

**Муравьёва Е.В.**

канд. экон. наук, доцент, директор  
Института открытого образования  
Ульяновского государственного  
университета, ФГБОУ ВО  
«Ульяновский государственный  
университет», Ульяновск

**e-mail:** emuravjova@mail.ru

**Сазанова С.Л.**

канд. экон. наук, доцент, доцент  
кафедры институциональной  
экономики ФГБОУ ВО  
«Государственный университет  
управления», Москва

**e-mail:** sazanova@mail.ru

## Институциональная среда образования и конкурентоспособность образовательных услуг российских вузов

**Аннотация**

В статье рассмотрены понятия «институциональная среда образования», «образовательная услуга», «конкурентоспособность образовательной услуги» и уточнено их содержание. Авторы проанализировали сущность и содержание, конкурентоспособность образовательной услуги, предложили критерии конкурентоспособности образовательного учреждения с точки зрения ценностно-ориентированного подхода. Авторы рассмотрели влияние институциональной среды образования на институт образования и обосновали взаимосвязь между институциональной средой образования и конкурентоспособностью учреждений образования и их образовательных услуг. Совершенствование российской системы образования, институциональной среды образования и повышение конкурентоспособности образовательных услуг российских вузов возможно только на основе глубокого и всестороннего изучения описанной взаимосвязи.

**Ключевые слова:**

институт образования, образовательная услуга, институциональная среда образования, конкурентоспособность образовательной услуги, транзакционные издержки.

**Muravjova E.V.**

Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor, Director of the  
Institute of Open Education, Ulyanovsk  
State University, Ulyanovsk

**e-mail:** logiraven@mail.ru

**Sazanova S.L.**

Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor, Department of In-  
stitutional Economics, State University  
of Management, Moscow

**e-mail:** alvoron@mail.ru

## Institutional Environment of Education and Competitiveness of Educational Services of Russian Universities

**Abstract**

The article discusses the concept of “institutional environment education”, “educational service”, “competitiveness of educational services”, clarifying their contents. The authors analyzed the nature and content of the competitive educational services offered criteria for the competitiveness of educational institutions in terms of the value-oriented approach. The authors examined the effect of the institutional environment of education at institute of education and justify the link between the institutional environment of education and competitiveness of educational institutions and educational services. Improving the Russian education system, the institutional environment of education and competitiveness of educational services of Russian universities is only possible on the basis of a deep and comprehensive study of the described relationship.

**Keywords:**

institute of education, educational services, institutional environment of education, the competitiveness of educational services, transaction costs.

Российская система образования прошла сложный путь развития в XX — начале XXI в., что объясняется действием различных факторов, важнейшим из которых стало изменение институциональной среды российского образования и экономики в целом. Функционирование системы образования в России во многом определяется темпами реформирования экономики и уровнем развития рыночных отношений, а конкурентная среда самого рынка образовательных услуг с каждым годом расширяется, становится все более сложной по степени взаимного влияния всех сил и интенсивности конкуренции. В этих условиях образовательные организации сталкиваются с необходимостью повышать уровень конкурентоспособности образовательных услуг, достижение и поддержание которого должно

быть основано на постоянной и целенаправленной оценке. Оценка упрощает анализ соответствия образовательных услуг требованиям рынка, обеспечивает возможность их сопоставления с образовательными учреждениями — конкурентами, повышает обоснованность решений по управлению конкурентоспособностью на различных стадиях цикла образовательных услуг. В соответствии с этим важно определить подход к оценке и выявить совокупность характеризующих конкурентоспособность параметров, дающих образовательной организации преимущества перед его конкурентами.

Развитие образовательной системы способствовало формированию сферы образовательных услуг, состоящей из множества субъектов (институтов), взаимосвязанных между собой экономическими

отношениями и действующими в соответствии с нормативными актами, регулирующими их деятельность. В рыночной экономике образовательные учреждения действуют в условиях конкуренции. Конкуренция на рынке образовательных услуг представляет собой соперничество между образовательными учреждениями за привлечение обучающихся в свое учреждение. На рынке разворачивается конкурентная борьба между образовательными учреждениями, предлагающими аналогичные образовательные услуги. В результате образуется конкурентная среда. Конкурентная среда образования — это институциональные условия координации деятельности субъектов рынка. Каждое учреждение стремится оказывать образовательные услуги лучше, чем конкурент, предоставлять дополнительные условия, образовательные программы и определенные льготы для обучающихся.

