игнорируя анализ социальной полезности. Например, каждый индивид осведомлен о той выгоде, которую получает общество от увеличения числа образованных граждан, однако, принимая решение о получении образования, маловероятно, что он подвергает анализу данный факт.

Дуализм присутствия государства на рынке ОУ – как «государства защищающего» и как «государства производящего» [2, с. 249] – позволяет выявить теория общественного выбора. Защитные функции государства проявляются в виде формирования им правовой базы и перераспределения доходов в обществе с целью сохранения социального баланса. Государство-предприниматель играет роль одного из экономических субъектов рынка ОУ, обладающего определенными общественными потребностями, ресурсами и решающего проблему общественного выбора потенциальных производственных возможностей. Данная теория позволяет обосновать общественный выбор в производстве социально значимых благ и найти наиболее эффективное для этого соотношение государственного и рыночного секторов. Анализ проблемы целесообразности и масштабов регулирования рынка ОУ государством с точки зрения соблюдения социальных стандартов желательно дополнить привлечением теории социально ориентированной экономики (В. Ойкен, К. Эклунд, Л. Эрхард).

Теория экономики благосостояния позволяет исследовать внешние эффекты, возникающие в процессе производства и потребления ОУ. Как один из видов «провалов» рынка они характеризуются тем, что существующая система цен неэффективно генерирует информационные сигналы для рыночных агентов по причине наличия информационной асимметрии. Внешние эффекты – это часть потребительной стоимости общественного продукта, которая не учитывается в ценах и проявляется в форме издержек (при отрицательных эффектах) или выгод (при положительных эффектах) третьих лиц, не участвующих в процессах производства или потребления ОУ.

Основываясь на положении теории экономики благосостояния о том, что конкурентное равновесие порождает эффективное распределение ресурсов, цель функционирования рынка ОУ можно было бы сформулировать как достижение им состояния равновесия, которому соответствует максимальное удовлетворение как индивидуальных, так и общественных образовательных потребностей. Однако высокая степень проявления на рынке ОУ внешних эффектов усложняет использование данной теории. Обоснование масштабов присутствия государства на рынке ОУ экономика благосостояния также осуществляет в терминах равновесия. Однако практика показывает, что важен не столько анализ количественного аспекта государственного вмешательства в экономику, сколько исследование трансформации форм взаимодействия государства и рынка, т.е. поиск оптимального соотношения субординационных и координационных связей между ними.

Информационная специфика принятия потребительских решений на рынке ОУ определяет необходимость использования теории рынков с асимметричной информацией и теории ограниченной (неполной) рациональности. Информационная асимметрия подразумевает диспропорцию информационных потоков в виде разной степени обладания субъектами рынка объективной информацией об экономических процессах, предпочтениях и возможностях друг друга, что приводит к наличию у некоторых контрагентов информационных преимуществ. Неинституционализм, в рамках которого была разработана данная теория, стал одним из первых направлений, которое придало особое значение роли информации в рыночной среде. Ее представители (Дж. Акерлоф, М. Спенс, Дж. Стиглиц, К. Эрроу) заявляют о том, что понятие «информация» способно заменить понятие «конкуренция» и стать базовым для анализа рынков [16, с. 4].

Согласно теории неполной рациональности [15, с. 55; 19, с. 176] субъекты рынка ОУ стремятся к максимальной рациональности, но не достигают ее по причине наличия ограничений. В качестве ограничений рациональности выступают время, доступное субъекту для принятия решения, издержки на получение релевантной информации, мыслительные способности и инструментальные возможности индивида по ее обработке, а также степень информационно-институциональной состоятельности рынка. Кроме этого, спе-

цифика ОУ добавляет ограничение, обусловленное неповторяемостью акта «потребительского производства» [12, с. 15]. Устранение неопределенностей, связанных с потребительскими свойствами ОУ, требует существенных затрат и поэтому никогда не осуществляется полностью, а лишь до того предела, пока выгода от приобретения дополнительной единицы информации и соответствующего сокращения неопределенности превышает издержки по его приобретению [20, с. 359]. При этом предполагается, что несколько снизить иррациональность индивидуального потребительского выбора позволяет политика государственного патернализма [6, с. 21].

