

НА ПЕРЕКРЕСТКЕ МНЕНИЙ

Ю.Б. РУБИН, чл.-корр. РАО,
профессор, ректор
Московская финансово-
промышленная академия

Рынок образовательных услуг: от качества к конкурентоспособным бизнес-моделям (часть 1)

Термин «рынок образовательных услуг» вошел в литературный русский язык в первой половине 90-х гг. XX века. С тех пор он широко используется в научных исследованиях и в неформальных речевых коммуникациях, однако не применяется в нормативных документах. Возможно, «рынок образовательных услуг» сегодня является одним из наиболее мифологизированных экономических определений, причем неоднозначное отношение ученых к эмпирическому наличию такого рынка сопровождается не менее путанным повседневным мифотворчеством. Либеральные мифы о чудодейственности рыночных начал в сфере высшего образования нередко соседствуют с утопическими (почвенническими) идеями об их изначальной неприемлемости для России, их чужеродности отечественной культуре и ментальности.

Ключевые слова: рынок образовательных услуг, вуз как участник рынка, бизнес-модели в образовательной деятельности, конфигурация рынка образовательных услуг.

Рыночное понимание сферы современного российского высшего образования¹ настолько укоренилось в повседневной жизни, что многие авторы употребляют соответствующие определения как естественные и единственно приемлемые. Вместе с тем недостаточно артикулированное использование категорий “рынок образовательных ресурсов”, “спрос и предложение в сфере образования”, “инвестиции в образование”, “образовательные инновации”, “конкурентоспособность”, “конкуренция”, “предприимчивое поведение” и др. нередко провоцирует людей, плохо знакомых с действительным значением терминов рыночной экономики, на их излишнюю мифологизацию. Это относится прежде всего к центральному понятию – «рынок образовательных услуг».

1. Рынок образовательных услуг: мифы и рациональные ожидания

Мифологизация данного понятия в отечественной научной литературе и в практи-

ке образования стала складываться и проявляться по мере того, как сфера образования (с некоторым отставанием от других областей социально-экономической деятельности) начала обретать рыночные черты и обрастать рыночными характеристиками. К числу распространенных мифов относится, например, представление о том, что рынок, платность неизбежно делают образование недоступным широким слоям малообеспеченного населения – в противоположность общедоступному и бесплатному для всех советскому высшему образованию. Возникающие на этой почве конфликты – результат трактовки рыночных начал в образовании как асоциальных по своей направленности. Рынок же интерпретируется как царство хаотических и деструктивных сил; с его внедрением ассоциируется некая предопределенность разрушительных последствий².

В качестве жертв рынка видятся бедные студенты, повсеместно живущие лишь на

¹ Предлагаемая читателю статья посвящена общественным отношениям в сфере высшего образования, хотя отдельные ее положения вполне актуальны и для сферы среднего и начального профессионального образования.

² Страх такой предопределенности часто явно или неявно парализует значимые общегосудар-

стипендию, педагогические работники, страдающие от произвола частных работодателей, все общество, которому навязываются такие критерии рыночного успеха, как финансовая выручка – в противоположность фундаментальности, исключительно на которую было якобы направлено образование в СССР. При этом даже такие сугубо рыночные феномены, как конкурентоспособность, предприимчивость, финансовые инвестиции, часто трактуются таким образом, что, по сути, оказываются совсем нерыночными.

Нужно сказать, что противники применения рыночных представлений и категорий к сфере высшего образования есть не только в России, но и за рубежом. (Это важно иметь в виду, поскольку в нашем сообществе, как известно, обращение к мнению иностранных коллег как к авторитетному источнику истины имеет весьма широкое распространение.) Тем не менее в государственной образовательной политике большинства стран с рыночно ориентированной экономикой практика использования рыночных механизмов (разнообразие организационно-правовых форм образовательных организаций, поощрение рыночной активности вузов, стимулирование экспорта образования, поддержание конкурентной среды в области аудита гарантий качества образования и др.) является очевидной.

Многие реально существующие в российской действительности экономические явления имеют вполне рыночные основания. Это относится и к одной из ключевых категорий – конкурентоспособности. Как известно, конкурентоспособность представляет собой способность участников рынка к совершению успешных конкурентных действий. Данное явление имеет и количественную определенность, а именно – степень (уровень) конкурентоспособности, которая выявляется путем сравнения различных параметров деятельности конкурентов, прежде всего – результатов их деятельности.

В отрыве от конкуренции в тех или иных секторах рынка товаров и услуг понять смысл явления конкурентоспособности, а также определить степени конкурентоспособности участников рынка и результатов их деятельности не представляется возможным. При этом в основе интегральных определений конкурентоспособности и расчета степеней конкурентоспособности в сфере образования должно находиться признание степеней сравнительной эффективности деятельности конкурентов и результатов этой деятельности. Поэтому признание конкурентоспособности в качестве одной из ключевых задач развития российского образования, включая высшее образование³, актуально не только в декларативном смысле. Сама тема конкурен-

ственные решения. Так, несостоявшаяся приватизация в сфере высшего образования объяснялась, помимо прочего, опасением того, что новые собственники непременно превратят приватизированные вузы в офисные помещения для сдачи в аренду, рестораны и казино. Дискриминация негосударственных вузов при распределении государственных заданий на подготовку специалистов за счет бюджетных средств или при формировании списка национальных исследовательских университетов объясняется тем, что Закон якобы не может достойно защитить государственные интересы в условиях, когда финансовые ресурсы выделяются неизвестно кому, могут быть использованы не по назначению, неэффективно или похищены.

³ Президент РФ Д. Медведев: «Несмотря на то, что мы привыкли гордиться хорошими основами, которые были заложены много лет назад в систему государственного образования в нашей стране, наша система образования слабо конкурентоспособна. И в этом убеждаешься, не только посещая ведущие иностранные университеты и учреждения среднего профессионального образования, но и просто исходя из того, как котируется значительная часть наших университетов, не говоря уже о средних профессиональных учебных заведениях, в мире» (Выступление на совместном заседании Государственного совета и Комиссии по модернизации и технологическому развитию экономики России 31.08.2010).

тоспособности приобретает характер локомотива государственной образовательной политики и реализации стратегических планов в области повышения качества результатов обучения, обеспечения гарантий качества образования и обеспечения гражданам доступа к ресурсам качественного российского образования. Очевидно также, что данную тему не представляется возможным обсуждать на уровне государственной образовательной политики вне рыночного контекста отношений в сфере образования – той конкурентной среды, без которой не обходится ни один из секторов рынка товаров и услуг.