Сущность образовательной услуги определяется, на наш взгляд, тем, как сформированные у потребителя этой услуги знания, умения, навыки соответствуют требованиям рынка труда. С точки зрения институциональной экономики, услуга — это доверительное экономическое благо, что означает невозможность для потребителя в полной мере оценить характеристики и полезный эффект образовательной услуги не только до и в процессе потребления, но и по его завершении. Это объясняется тем, что когнитивные способности потребителя несовершенны (уровень знаний меньше, чем у продавца услуги), а представления о будущем (конъюнктура на рынке труда, степень востребованности полученных знаний в будущем и др.) не ясны, поскольку он действует в условиях структурной неопределенности. Следовательно, само понятие конкурентоспособности образовательной услуги может быть лишь относительным, а не абсолютным.

Конкурентоспособность образовательной услуги — способность образовательной услуги конкретного образовательного учреждения — состоит в том, чтобы выдержать сравнение с аналогичными образовательными услугами других образовательных учреждений. Проблема оценки конкурентоспособности образовательных учреждений активно исследуется специалистами, основные отличия в существующих взглядах и подходах, как правило, состоят в специфике определяющих конкурентоспособность параметров и наборе характеризующих ее показателей, соответствующая классификация которых имеет существенное теоретическое и практическое значение [2]. Однако публикации результатов исследований по вопросам конкурентоспособности школ практически отсутствуют. Такое положение дел, с

нашей точки зрения объясняется отсутствием единой методологии, которая позволяла бы исследовать конкурентоспособность учреждений образования комплексно с учетом влияния факторов институциональной среды. Выявление соответствия образовательных услуг требованиям рынка труда позволяет обосновать комплекс критериев оценки их качества.

Конкурентоспособность образовательных услуг российских вузов — это составляющая конкурентоспособности института образования в целом, а ее важнейшей предпосылкой выступает качество подготовки абитуриентов, что, в свою очередь, определяется конкурентоспособностью системы школьного образования. Сегодня родители и учащиеся получили право свободно выбирать школу. Произошел переход на нормативное подушевое финансирование образовательных учреждений. Поэтому, хотя муниципальные общеобразовательные учреждения не относятся к коммерческим организациям, существует конкурентная борьба школ за обучающихся на рынке образовательных услуг.

В качестве основополагающих критериев с позиций ценностно-ориентированного подхода следует выделить две оценочные категории: «ценность общеобразовательного учреждения как рыночного субъекта» и «ценность продукта образовательной деятельности» [6]. Ценность общеобразовательного учреждения определяется его конкурентными позициями на рынке образования, которые формируются под влиянием двух критериев: конкурентная среда рынка и конкурентный статус общеобразовательного учреждения. Поскольку экономическая ценность продукта деятельности рыночного субъекта характеризует собой полезный эффект, получаемый клиентом в результате его приобретения и использования, критерий его ценности трансформируется в оценку конкурентоспособности. Таким образом, ценность продукта деятельности образовательного учреждения определяется потребительской оценкой привлекательности самого процесса обучения и его итоговых результатов, и, тем самым, формирует конкурентоспособность образовательных услуг и конкурентоспособность учащихся [5]. На их основе сформирована система критериев, обеспечивающих конкурентную среду рынка образования, конкурентный статус общеобразовательного учреждения, конкурентоспособность образовательных услуг и конкурентоспособность выпускников (см. таблицу), используемая при разработке конкурентной стратегии устойчивого развития общеобразовательного учреждения и определяющая направления повышения его конкурентоспособности.

## Критерии конкурентоспособности общеобразовательного учреждения

Конкурентная среда рынка образования	Социально-экономический потенциал региона: <ul style="list-style-type: none"> <li>• социально-демографическая среда;</li> <li>• экономико-технологическая среда;</li> <li>• нормативно-правовая среда</li> </ul>
	Успех образовательного учреждения на рынке образования: <ul style="list-style-type: none"> <li>• рейтинг образовательного учреждения;</li> <li>• занимаемая образовательным учреждением рыночная доля</li> </ul>
Конкурентный статус образовательного учреждения	Деловая репутация образовательного учреждения. <ul style="list-style-type: none"> <li>• качество процесса обучения;</li> <li>• качество педагогического состава;</li> <li>• качество ресурсного обеспечения;</li> <li>• развитие научно-исследовательской деятельности</li> </ul>
	Общественная оценка деятельности образовательного учреждения. <ul style="list-style-type: none"> <li>• общественная активность образовательного учреждения;</li> <li>• общественное признание деятельности образовательного учреждения</li> </ul>
Конкурентоспособность образовательных услуг	Качество образовательных услуг: <ul style="list-style-type: none"> <li>• качество потребителя образовательных услуг;</li> <li>• качество производителя образовательных услуг</li> </ul>
	Организационное обеспечение процесса предоставления образовательных услуг
	Доступность образовательных услуг
Конкурентоспособность выпускников	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Уровень школьной подготовки: <ul style="list-style-type: none"> <li>• доля золотых и серебряных медалей;</li> <li>• средний балл по аттестату;</li> <li>• доля победителей олимпиад различного уровня.</li> </ul> </li> <li>2. Уровень входного вузовского тестирования: <ul style="list-style-type: none"> <li>• средний балл на вступительных экзаменах;</li> <li>• конкурс по специальностям;</li> <li>• средний проходной балл.</li> </ul> </li> <li>3. Доля отчисленных студентов после первого курса по причине неуспеваемости</li> </ol>