В условиях повышения степени индивидуализации образовательных потребностей и, как результат, усиления дифференциации ОУ социально-экономические отношения на рынке ОУ становятся все сложнее. Специфика поведения субъектов и характер их взаимодействия во многом определяются сложившейся информационно-институциональной структурой рынка, которую классическая модель рынка не принимает во внимание, что снижает степень адекватности отражения реалий экономической деятельности. Кроме этого, положение неоклассической методологии о нулевых издержках получения информации и непризнании трансакционных издержек оценки качества и потребительских свойств экономических благ ограничивает ее применимость для исследования рынка ОУ.

Согласно неоклассической экономической теории потребитель ОУ независим, эгоистичен, рационален и информирован, что не соответствует действительности. Чем больше в экономическом анализе начинают учитывать влияние субъективных аспектов специфики поведения индивида на результаты его деятельности, тем большее значение приобретает неинституциональная теория. Ее методологические подходы позволяют принимать во внимание ожидания, предпочтения, мотивации участников рынка, а также полагать, что побуждение к действию формируется под влиянием не только экономического интереса, но и принуждения, а также социальных норм, формальных и неформальных правил. Неинституциональная теория полагает, что субъекты рынка ОУ не всегда руководствуются принципом экономической целесообразности, а обосновывают свое поведение формальными и неформальными нормами и правилами, характерными для институциональной среды их функционирования.

Использование неинституциональной теории для исследования рынка ОУ позволяет приблизить анализ к реальным условиям ведения хозяйственной деятельности, отказавшись от жестких предпосылок неоклассической теории, и учитывать модифицированные поведенческие предпосылки [7, с. 128]: методологический индивидуализм (только индивиды принимают решения); ограниченную рациональность; оппортунизм; стремление к минимизации трансакционных издержек, трансформированное из неоклассического принципа максимизации полезности или прибыли.

Ограниченность использования неоклассических либеральных теорий для исследования рынка ОУ, ориентированных на рациональное поведение субъектов, также определяется недооценкой роли государства, присутствие которого в качестве субъекта рынка ОУ является исторически обусловленным фактом. Методология неоклассического анализа наиболее адекватно отражает реалии уже сложившегося рынка с устоявшимися отношениями и незначительным влиянием государства. Особенность рынка ОУ заключается в специфике эволюции его развития. Первоначально он сформировался на основе структуры, полностью регулируемой государством, и только в процессе развития в его функционировании начали возникать элементы рыночных отношений. Таким образом, предшествующий путь развития рынка ОУ существенно отличается от других рынков товаров и услуг. Зависимость от траектории предшествующего развития возникает в силу действия механизмов самоподдержания институтов, которые закрепляют сформированное ранее направление развития. При этом можно утверждать, что на данный момент национальный рынок ОУ находится в стадии формирования и подвержен сильному влиянию прежних схем своего функционирования.

Автор считает необоснованным подавляющее использование для исследования рынка ОУ неоклассической методологии, которая прежде всего выявляет стоимостные схемы его функционирования. По мнению автора, невозможно полноценно объяснить суть социально-экономических отношений на рынке ОУ, используя, например, широко распространенную теорию человеческого капитала. Институциональный подход с его принципом неполной рациональности при принятии потребительских решений не позволяет

рассматривать индивида в качестве рационального инвестора при осуществлении затрат на образование.

Институциональный подход позволяет выдвигать обоснованные предложения по трансформации экономико-организационного механизма рынка ОУ, базируясь на анализе уровня трансакционных издержек, сопровождающих его функционирование. Для рынка ОУ трансакционные издержки могут играть роль индикаторов в определении эффективности его институциональной организации. Для сравнения следует отметить, что неоклассики игнорируют институциональную структуру и считают, что она не оказывает влияния на эффективность размещения ресурсов.