Встречающиеся порой эмоционально-категоричные заявления (выступления) против понимания образовательной деятельности как сферы оказания и получения услуг базируются на бытовых трактовках самого термина «образовательная услуга», в котором чудится нечто низкопробное и недостойное «вершин» образовательного созидания. Во избежание подобных реминисценций порой предпочитают пользоваться понятиями «образовательный продукт» и «образовательное благо» (термин «образовательное благо» содержится в доктринах ЮНЕСКО). Однако образовательные продукты, будучи нематериальными благами, вне зависимости от их содержания и миссии их создателей все же реализуются – доводятся до благополучателей – именно посредством оказания услуг (а не купли-продажи товаров).

В наиболее часто применяемой классификации объектов рыночных отношений («рынок товаров и услуг» – рынок материальных и нематериальных благ) образование тяготеет к тем секторам рынка, объектом которых являются услуги. По другой классификации («рынок товаров, услуг и работ») образование может, конечно, трактоваться и как выполнение работ, однако термин «рынок образовательных работ» вряд ли звучит менее рыночно, чем «рынок образовательных услуг». (Кстати, о том, что образование является объектом отно-

шений в сфере услуг, хорошо известно соискателям ученых степеней доктора и кандидата экономических наук, областями исследований которых являются экономика и управление в образовании, поскольку каждому из них приходится соотносить пункты научной новизны с пунктами паспорта научной специальности «Экономика и управление по отраслям: сфера услуг»).

Служение образованию, как и служение Отечеству, вне всякого сомнения, относится к первому элементу дилеммы «служить бы рад, прислуживаться тошно». Производство и оказание образовательных услуг во всем мире является служением образованию в самом высоком смысле слова. Тем более если речь идет о качественных образовательных услугах, составляющих фундамент развития страны, стремящейся к поддержанию высоких конкурентных позиций в мире.

Поощряя такие устремления, общество рассматривает образование как сферу стратегических инвестиций (в человека, в образовательный, интеллектуальный, научный, культурный потенциал общества). Но от этого *образование не перестает быть объектом социально значимой услуги*. Инвестиции же, особенно финансовые, являются, как известно, стопроцентно рыночным явлением, в том числе в секторах рынка товаров и услуг, имеющих стратегическое значение для инвесторов.

Предметы любой образовательной услуги обычно определяются в договорах на оказание таких услуг. Они имеют типовой либо нетиповой характер. Там, где оказание образовательной услуги производится без заключения специального договора, предмет такой услуги принимается сторонами по умолчанию и/или становится объектом неформальной договоренности между ними. Однако в любом случае предмет образовательной услуги включает образовательные блага определенного качества и ассортимента, а также усилия сторон по их последовательному освоению в фиксированные сроки, в определенном ме-

сте (в том числе и в виртуальной среде). Такие блага состоят из портфелей компетенций (профессиональных, личностных, социальных, др.), совокупности профессионально значимых качеств⁴, уровней квалификации, иных видов конечных результатов обучения.

Образовательную услугу не следует путать с образовательными сервисами, сопровождающими процесс оказания услуги (консалтинг, сопровождение, информационное обслуживание, проведение параллельных и внеучебных мероприятий и др.). В некоторых странах они являются одним из объектов экспертиз в процессе независимой оценки гарантий качества образования. Однако содержание образовательной услуги не исчерпывается лишь такими сервисами. Ее целевой функцией является достижение необходимых результатов обучения, востребованных рынком труда, образовательными потребностями благополучателей и государства.

Посредством спроса на результаты обучения и их предложения проявляются законные интересы каждой из договаривающихся сторон в сфере образования. Всегда ли совпадают эти интересы? Совпадают ли они изначально в принципе? Очевидно, что несоответствие интересов заставляет потенциальных благополучателей – абитуриентов выбирать учебное заведение, суверенно руководствуясь собственной шкалой предпочтений, а учебные заведения – вводить процедуры конкурсного отбора, не всегда гостеприимные к абитуриентам.

Вступая в отношения по оказанию образовательных услуг, стороны договариваются о составе и качестве результатов обучения, взаимных гарантиях достижения этих результатов. Они могут также договариваться между собой о финансировании образовательных услуг (платное образование) либо не договариваться о нем, предоставляя одной из сторон – учебным заве-

дениям – возможность сепаратно договариваться об этом с государством (бесплатное образование).

Для непосредственных благополучателей (учащихся, студентов) такими гарантиями могут быть: стабильность мотивации на получение образовательной услуги по избранной образовательной программе, устойчивость усилий по достижению заявленных результатов обучения, а также достаточность финансового положения (в платном образовании).

Для противоположной стороны такими становятся гарантии качества образования. Данные гарантии должны быть представлены в содержании и логике образовательных программ, в составе и качестве учебно-методических материалов, в актуальности технологий и методик обучения, в уровне квалификации преподавателей, ресурсной обеспеченности программ обучения, адекватном уровне организации обучения и менеджмента процессов подготовки и реализации образовательных программ, в уровне требований к благополучателям на стадии поступления в учебные заведения и на стадии обучения; должен быть обеспечен приемлемый доступ студентов к ресурсам качественного образования.

Собственно учебные заведения (образовательные учреждения, образовательные организации) как стороны формальных или неформальных договоренностей с благополучателями тем самым становятся *участниками рынка* (актерами) образовательных услуг. На сформированных национальных рынках образовательных услуг их участниками могут стать поставщики образовательных услуг, операторы, провайдеры, иные организации, являющиеся стороной договора с благополучателями. В России такие понятия, как “поставщики”, “операторы”, “провайдеры” образовательных услуг, применяются, как правило, метафорически-иносказательно, поскольку функции по

⁴ Понятие профессионально значимых качеств, впервые сформулированное в начале 80-х годов прошлого века В.Д. Шадриковым, заслуживает достойного места в современных разработках компетентностного подхода в образовании [1].

поставке образовательных услуг, операционной деятельности и провайдингу возложены на одни и те же учебные заведения, обладающие лицензиями на образовательную деятельность.

Благодаря совокупности прав и ответственности, которая определяется законом, подзаконными документами, содержанием лицензий, аккредитаций, писанных или неписанных договоров на оказание образовательных услуг, участники рынка образовательных услуг обладают профессиональной дееспособностью и правоспособностью. В условиях, когда образовательные отношения имеют укорененный рыночный характер, не только участники рынка, но и потребители обладают совокупностью прав и ответственности.