В отличие от школ конкурентоспособность российских вузов определяется множеством факторов не только внутренней, но и внешней институциональной среды, в том числе мировыми тенденциями в развитии высшего образования; технологическими трендами; изменениями в образовательных программах ведущих зарубежных университетов (бизнес-школах); изменениями в критериях международных рейтингов; демографическими, социальными изменениями и др. К факторам внутренней среды можно отнести качество профессорско-преподавательского коллектива; инновационную / научную деятельность; институциональную культуру вуза; его организационную структуру [3].

Конкурентные преимущества – отличительные качества, которые делают образовательные услуги наиболее предпочтительными для потребителей. В итоге способность обеспечить наличие таких качеств и сохранить их впоследствии создает определенное превосходство над прямыми конкурентами. При этом отличительные качества образовательной услуги всегда основываются на базовых качествах,

определяющих их стандартный, обязательный для выполнения набор, и гарантируемых посредством внешней оценки путем лицензирования, аттестации и аккредитации учебного заведения.

Однако хотя конкурентные преимущества фиксируются в выборе потребителя, тем не менее их наличие не означает автоматического предпочтения. Во-первых, в условиях усложнения конкурентной ситуации на современном рынке образовательных услуг акцент смещен в сторону стабильности взаимодействия с потребителями, предусматривая постоянно возобновляемое развитие комплекса действий, направленных на их сохранение на продолжительном временном интервале. Во-вторых, конкурентоспособность образовательных услуг – это мера их привлекательности для потребителя, определяемая степенью удовлетворения совокупности предъявляемых им требований (по составу и приоритетности). В-третьих, конкурентоспособность образовательных услуг проявляется в конкурентоспособности выпускников учебного заведения. Из вышеизложенного следует, что вся совокупность

конкурентных преимуществ позволяет определять направления повышения конкурентоспособности образовательной услуги и акцентировать внимание на отсутствии или недостаточной разработанности отдельных из них.

Важной составляющей конкурентоспособности образовательной услуги является способность этой услуги развиваться вместе с изменяющейся экономической и институциональной средой, т.е. ее инновационный характер. Институциональная среда — это совокупность основополагающих политических, социальных и экономических норм и правил, образующая условия деятельности людей [8]. Институциональная среда системы образования включает: формальные (законодательная база, внутренние нормативные документы) и неформальные (институт общественного мнения и др.) институты. И формальные и неформальные институты влияют на трансформационные и транзакционные издержки субъектов рынка образовательных услуг, распределение полезного эффекта, а это, в свою очередь, задает стимулы (положительные / отрицательные) для повышения гибкости образовательных учреждений и развития инновационных услуг. Вместе с тем институциональная среда образования должна быть в определенной степени консервативна, поскольку институт образования выполняет трансляционную функцию, которая заключается в передаче культурного наследия от поколения к поколению. Дуализм инновационной и трансляционной функций обуславливает сбалансированность института образования в целом, соответствие образовательных услуг требованиям внешней среды, а значит, оказывает влияние на конкурентоспособность образовательной услуги.

Нарушение баланса между инновационной и трансляционной функциями с учетом доверительной природы самой образовательной услуги и относительного характера ее конкурентоспособности может привести к парадоксу «обманутых ожиданий»

или к одностороннему и/или обоюдному оппортунизму сторон. Парадокс «обманутых ожиданий» имеет место, когда и производитель, и потребитель образовательной услуги добросовестно соблюдали взятые на себя обязательства, а в результате получили низкий уровень удовлетворенности обеих сторон. Оппортунизм одной из сторон в виде вымогательства / отлынивания порождает размывание полезного эффекта, снижения его для потребителя. Двусторонний оппортунизм носит разрушительный для образовательной услуги и всего института образования характер, порождает неудовлетворенность всего общества и вызывает потребность кардинально реформировать образовательную среду. Парадокс «обманутых ожиданий» и оппортунизм сторон являются следствием несовершенства институциональной среды образования. Например, устаревание содержания образовательных программ даже при добросовестном поведении сторон приводит к «обманутым ожиданиям». Оппортунизм государства (абсолютное и относительное снижение заработной платы преподавателей) порождает в долгосрочной перспективе снижение качества образовательной услуги за счет «отлынивания», но в краткосрочной может не проявляться. Снижение уровня доверия к институту образования у граждан вследствие снижения качества образовательной услуги (объективный фактор) и / или целенаправленного распространения мнения об ухудшении отечественного образования (субъективный фактор — пропаганда) имеет следствием взаимный оппортунизм сторон и негативный разрушительный синергетический эффект.