Неоинституционализм положил в основу анализа проблему мотивации поведения субъектов рынка. Если неоклассическая теория, ориентируясь на результат, изучает, как рациональные индивиды максимизируют полезность, фирмы – прибыль, а государство – общественное благосостояние, то неоинституционализм исследует непосредственно процесс принятия решений, его условия и предпосылки при учете сложившихся в обществе норм и правил. Поэтому, с точки зрения неоклассической теории, ограничением поведения субъектов рынка выступает редкость благ, а с точки зрения неоинституциональной теории – институты [13, с. 21].

Руководствуясь выводами, полученными в результате анализа специфики рынка ОУ и возможностей теоретико-методологического инструментария различных направлений экономической теории, можно сформулировать следующие предпосылки преимущественного использования для исследования рынка ОУ институционального подхода:

- принятие потребительских решений под влиянием сложившихся в данной институциональной среде традиций, правил, формальных и неформальных норм, которые оказывают существенное влияние на формирование неценовых факторов спроса на ОУ (например, эффекты демонстративного поведения и моды);

- влияние на поведение субъектов рынка ОУ государственного патернализма как традиционного для нашего общества института, оказывающего влияние на поведение и производителей, и потребителей ОУ;

- неполная рациональность субъектов рынка ОУ в принятии экономических решений в силу наличия когнитивных, институциональных

и технических ограничений на получение и обработку рыночной информации;

- высокая степень информационной асимметрии, характерная для рынка ОУ как рынка доверительных благ в силу наличия у ОУ специфических свойств (неосвязаемость, несохраняемость, неразрывность процесса производства и потребления, отсутствие передачи прав собственности, неопределенность качества);

- необходимость учета значительных трансакционных издержек, сопровождающих процессы координации на рынке ОУ;

- высокая степень проявления как положительных, так и отрицательных внешних эффектов, которые не позволяют проводить точные расчеты издержек и выгод в производстве и потреблении ОУ. Поэтому целесообразно сместить анализ с данного аспекта на анализ эффективности институциональной среды, в рамках которой данные процессы реализуются.

По мнению автора, анализ любых социально-экономических систем целесообразно дополнять системным подходом как методологией исследования объектов как систем [3, с. 9]. Именно совмещение междисциплинарного подхода, реализуемого в системном анализе, и методологии экономических теорий позволяет детально и всесторонне проанализировать текущее состояние, тенденции развития и направления реформирования рынка ОУ.

Под рынком ОУ понимается система социально-экономических отношений, реализующая производство и потребление ОУ в определенной институциональной среде посредством ценового механизма. Специфика этого рынка определяется особенностями товара, выступающего на нем объектом обмена, и характеризуется структурой, составом субъектов и особенностями взаимодействия между ними, правилами регулирования процессов его функционирования.

С точки зрения институционального подхода рынок является оптимальной системой институтов, способствующей реализации экономических интересов как производителей, так и потребителей по причине ее способности согласовывать данные интересы с минимальными трансакционными издержками. По мнению А.Н. Нестеренко, «рынок – это совокупность институтов координации выбора посредством ценовых стимулов» [8, с. 269]. Назначение институтов заключается в создании экономической среды и условий для реализации экономических интересов субъектов

путем наложения на их действия определенных рамок, позволяющих регламентировать не только поведение, но и совокупность альтернатив, из которых осуществляется индивидуальный выбор [9, с. 18]. В связи с этим исследование рынка ОУ подразумевает анализ его институциональной структуры, принципов взаимосвязи основных элементов, специфики взаимодействия формальных и неформальных институтов.