Наряду с участниками рынка и благополучателями, на рынке образовательных услуг представлены другие заинтересованные стороны, имеющие собственные законные интересы к составу, содержанию, качеству тех или иных образовательных услуг и их результатов. К таковым относятся также работодатели и их ассоциации, фактически являющиеся скрытыми потребителями образовательных услуг – выгодоприобретателями. Заинтересованными сторонами рынка образовательных услуг являются профессиональные ассоциации специалистов и самих учебных заведений – участников рынка. Фактически выгодоприобретателем – заинтересованной стороной рынка образовательных услуг – становится и государство, реализующее государственную образовательную политику.

Интересы различных заинтересованных сторон рынка образовательных услуг могут обуславливать принятие ими на себя функции инвестора. Во всем мире инвесторами на рынке образовательных услуг выступают либо благополучатели-учащиеся и их законные представители, либо работодатели, либо сами учебные заведения, либо государство – в этом случае образовательная услуга трактуется как бесплатная для благополучателей, но не бесплатная для

государства и налогоплательщиков (они сообща выступают ассоциированным инвестором).

Действуя в конкурентной среде, каждая из заинтересованных сторон рынка образовательных услуг отстаивает, помимо прочего, интерес к поддержанию и укреплению собственной конкурентоспособности. Для государства – это формирование и развитие конкурентоспособной национальной системы образования. Для благополучателей – это рациональный интерес к уровню конкурентоспособности собственной рабочей силы, индикаторами которого являются различные компетенции, профессионально значимые качества, уровни квалификации, с помощью которых выпускники высших учебных заведений могут успешно действовать в профессиональной среде высококонкурентного рынка труда. Важный рациональный смысл имеет для благополучателей и интерес к личностной конкурентоспособности (самореализации), выходящий за рамки достижения карьерных целей. Главный интерес работодателей обуславливается задачами привлечения выпускников, пригодных для решения задач укрепления конкурентоспособности их деятельности. И наконец, естественно стремление к обеспечению и укреплению конкурентоспособности со стороны таких участников рынка, как учебные заведения.

2. Конкурентоспособность – предпосылка конкурентного успеха

Мотивация участников рынка к повышению конкурентоспособности образовательной деятельности и ее результатов является признаком конкурентной среды. Важно обратить внимание не только на наличие конкуренции между участниками рынка образовательных услуг, но и на влияние конкуренции на их профессиональную деятельность.

Термины «конкуренция», «конкурентная среда», «конкурентоспособность» отражают один из базовых признаков пове-

денческого каркаса повседневной профессиональной работы участников рынка. Наличие конкуренции пробуждает интерес к участию в конкуренции и делает его составной частью системы профессиональных интересов участников рынка. Желание добиться успехов в операционной деятельности на рынке образовательных услуг облекается в форму достижения конкурентных успехов, включая опережение конкурентов, обеспечение относительно лучших конкурентных позиций, укрепление конкурентоспособности в сравнении с потенциалом и результатами работы соперников.

Преследуя эти интересы, участники рынка образовательных услуг стараются развивать собственные компетенции в сфере конкурентных действий. Эти компетенции, несомненно, имеют профессиональный характер, ибо призваны обеспечивать квалифицированное поведение на рынке образовательных услуг в сферах маркетинга, оказания образовательных услуг, их продажи, обеспечения гарантий качества образования, образовательных сервисов, межвузовского взаимодействия. Они входят в ряд ключевых профессиональных компетенций участников рынка образовательных услуг. Это значит, что каждое учреждение в сфере профессионального образования, стремясь к успеху, должно квалифицированно действовать не только как производитель и/или оператор образовательных услуг и их продавец, но и как полноценный субъект конкуренции.

Подчеркнем, что трактовка образования в рыночном контексте, а образовательной среды – как конкурентной возможна лишь в случаях, когда учебные заведения действительно обладают признаками участников рынка, а отношения между ними и их окружением, в том числе и их взаимные отношения, имеют признаки рыночных отношений.

Всемирная история высшего образования насчитывает почти тысячу лет (первым европейским университетом считается Университет Болоньи, созданный в 1088 г.). В течение столетий образовательные организации – университеты и университетские колледжи – возникали в условиях отсутствия рыночной экономики, во всяком случае, в большинстве европейских стран. Их создатели и владельцы (светские власти и религиозные организации) вовсе не предназначали им судьбу участников рынка образовательных услуг, существование которого они не предполагали ни в настоящем, ни в будущем⁵.

Понятие «рынок образовательных услуг» правомерно лишь в условиях, когда рыночные отношения становятся системообразующим звеном ведущих национальных экономик. Для перевоплощения высшего образования в «рынок образовательных услуг в сфере высшего образования» потребовалось постепенное складывание следующих системных обстоятельств:

- превращение образовательных благ, результатов обучения, а также образовательных ресурсов в предметы законных интересов сторон, повседневно и на постоянной основе стремящихся к обеспечению собственной рыночной конкурентоспособности;
- укоренение товарно-денежной формы преодоления конфликта интересов и нахождения согласия между интересантами сферы образования по вопросам результатов обучения и гарантий качества образования;
- выстраивание между указанными интересантами рыночных отношений, в рамках которых взаимные потребительские и профессиональные интересы сторон могут удовлетворяться с помощью рыночных форматов осмысленного взаимодействия и взаимовлияния этих сторон;

⁵ В этой предыстории иногда отыскивается один из доводов в пользу отвержения современных рыночных отношений в сфере высшего образования. Однако подобные исторические параллели не вполне корректны. Более своевременной представляется другая аналогия: барщинное земледелие также многие столетия не было рыночным явлением в противоположность современному агробизнесу.