Конкурентоспособность образовательной услуги в значительной степени определяется состоянием институциональной среды образования. Глубокое и всестороннее изучение этой взаимосвязи позволит усовершенствовать систему образования, институциональную среду образования и повысить качество образовательных услуг российских вузов.

## Литература

1. *Абрамкина А.А.* Оценка конкурентоспособности образовательных услуг вузов [Текст] : автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / А.А. Абрамкина. — Омск, 2011.
2. *Белый Е.М., Муравьева Е.В.* Интеграция высших учебных заведений и промышленных кластеров [Текст] : монография / Е.М. Белый, Е.В. Муравьева. — М.: Palmarium Academic Publishing, 2012.
3. *Маркова М.В.* Роль института образования в развитии института предпринимательства и предпринимательской деятельности в России [Текст] / М.В. Маркова, С.Л. Сазанова // Институциональная экономка: раз-

## References

1. *Abramkina A.A.* *Estimation of competitiveness of educational services of universities. Doct. Diss.* [Estimation of competitiveness of educational services of universities. Dokt. Diss.]. Omsk, 2011.
2. *Belyy E.M., Muravjova E.V.* The integration of universities and industrial clusters. Moscow, Palmarium Academic Publishing, 2012. (in Russian)
3. *Markova M.V.* the Role of the Institute of education in the development of entrepreneurship and entrepreneurial activity in Russia. Institutional housekeeper: development, teaching, application: proceedings of the EVE of the

- вите, преподавание, приложения: материалы IV Международной научной конференции / Государственный университет управления; [Под ред. Г.Б. Клейнера]. – М.: ИД ГУУ, 2015. – 332 с.
4. Мнацакян М.Р. Направления повышения эффективности деятельности в сфере услуг [Текст] / М.Р. Мнацакян // Социально-экономические аспекты развития Северо-Кавказского федерального округа: монография. – Ставрополь: ООО «Издательско-информационный центр «Фабула», 2010.
  5. Муравьева Е.В. Институциональные аспекты конкурентоспособности образовательных услуг высших учебных заведений [Текст] / Е.В. Муравьева. – Институциональная экономика: развитие, преподавание, приложения: материалы четвёртой Международной научной конференции / Государственный университет управления; [Под ред. Г.Б. Клейнера]. – М.: ГУУ, 2015. – 332 с. – С. 220–223.
  6. Муравьева Е.В. Интеграция высшего профессионального образования и кластера как фактор повышения конкурентоспособности региона [Текст] / Е.В. Муравьева // Российское предпринимательство. – 2010. – № 12.
  7. Панкрухин А.П. Маркетинг в сфере услуг: Учебное пособие / А.П. Панкрухин. [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.koism.rags.ru> (дата обращения: 09.10.2015).
  8. Сазанова С.Л. Ценности хозяйственной этики как основание устойчивого развития [Текст] / С.Л. Сазанова // Экономическая теория в XXI веке – 9(16): Российский антикризис и экономическая наука / Под ред. Ю.М. Осипова, В.М. Юрьевой, Е.С. Зотовой. – М.: Тамбов: Издательский дом ТГУ им. Г.Р. Державина, 2015. – 570 с.
- International scientific conference. Moscow, publishing house of GUU, 2015. 332 p. (in Russian)
  4. Mnatsakanyan M.R. Directions for improvement of the service sector. *Socio-economic aspects of development of the North Caucasus Federal District*. Stavropol, “Publishing and information center” Fabula”, 2010. (in Russian)
  5. Muravjova E.V. Institutional aspects of competitiveness of educational services in higher education. *Institutional Economics: Development, Teaching, Applications: Proceedings of the fourth International Conference*. Moscow, State University of Management Publ., 2015, pp. 220–223. (in Russian)
  6. Muravjova E.V. Integration of higher education and the cluster as a factor in increasing the competitiveness of the region. *Russian Entrepreneurship*. Moscow, 2010, V. 12. (in Russian)
  7. Pankrukhin A.P. Marketing in services [Electronic resource]. Available at: <http://www.koism.rags.ru> (accessed 09 October 2015).
  8. Sazanova S.L. The values of economic ethics as the basis of sustainable development. *Economic theory in the XXI century* – 9 (16): The Russian anti-crisis and economic science. Tambov, 2015. (in Russian)