Системный подход к рынку ОУ позволяет рассматривать все явления и процессы, характерные для его функционирования, в комплексе и взаимосвязи с другими явлениями внешней среды и выявить в нем следующие системные характеристики: состав (совокупность элементов, которые представлены субъектами рыночных отношений и объектами обмена); структуру (связи между элементами – устойчивые и закономерные отношения, в которые вступают субъекты рынка с целью реализации своих интересов); цели; функции.

Элементы системы рынка ОУ выступают обособленными институциональными единицами, имеют внутреннюю организацию и могут рассматриваться как отдельные подсистемы. К субъектам экономических отношений на рынке ОУ относят производителей ОУ, потребителей и посредников. При этом целесообразно выделять первичных потребителей, т.е. индивидов, потребляющих ОУ с целью удовлетворения спроса на образование, и вторичных потребителей, к которым относят государство и общество в целом, оказывающихся под влиянием эффектов от потребления ОУ первичными потребителями. Посредники представлены социально-экономическими институтами, выполняющими функции связующих элементов между рынком ОУ и рынком труда в виде служб занятости, органов регистрации, лицензирования и аккредитации образовательных учреждений, а также других государственных и общественных структур.

Рынок ОУ обладает основными признаками системы: целостностью, иерархичностью, интегративностью, изоморфностью. Целостность проявляется в том, что он функционирует как механизм, изменение любого элемента которого оказывает влияние на другие элементы. Поэтому свойства элементов определяют специфику структуры, а структура в свою очередь влияет на свойства и состояние элементов. Таким образом, рынок ОУ способен изменяться под влиянием поведения

экономических субъектов, а рыночные связи, в свою очередь, оказывают воздействие на субъектов рынка.

Для рынка характерно признание равенства всех составляющих его структуру элементов, даже если это равенство является юридической формальностью. Идея равенства экономических субъектов, действующих на рынке ОУ, подразумевает постоянный поиск компромиссов и согласование экономических интересов.

Иерархичность выражается в том, что рынок ОУ является одной из подсистем общей системы национального рынка и находится с ней в отношениях соподчиненности. Интегративность проявляет себя наличием у системы рынка ОУ свойств, которыми не обладают ее элементы, взятые по отдельности. При этом система рынка ОУ не равна простой сумме составляющих ее элементов. Свойство изоморфизма свидетельствует об определенном соответствии структуры системы рынка ОУ структуре национального рынка в целом.

К наиболее существенным факторам внешней среды, которые находятся в постоянной динамике и оказывают влияние на рынок ОУ, относятся общая рыночная среда, экономическая политика государства в сфере высшего образования, число и степень платежеспособности потенциальных потребителей ОУ. Внешняя среда выступает главным источником, стимулирующим внутренние изменения рынка ОУ. В целях самосохранения и структурной устойчивости рынок адаптируется к условиям внешней среды и самоорганизовывается путем качественного изменения своих системных свойств. При условии наличия у субъектов рынка ОУ смежных целей он способен сохранять свою целостность по отношению к внешней среде, т.е. адаптироваться к ней. При этом рынок ОУ проявляет себя как «открытая» система, которая связана с внешней средой двунаправленными информационными потоками.

Сущность рынка ОУ проявляется в его функциях: регулирующей, интегрирующей, стимулирующей, посреднической, информационной, ценообразующей, saniрующей.

Цель функционирования рынка ОУ может быть определена как непрерывное воспроизводство совокупности устоявшихся социально-экономических отношений между его субъектами по поводу производства и потребления ОУ для удовлетворения индивидуальных и общественных образовательных потребностей.

Согласно логике адаптивного поведения причиной преобразований социально-экономических систем является наличие некоторой неудовлетворенной потребности [4, с. 111]. Применив данное положение к проводимому анализу, можно констатировать, что причиной изменений, происходящих на рынке ОУ, является процесс согласования и удовлетворения разнородных (иногда противоречивых) потребностей субъектов рынка ОУ. При этом автономное решение отдельных проблем рынка ОУ без системной увязки со смежными системами внешней среды (рынками труда и капитала) приводит к нарушению органической целостности всей системы в целом и к возникновению серьезных противоречий [5, с. 40]. При этом следует согласиться с мнением белорусского исследователя институционализма П.С. Лемещенко о том, что реформа – это прежде всего трансформация институтов [7, с. 4].