– управление рыночной деятельностью учебных заведений как разновидностью их профессиональной деятельности на основе бизнес-моделей, опирающихся на ресурсы правоспособности и дееспособности учебных заведений в сфере самостоятельного ведения собственных дел и их деловой суверенитет;

– использование учебными заведениями делового суверенитета для выгодного развития деловых коммуникаций с заинтересованными сторонами, для управления персоналом, проведения сделок, обеспечения возмещения затрат, поддержания финансово-экономической независимости и устойчивости, а также для проведения внутренней и внешней оценки качества образования;

– формирование у лидеров учебных заведений (владельцев, топ-менеджеров) устойчивой рыночной мотивации и рыночной ментальности, которыми должны обладать участники рынка, стабильно взаимодействующие с носителями образовательных потребностей и с обладателями законных интересов к предоставляемым образовательным услугам;

– выделение сферы образования как самостоятельного сектора рынка, развивающегося на основе эволюции внутренних предпосылок, имеющего свой состав рыночных акторов и заинтересованных сторон, которые обладают возможностью действовать и взаимодействовать на рынке;

– взаимопроникновение данного сектора рынка с рынком труда, включая рынок выпускников и рынок труда педагогических, научных и административно-управленческих работников учебных заведений, с другими секторами рынка товаров и услуг, включая рынок финансовых инвестиций (рынок капиталов),

– применение участниками рынка конкуренции как рационального способа взаимодействия с окружением и между собой, включая рыночный подход к пониманию явлений конкурентоспособности в образовании, восприимчивость к инновациям, ориентацию на потребителей и т.п.;

– формирование государством позиции законного интересанта на рынке образовательных услуг, которая отличается от позиций поставщиков/операторов образовательных услуг, благополучателей и выгодоприобретателей, а также позиций других заинтересованных сторон рынка образовательных услуг; закрепление государством за собой функции ключевого профессионального конфигуратора данного рынка.

3. Парадигмы рыночных преобразований

В разных странах складывание указанных обстоятельств осуществлялось и продолжает осуществляться по-разному. Общим является то, что сфера высшего образования не может оставаться индифферентной к рыночным отношениям и действиям законных интересантов образовательных услуг, ориентированных на рыночные механизмы обеспечения и укрепления конкурентоспособности.

Мировая практика дает примеры различных парадигм рыночной трансформации отношений в сфере высшего образования, осуществление которых приводило и продолжает приводить к становлению рынка образовательных услуг. Прежде всего выделим *парадигму производных трансформаций*, которая определяет развитие университетского образования в большинстве европейских стран.

Изначально формирование высшего образования в Западной Европе не было обусловлено идеологией рыночной конкурентоспособности образовательных услуг. Большинство европейских университетов и университетских колледжей создавались постольку, поскольку просвещенным монархам либо религиозным иерархам оказывалась близка тема образования. Поэтому они позитивно воспринимали инициативы подвижников народного или элитарного обучения и откликались на потребности интеллектуального и/или профессионального развития общества.

Однако по мере укоренения рыночной

ориентации сопредельных секторов национальных экономик, превращения их в объекты системной эволюции, в том числе их выхода на трансграничные просторы общемирового рыночного пространства, сфера высшего образования оказывалась вынужденной применять (более или менее тщательно) наработанные механизмы рыночного функционирования. Складывающиеся практики перенесения образцов постепено захватывали все элементы образовательных услуг: идеологию обучения и миссию учебного заведения, содержание образовательных программ, понимание результатов обучения и критериев качества образования, содержание учебно-методических материалов, технологий и методик обучения.

Идеология обучения эволюционировала – от подготовки всесторонне развитых личностей, для которых профессиональная конкурентоспособность не являлась определяющим мотивом («мы все учились по-немногу чему-нибудь и как-нибудь»), к подходам, где профессиональные, карьерные намерения становятся решающим стимулом к получению образовательной услуги. Модели ориентации на клиентов различаются между собой в разных странах, но общим для всех участников Болонского процесса оказываются компетентностный подход в образовании и приверженность к определению результатов обучения под углом зрения квалификационных рамок, применяемых на рынке труда.

Современные европейские университеты, тем более действующие на трансграничном пространстве, все чаще имеют дело отнюдь не с избранными – сливками общества, для которых высшее образование яв-

ляется объектом престижа, знаком принадлежности к сословию или – назло завистникам – к интеллектуальной и культурной элите. Вузы ежедневно сталкиваются с разношерстной массой эмансипированных благополучателей, рвущихся к формированию конкурентоспособной рабочей силы, а с ее помощью – к социально-экономической самореализации и приобретению конкурентных преимуществ. Студенты университетов являются представителями разных социальных групп, они обладают разным цветом кожи, гражданством, возрастом, полом и гендером. Но их подавляющее большинство объединено типовым интересом к профессиональному развитию и карьерному росту в конкурентной среде рыночной экономики.

Такой интерес делает их активной заинтересованной стороной рынка образовательных услуг. Студенческие объединения и союзы все чаще обращаются не к системным политическим или анархическим требованиям, как было еще в 60-е гг. XX в., а к проблемам университетской автономии, гарантий качества образования, равноправия в учебном процессе, в частности, права на участие в формировании содержания образовательных программ и в экспертизе качества результатов обучения. Именно таковыми являются ключевые приоритеты деятельности, например, Европейского студенческого союза (ESU).

Отсутствие во многих европейских странах внятной государственной позиции по поводу платности и бесплатности образовательных услуг вводит в число приоритетов активности студентов также тему платы за обучение и ее размеров⁶. (Впрочем, проблема бесплатного образования впря-

⁶ Эта тема в последние годы стала центром консолидации недовольства образовательными реформами в странах ЕС. В 2006 г. волнения охватили Грецию. В 2008 г. реформа итальянского образования привела к многотысячным забастовкам студентов и преподавателей. Наибольшее недовольство вызывало сокращение бюджетных ассигнований вузам («Коммерсантъ», № 199 (4016) от 31.10.2008). Общенациональная забастовка работников системы образования прошла в том же году во Франции (Вести.Ru, 20 ноября 2008). В Великобритании период конца 2010 – начала 2011 гг. ознаменовался массовыми акциями протеста против повышения платы за обучение, в которых приняли участие десятки тысяч студентов. Митинги протеста и сту-

мую не входит в зону ответственности учебных заведений.)

Решающее значение имеет ответственность вузов перед новым типом благополучателей за результаты обучения. Новая ответственность возникает и перед другими заинтересованными сторонами рынка образовательных услуг. Учебные заведения сталкиваются с необходимостью постоянно учитывать законные интересы работодателей в результатах своей образовательной деятельности и тем самым нести социальную ответственность перед ними. В условиях, когда на рынке труда нет гарантированного распределения выпускников, вузы обязаны изыскивать пути взаимодействия с работодателями, привлекая их как партнеров, участников отдельных стадий образовательного процесса, доноров популярных брендов, в идеале – как заинтересованных инвесторов.

Такие отношения с заинтересованными сторонами порождают для учебных заведений, с одной стороны, необходимость обеспечивать и поддерживать динамический консенсус интересов с ними, а с другой стороны – обязательность достижения конкурентных успехов в соперничестве с другими учебными заведениями. При наличии свободы выбора (благополучателями – образовательных учреждений, а работодателями – партнеров, получателей запоминающихся позитивных брендов и инвестиций) учебные заведения не могут не входить в отношения конкуренции между собой.

Эта конкуренция отчасти камуфлируется бесплатностью образовательных услуг во многих европейских странах, поскольку большинству университетов фактически гарантировано государственное финансирование вне зависимости от формирования конкурентных преимуществ, прежде всего – в области обеспечения гарантий ка-

чества образования. Тем не менее учебные заведения сталкиваются с необходимостью обеспечения конкурентоспособности образовательных программ, учебно-методических материалов, технологий и методик обучения, преподавателей, информационных и библиотечных ресурсов и др. Иначе они могут столкнуться с перспективой низкой оценки своего труда со стороны благополучателей и работодателей.

Именно эти обстоятельства оказали определяющее воздействие на такие позитивные новации недавнего европейского прошлого, как различные модели обучения, обучение на рабочем месте, электронное и интегрированное обучение, тренинги, имитационные игры и учебные театры, электронные учебники и электронные библиотеки, непрерывное образование, мобильное и включенное обучение, в том числе на трансграничном пространстве. Стремясь к позиционированию себя конкурентоспособными участниками рынка, современные европейские университеты добровольно подвергают себя процедурам внешней оценки качества образования, образовательного консалтинга и аудита, аккредитации, рейтингования. Большой интерес для них приобретают, например, процедуры получения внешних оценок деятельности по разработке и внедрению различных образовательных инноваций, например систем электронного обучения или систем обучения «в течение всей жизни».

Пробуя себя в амплуа участников рынка, европейские учебные заведения последовательно сталкивались с необходимостью преобразования организационно-правовых форм деятельности. На первых порах такие преобразования могли ограничиваться рамками гарантированной университетской автономии, которая является сегодня одним из ключевых положе-

денческие шествия прошли в крупнейших городах страны (<http://www.guardian.co.uk/education>). В это же время в Италии вновь состоялись крупные акции протеста против реформ, в которых, наряду со студентами, приняли участие преподаватели (Газета.ru. 01.12.10. <http://www.gazeta.ru/social/2010/12/01/3451745.shtml>; Lenta.ru. 23.12.2010. <http://lenta.ru/news/2010/12/23/law>).

ний Болонской декларации, а также документов Великой хартии университетов (Magna Charta Universitatum), возрожденной в 1988 г. к юбилею Болонского университета. В близкой перспективе упомянутый преобразовательский тренд, усиливаемый неизбежностью адекватного стратегического отношения в европейских странах к темам бесплатного образования и долгосрочных образовательных инвестиций, несомненно, сделает актуальной и более радикальную постановку вопроса о разнообразии форм собственности учебных заведений.

Амплуа участников рынка способствует перестройке производственных отношений внутри вуза, приводит к изменениям в организационных принципах ведения образовательной деятельности, развитию форм обучения на расстоянии (например, за рубежом), к расширению внутривузовских коммуникаций и формированию множественности моделей внутривузовских подразделений, участвующих в учебном процессе, а также в сопутствующей деятельности на рынке образовательных услуг (образовательные сервисы, маркетинг, PR, планирование стратегического развития и развития персонала, научные разработки, исследования и консалтинг и др.).

Изменения университетского менеджмента в современных европейских университетах затрагивают различные стороны управления. К их числу следует отнести формирование и воспроизведение схем профессионального менеджмента, в рамках которых в университетском управлении формируются два взаимосвязанных направления – академическое и функциональное, появление особой категории профессиональных корпоративных менеджеров – менеджеров вузов, приведение внутреннего устройства университетов в соответствие с выполняемыми функциями на рынке образовательных услуг.

В университетах Германии, к примеру, академическое и функциональное управление уже много лет представляет собой два

взаимосвязанных, но выполняемых раздельно направления менеджмента. Они различаются между собой в кадровом отношении (два высших должностных лица и подчиненные им подразделения), процедурно (принципы выборности высшего должностного лица или его назначения), по объемам и характеру профессиональных полномочий соответствующих должностных лиц и сотрудников соответствующих подразделений, по составу профессиональных компетенций лиц, востребованных при занятии должностей, и др.

Современные европейские университеты постепенно осваивают разнообразные способы взаимоотношений с другими участниками рынка, описанные в современной теории конкуренции. Они включают (по Г.Б. Клейнеру) копродукцию, кооперацию, координацию, консолидацию, коэволюцию [2, с. 9]. В соответствии с другой классификацией [3] в европейских странах и на складывающемся общеевропейском образовательном пространстве можно выделить университеты-коммутанты, призванные оказывать образовательные услуги массовому благополучателю, инновационные университеты-эксплеренты, специализированные университеты-пациенты и претендующие на роль головных вузов – лидеры образования многоотраслевые университеты-виоленты.

В подтверждение нашей классификации [4, с. 226] университеты прибегают к стратегиям, направленным на избавление от конкурентов, обособление от конкурентов, сближение с конкурентами, а также к тактическим моделям конкурентных действий, направленным на получение конкурентных преимуществ в процессе зарабатывания средств, в том числе – для бесплатного обучения благополучателей. Названные элементы конкурентного поведения недостаточно исследованы по сравнению с действиями участников реального или финансового секторов рынка товаров и услуг, но это не отменяет самой приверженности учебных заведений конкуренции и их за-

конного интереса к укреплению своей конкурентоспособности, прежде всего – конкурентоспособности результатов обучения.

В соответствии с современной теорией конкуренции [5] участники европейского рынка образовательных услуг взаимодействуют друг с другом, сочетая конкурентные действия с взаимным партнерством, как только возникает такая необходимость. Образовательные альянсы, образовательные консорциумы, кооперация по применению образовательных ресурсов, совместная реализация претензий на адресное, в том числе государственное, финансирование, обмен учебно-методическими материалами и опытом – все это давно вошло в арсенал подручных средств высших учебных заведений под влиянием их мотивации на обеспечение собственной конкурентоспособности.

Наконец, макроэкономическими и институциональными последствиями перевоплощения европейских вузов в участников рынка образовательных услуг становится последовательный переход государства от функции непосредственного управления образованием к функции конфигурации рынка образовательных услуг и координации деятельности на нем учреждений высшего образования, развитие других институциональных конфигураций названного рынка (прежде всего – организаций, действующих в сферах стандартизации образования, аккредитации, оценки качества и гарантий качества образования, образовательного аудита).