Роль управления в системе рынка ОУ выполняет совокупность формальных и неформальных институтов, координирующих деятельность субъектов. Управление является механизмом, который упорядочивает систему, поддерживает ее целостность и является фактором развития. Считается, что оптимальным регулятором рынка ОУ является рынок труда, смежный по отношению к нему. Рынок труда и рынок ОУ являются институтами, от уровня комплементарности которых зависит успех общий экономической деятельности. Рынок ОУ в нашей республике находится в стадии формирования, обратные связи с рынком труда четко не установлены или выражены слабо. Поэтому для рынка ОУ характерны неэффективные механизмы реагирования на «сигналы» рынка труда.

По мнению автора, применение неинституционального подхода к исследованию рынка ОУ значительно расширяет и обогащает методологию анализа. Интерес к неинституциональной теории обусловлен возможностями ее аналитического потенциала по изучению трансформационных процессов, происходящих в разных социально-экономических системах. Однако уместно отметить и ее недостатки: неоднозначно интерпретируемый

базовый категориальный аппарат (институт, институциональная среда, транзакционные издержки) в силу чрезмерного расширения или сужения категорий; влияние методологии смежных наук (социологии, психологии, политологии и права), что при учете всех позитивных сторон междисциплинарного подхода иногда приводит к сложности формирования выводов с точки зрения экономической теории. Терминологические и понятийные затруднения становятся препятствием на пути практического применения данной теории.

В статье автором обосновывается идея о том, что для исследования рынка ОУ целесообразно привлечение методологического аппарата разных направлений экономической теории, а также дополнение его системным анализом. Наиболее эффективной для отражения реалий функционирования рынка ОУ, по мнению автора, является неинституциональная теория, включающая широкий спектр направлений. Однако полностью отказываться от неоклассических подходов не стоит. Поэтому оптимальным вариантом является исследование рынка ОУ с точки зрения институциональной теории, обуславливающей поведение субъектов рынка ОУ, с дополнением ее мотивацией рационального экономического выбора, характерной для неоклассической теории. Результатом может стать выработка подхода, который позволит соединить микроуровень человеческой деятельности с макроуровнем побудительных мотивов, сформированный институциональной средой [9, с. 144], и, как результат, более эффективно объяснять повседневную хозяйственную практику. В статье перечислен ряд предпосылок к преимущественному использованию при анализе рынка ОУ институционального подхода.

Институциональный подход не очень широко распространен в исследованиях белорусских экономистов. Однако следует отметить существенный вклад белорусских исследователей П.С. Лемещенко, Н.А. Мельниковой и Е.Б. Дориной в развитие методологии практического использования данной теории.

## Литература

1. Бабич, А.М. Экономика и финансирование социально-культурной сферы / А.М. Бабич, Е.В. Егоров. – Казань: Центр экспертизы и маркетинга КГУ, 1996. – 241 с.
2. Бьюкенен, Д. Конституция экономической политики; Расчет согласия; Граница свободы: избр. труды / Редкол.: Кокорев В.Е. [и др]. – М.: Таурус Альфа, 1997. – 560 с.