В сравнении с типовой европейской парадигмой развитие университетского образования в США опиралось на *парадигму симметричной трансформации* сфер профессиональной деятельности. Развитие отношений в сфере высшего профессионального образования, как правило, оказывалось симметричным развитию сопредельных секторов национального рынка. Отсутствие значительной дорыночной предыстории способствовало становлению национальной системы высшего образова-

ния как рыночно ориентированной сферы отношений, формированию полноценного сектора рынка товаров и услуг, отрасли экономики и территории конкурентных сил практически одновременно со становлением производственного, коммерческого, финансового секторов рынка, а также рынка труда.

Образовательные организации США, особенно в сфере профессионального образования, всегда трактовались как естественные субъекты рыночных отношений, полноправные участники национального рынка образовательных услуг. Типичными признаками такого развития являются частная, акционерная и иная негосударственная собственность на университеты и колледжи, платный базис инвестирования ресурсов и финансирования процесса оказания/приобретения образовательных услуг, тесная корреляция между рынком образовательных услуг и рынком труда, предполагающая оперативный учет университетами и колледжами запросов работодателей, отзывчивость рынка образовательных услуг к инновациям.

Современные американские университеты отличаются разнообразием организационно-правовых форм, включающим частные университеты и университеты-холдинги (частными университетами, например, являются Harvard University, Stanford University). Экономической стороной отношений университетов с заинтересованными сторонами рынка образовательных услуг являются бизнес-модели, основанные на трактовке образовательной деятельности как производства и обеспечения образовательных услуг гарантируемого качества, на принципе взаимной выгоды сторон, бизнес-моделировании, актуальном инжиниринге и реинжиниринге бизнес-процессов. Применяемые бизнес-модели опираются на различные инструменты, включая «платную» основу отношений с благополучателями (наличие грантов и стипендий на обучение, в том числе от государства и отдельных штатов, не отменяет общей идеологии

платности высшего образования), а также на практико-ориентированные подходы в обучении, стремящиеся учитывать в планируемых результатах обучения практические интересы благополучателей и работодателей.

Основой деятельности по обеспечению гарантий качества образовательных услуг становятся такие свойства этих услуг, как их содержание, технологии оказания (методики обучения), квалификация исполнителей, эффективность менеджмента, техника продвижения и продаж, уровни PR и GR. Названные и другие объекты гарантирования и элементы применяемых бизнес-моделей становятся звеньями в потенциале конкурентоспособности образовательных организаций и трактуются как их конкурентные преимущества.

Такие элементы применяемых бизнес-моделей, как маркетинг и продажа образовательных услуг, включая сегментирование рынка, формирование портфелей предложений, рекламу, продвижение, экспорт образования, предпродажные, продажные и сопроводительные образовательные сервисы, давно сделали рутинной, сопровождающей производство и оказание образовательных услуг, впрочем, как и межвузовская конкуренция и сотрудничество. В условиях конкуренции отдельные элементы американского высшего образования фактически превращаются в элементы индустрии. Это, например, происходит в области e-Learning, корпоративного обучения в университетах, школах бизнеса, тренинговых центрах. Университетский менеджмент, опирающийся на бизнес-моделирование, инжиниринг и реинжиниринг бизнес-процессов, как правило, открыт для инновационных бизнес-моделей, ориентированных на конкурентоспособность, в том числе для моделей «обучения в течение всей жизни», электронного обучения.

В США, пожалуй, наибольшее развитие среди стран с рыночно ориентированной экономикой получило сотрудничество университетов с другими заинтересованными

сторонами рынка образовательных услуг в процессе формирования содержания услуг, технологий их оказания, укрепления информационно-образовательной базы образования, а также деятельность институтов независимой внешней оценки качества образования, сертификационных и аккредитационных агентств. Государство традиционно не выступает в качестве управляющего рынком образовательных услуг, но выполняет функцию его ключевого конфигурирующего узла сложной системы аккредитации образовательных программ и университетов – процедуры сертификации аккредитационных агентств на право оперативной деятельности.

4. Конфигурация рынка как путь к рыночному порядку

В процессе становления рынка образовательных услуг складывается определенная конфигурация данного рынка, которая определяет характер взаимодействия его фигур (заинтересованных сторон), обладающих совокупностью прав и ответственности, объемами правоспособности и конкурентоспособности, местом и ролью в системе взаимных гарантий. Реализуемые парадигмы сказываются на особенностях конфигурации рынка. Так, американский рынок образовательных услуг отличается от типовой модели рынка в европейских странах, но и современные национальные рынки образовательных услуг европейских стран также различаются между собой. Однако общим является наличие действенной конфигурации рынка.

Конфигурация рынка образовательных услуг состоит из совокупности действий, которые предпринимаются участниками рынка, другими его заинтересованными сторонами, а также его институциональными конфигурирующими агентами – государством и специализированными институтами. Конфигурация рынка должна обеспечивать его определенное упорядочение, т.е. достижение рыночного порядка в сфере высшего образования.

Рынок нередко воспринимается как неупорядоченное социальное явление – как экономический беспорядок, хаос, царство стихийности, анархии, а то и беспредела. Однако наивное представление о рынке как о перманентном хаосе, месте анархического столкновения сил и интересов, царстве стихийных отношений между акторами, в совокупности составляющими броуновское движение, является пережитком социалистической доктрины⁷, не выдерживает испытания эмпирическими данными и конкурирующими теоретическими положениями.

Неупорядоченный рынок не может быть системно устойчивым и поэтому иметь долгосрочную жизненную перспективу. Поэтому тенденция упорядочения является объективной закономерностью любого рынка, как и вообще любого системного социального объекта.

Как и другие сектора рынка, рынок образовательных услуг может быть *упорядоченным* и *неупорядоченным* [6, с. 26]. Любой рынок можно считать упорядоченным, если его конфигурация базируется на согласии интересов его сторон⁸. *Рыночный порядок* – это следствие осмысленных действий по конфигурации рынка, которые предпринимаются для придания отношениям заинтересованных сторон устойчивого характера, достижения согласия и компромисса интересов сторон в сфере образования.

Основой рыночного порядка является объективная потребность рынка как системы отношений в обретении целостного характера, обеспечении необходимого уровня целостности. Поэтому неупорядоченными отношения на рынке образовательных услуг могут быть лишь незначительное вре-

мя, между тем как становление любого рынка – это всегда движение в сторону порядка.

Действия по конфигурации предпринимаются конфигураторами рынка, к числу которых следует отнести любых экономических субъектов, обладающих фактической возможностью воздействовать на рынок и участвовать в формировании рыночного порядка. Таковыми являются сами участники рынка, оказывающие образовательные услуги, другие заинтересованные стороны рынка, государство в лице органов государственной власти и управления, а также специализированные институты, действующие на рынке образовательных услуг. Как отмечалось, государство в силу институциональных особенностей своего присутствия на рынке (представляя на нем общество как целое и обладая ключевыми функциональными полномочиями на совершение действий от имени общества) выступает как *ключевой конфигуратор рынка образовательных услуг*. Каждый из конфигураторов стремится воздействовать на рынок образовательных услуг, причем успешность его действий зависит от собственной дееспособности и конкурентоспособности, а также от того, какие воздействия позволяет им совершать их окружение, каковы сила и последствия данных воздействий для него и других сторон рынка.

Направления активности названных конфигураторов определяются общей схемой наведения порядка, задаваемой государством как ключевым конфигуратором. Порядок на рынке образовательных услуг обеспечивается с помощью законодательных и иных норм, включая международные, правил, стандартов, критериев каче-

⁷ Социалистическая доктрина конструировалась в советские времена, особенно в период «торжества» идеи развитого социализма в СССР, с помощью метода противопоставлений. Поскольку социалистический строй полагалось трактовать с позиций теории планомерного развития, то капитализму, основанному на рыночной экономике, оставалось лишь соответствовать теоретическому образу территории анархии и стихийности.

⁸ В традициях современного русского языка термин «конфигурация» применяется для обозначения не только совокупности действий, предпринимаемых конфигураторами, но и их последствий. В этом значении «конфигурация» выступает, по сути, как синоним «порядка».

ства, процедур оценки результатов обучения, гарантий качества и показателей деятельности, механизмов сравнения и бенчмаркинга, способов обеспечения публичности и прозрачности деятельности участников рынка.

Бесспорным признаком порядка на рынке образовательных услуг является нормативное регулирование отношений сторон в сфере образования, опирающееся на нормы, содержащие объемы прав сторон и их ответственности друг перед другом и перед обществом. Нормы, которым необходимо следовать непосредственно участникам рынка и которые устанавливают объемы их прав и ответственности, могут содержаться в общем и специальном законодательстве, международных соглашениях, подзаконных и иных нормативных документах. Таковыми являются, например, перечни приемлемых организационно-правовых форм учебных заведений, правила поступления в вузы и отчисления из них, правила добросовестного поведения на рынке образовательных услуг, контрактные обязательства сторон, страхование ответственности, в отдельных странах – лицензионные и/или аккредитационные требования.

Менее очевидным признаком порядка является система стандартов и/или бенчмарков, которые ориентированы на деятельность учебных заведений – субъектов рыночных отношений и выразителей рыночных интересов. В отличие от России, где с советских времен наблюдается приверженность к государственной стандартизации, при которой установление стандартов является исключительной прерогативой государства и которая фактически выступает как часть государственного нормотворчества, в большинстве стран с рыночно ориентированной экономикой стандарты, применяемые для конфигурации рынка образовательных услуг, как правило, не устанавливаются государством. Они не обладают значением правовых норм и являются следствием достижения консенсуса между разными интересантами, в том числе внут-

ри самого профессионального образовательного сообщества.

Необходимость такой институциональной стандартизации на рынке образовательных услуг состоит в корреспондировании сферы образования как сектора рынка с другими секторами рынка товаров и услуг, а также с рынком труда по принципу взаимодействия сообщающихся сосудов; при этом достигается унификация платформ развития высших учебных заведений как участников рынка. Объектами стандартизации могут становиться:

- элементы образовательных услуг, а именно содержание и технологии оказания образовательных услуг, технологии и методики обучения, содержание и формы учебно-методических материалов, требования к академическому и функциональному персоналу, составу фондов университетских библиотек, а также к образовательному менеджменту;
- элементы системы сопровождения образовательных услуг, например, образовательные и околообразовательные сервисы (информационные, профориентационные, консультационные, рекрутинговые, факультативные, развлекательные), предлагаемые учебными заведениями;
- критерии оценки качества образовательных услуг на основе экспертиз результатов обучения, а также гарантии качества образования на основе экспертиз образовательных программ и условий их реализации, включая оценку влияния научных исследований, экономики вузов и структуры управления вузами на обеспечение качества образования;
- регламенты проведения процедур оценки результатов обучения, гарантий качества образования и показателей деятельности учебных заведений, механизмов сопоставления и сравнения их между собой, а также способов обеспечения прозрачности в деятельности участников рынка;
- регламенты обеспечения публичности оценок и сопоставлений, например, посредством ранжирования и рейтингования

учебных заведений и реализуемых ими образовательных программ, в целях привлечения к ним внимания потенциальных инвесторов – государства с его возможностями финансирования бесплатного образования, учащихся и работодателей, склонных к самостоятельному финансированию обучения.

Стандарты, применяемые для упорядочения деятельности участников рынка в качестве критериев качества, обычно отличаются от административных стандартов и регламентов тем, что содержат типовые и примерные модели поведения и выстраивания бизнес-процессов. Такие стандарты могут иметь письменную и устную формы (писанные и неписанные правила).

Применение перечисленных инструментов конфигурации рынка образовательных услуг как звеньев одной системы с соблюдением единства и непротиворечивости их содержания свидетельствует о приверженности идее целостного порядка. Несистемное применение указанных инструментов дает основания оценивать порядок на рынке как частичный, не соответствующий задачам упорядочения. Мировой тенденцией является, однако, стремление к *целостному упорядочению рынка образовательных услуг*.

Одним из наиболее характерных проявлений названной тенденции в последние десятилетия XX в. и в начале XXI в. стало проникновение идеологии упорядоченного рынка образовательных услуг в область трансграничных отношений. Формирование мирового образовательного пространства открывает возможности международной академической мобильности, трансграничных и интегрированных подходов к производству и оказанию образовательных услуг, ориентации результатов обучения на запросы международного рынка труда и постепенно глобализуемых рынков товаров и услуг.

Мировой рынок образовательных услуг имеет перспективы сделаться со временем территорией наиболее последовательного

распространения идеологии целостного упорядочения, явить мировой образовательный порядок. Не случайно современные конфигурации рынков образовательных услуг постепенно раздвигают государственные границы; подтверждение тому мы находим, например, в содержании Болонской декларации и Лиссабонской конвенции.