3. Ганэ, В.А. Основы теории управления: теория систем и системного анализа: учеб.-метод. комплекс / В.А. Ганэ, С.В. Соловьева. – Минск: Изд-во МИУ, 2004. – 228 с.
4. Гиг, Дж. В. Прикладная общая теория систем: в 2 т. / Дж. В. Гиг. – М.: МИР, 1981. – Т.1. – 733 с.
5. Демчук, М.И. Системная методология инновационной деятельности: учебное пособие / М.И. Демчук, А.Т. Юркевич. – Минск: РИВШ, 2007. – 304 с.
6. Жильцов, Е.Н. Экономика общественного сектора в некоммерческих организациях: учеб. пособие для студ.экон.спец.высш.учеб.заведений / Е.Н. Жильцов. – М.: Издательство МГУ, 1995. – 185 с.
7. Лемещенко, П.С. Институциональная экономика / П.С. Лемещенко. – Минск: Бестпринт, 2005. – 315с.
8. Нестеренко, А.Н. Экономика и институциональная теория / А.Н. Нестеренко. – М.: Эдиториал УРСС, 2002. – 416 с.
9. Норт, Д. Институты, институциональные изменения и функционирование экономики / Д. Норт; пер. с англ. А.Н. Нестеренко. – М.: Фонд экономической книги «Начала», 1997. – 180 с.
10. Нуреев, Р.М. Теория общественного выбора. Курс лекций: учеб. пособие для вузов / Р.М. Нуреев – М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2005. – 531с.
11. Пелих, С.А. Государственное регулирование переходной экономики / С.А. Пелих, В.П. Орешин, В.Ф. Байнев и др. – Минск: Право и экономика, 2008. – 490 с.
12. Песоцкая, Е.В. Маркетинг услуг: учеб. пособие / Е.В. Песоцкая. – СПб.: Питер, 2000. – 160 с.
13. Роббинс, Л. Предмет экономической науки / Л. Роббинс // THESIS. – 1993. – Вып. 1. – С. 10–23.
14. Рубинштейн, А.Я. Человеческий капитал и реформы нового времени / А.Я. Рубинштейн. – М.: Институт экономики РАН, 2007. – 74 с.
15. Саймон, Г. Теория принятия решений в экономической теории и науке о поведении / Г. Саймон // Теория фирмы. – СПб., 1995. – С. 54–72.
16. Сапир, Ж. Экономика информации: новая парадигма и ее границы / Ж. Сапир // Вопросы экономики. – 2005. – №10. – С. 4–24.
17. Стиглиц, Д.Ю. Экономика государственного сектора: пер.с англ. / Д.Ю. Стиглиц. – М.: МГУ: ИНФРА-М, 1997. – 720 с.
18. Тамбовцев, В. Реформы российского образования и экономическая теория / В. Тамбовцев // Вопросы экономики. – 2005. – №3. – С. 4–19.
19. Шумпетер, Й. Теория экономического развития: Исслед. предприним. прибыли, капитала, кредита, процента и цикла / Й. Шумпетер. – М.: Прогресс, 1982. – 456 с.
20. Юдкевич, М.М. Издержки измерения и эффективность института посредников на рынке доверительных товаров / М.М. Юдкевич // Экономический журнал ВШЭ. – 1998. – №3. – С. 358–378.
21. Якобсон, Л.И. Экономика общественного сектора: Основы теории государственных финансов: учеб. для вузов / Л.И. Якобсон. – М.: Аспект Пресс, 1996. – 319 с.
22. Buchanan, J. Public finance and public choice: two contrasting visions of the state / J. Buchanan, R. Musgrave. – Cambridge, Mass.: MIT Press, 1999. – 264 с.
23. Samuelson, P.A. The pure theory of public expenditure / P.A. Samuelson // Review of Economics and Statistics. – 1954. – №36. – P. 387–389.

### Резюме

В статье представлен выбор теоретико-методологического аппарата для исследования рынка образовательных услуг высшей школы. Охарактеризованы направления неоклассической и неоинституциональной теорий, которые позволяют адекватно отразить предмет исследования. Проведен системный анализ рынка образовательных услуг. Автор полагает, что оптимальным выбором является неоинституциональная теория с дополнением ее неоклассическим подходом и системным анализом.

\* Статья поступила в редакцию 21 августа 2008 г.