Полюсами являются, однако, не только порядок и беспорядок, целостное и частичное упорядочение рынка, но также *рациональный и иррациональный характер порядка на рынке образовательных услуг*. Упорядочение рынка вовсе не означает, что установленный порядок обязательно является рациональным.

Смысл выделения категории рационального порядка состоит в определении такого типа рыночного порядка, который стимулирует его развитие и поощряет инновации в образовании. Такой порядок подчиняет развитие и инновации необходимости обеспечения качества образования, превращает качество образования в центр согласия интересов сторон рынка, делает конкуренцию участников рынка «за высокое качество образования» основой достижения такого согласия и способствует повышению устойчивости рынка образовательных услуг на платформе укоренения интереса его участников к производству качественных услуг и обеспечению благополучателям эффективного доступа к ним.

Рациональная стандартизация на рынке образовательных услуг не исключает возможности для вузов вести себя нестандартно, например, использовать авторские методики обучения и структурирования учебного процесса, оригинальные учебники. Однако любые нестандартные подходы раздвигают складывающиеся на рынке образовательных услуг представления о возможностях и границах стандартов и сами становятся стандартными, как только признаются другими сторонами рынка как соответствующие их законным интересам. Поэтому стандарты в образовании должны поощрять инициативу и творчество как

конкурентные преимущества, работающие на конкурентоспособность вузов.

Порядок на современном рынке образовательных услуг становится рациональным при соблюдении ряда условий. Среди них:

- приверженность целостному характеру упорядочения рынка образовательных услуг на платформе согласия интересов сторон рынка, вытекающего из задач обеспечения конкурентоспособности каждой стороны в отдельности и необходимости взаимного влияния сторон для обеспечения и укрепления конкурентоспособности каждой стороны;

- ориентация результатов обучения на квалификационные рамки, согласованные представления об объемах профессиональных и личностных компетенций выпускников, на государственные требования в сфере высшего образования; рассмотрение государственных требований как выражения позиций одновременно одной из сторон рынка образовательных услуг и его ключевого конфигулятора;

- рациональный выбор участниками рынка организационно-правовых форм деятельности, содержания и структуры образовательных программ, содержания, технологий и методик обучения, а также других условий реализации образовательных программ, наиболее точно подходящих под миссии, цели и профили их деятельности;

- институционализация отношений на рынке образовательных услуг, закрепление за государством специфических функций проводника государственной образовательной политики и ключевого конфигулятора рынка в сочетании с созданием условий добросовестной деятельности на рынке его участников, заинтересованных сторон и специализированных институтов по стандартизации, аккредитации, внешней оценке качества образования, образовательного аудита, аудита применяемых бизнес-моделей и др.;

- поощрение принципов добросовестного поведения и взаимодействия, в том

числе добросовестного партнерства и добросовестной конкуренции; поддержание устойчивости рынка с помощью мер, направленных на защиту и развитие добросовестной конкуренции и добросовестного партнерства, а также с помощью самих добросовестных участников рынка;

- защита и развитие права участников рынка на обеспечение и укрепление конкурентоспособности; формирование и воспроизведение ориентации участников рынка, придерживающихся принципов добросовестного поведения, на конкурентоспособность; укоренение добросовестной конкуренции как эффективной формы взаимодействия участников рынка образовательных услуг в сочетании с сотрудничеством и партнерством;

- сочетание прав акторов и заинтересованных сторон на действия внутри рынка образовательных услуг (включая участие в конкуренции и развитие собственной конкурентоспособности) с их взаимной ответственностью; формирование и воспроизведение системы многосторонней ответственности заинтересованных сторон (включая систему их взаимных гарантий в сфере высшего образования);

- обеспечение рациональных начал процессов инвестирования ресурсов в развитие образовательных услуг и их компонентов любой заинтересованной стороной, включая государство, инвестирующее средства в развитие бесплатного образования;

- формирование государственной образовательной политики, учитывающей реалии и тенденции эволюции рынка образовательных услуг, включая необходимость сочетания интересов участников рынка, его заинтересованных сторон, участников смежных рынков; согласование политики на рынке образовательных услуг с политикой на рынке труда, в том числе на рынке труда педагогических работников, в других секторах рынка товаров и услуг; опора на локомотивы конкурентоспособности, наиболее восприимчивые к инновациям; ориентация на потребителей, определение «об-

разовательного сегмента» в конкурентной политике, антимонопольном регулировании и др.;

- поощрение международной открытости национальных рынков образовательных услуг, включая стимулирование участников рынка к международному сотрудничеству, направленному на укрепление конкурентоспособности их деятельности и результатов деятельности, а также поощрение специализированных институтов рынка образовательных услуг к международной деятельности по стандартизации, оценке качества образования и тем самым – к участию в выстраивании мирового образовательного порядка.

Перечисленные условия так или иначе определяют концентрацию законных интересов сторон рынка на таких системных свойствах, как добросовестное поведение на рынке, конкурентоспособность и качество образования. Поэтому отличие рационально упорядоченного рынка от иррационально упорядоченного состоит в том, что в первом конфигурация рынка способствует поддержанию и укреплению конкурен-

тоспособности образовательных услуг, обеспечению качества результатов обучения, гарантий качества образования и добросовестной практике поведения на рынке. Рациональный порядок на рынке образовательных услуг становится платформой рационального поведения и рациональной мотивации участников данного рынка.

Литература

1. Шадриков В.Д. Проблемы системогенеза профессиональной деятельности. М., 1982.
2. См.: Круглый стол «Вопросы теории конкуренции» // Современная конкуренция. 2010. № 3.
3. См.: Юданов А.Ю. Конкуренция: теория и практика. М.: ГНОМ и Д, 2001.
4. См.: Рубин Ю.Б. Конкуренция: упорядоченное взаимодействие в профессиональном бизнесе. – М.: Маркет ДС, 2006.
5. См.: Рубин Ю.Б. Дискуссионные вопросы современной теории конкуренции // Современная конкуренция. 2010. № 3. С. 58–62.
6. См.: Рубин Ю.Б. Бесплатное ВПО в России: взаимные интересы и взаимные гарантии // Высшее образование в России. 2010. № 3. С. 24–37.

RUBIN YU. EDUCATION MARKET: FROM THE QUALITY TO THE COMPETITIVE BUSINESS MODELS

The notion “education market” which is widely used in everyday life and frequently mythologized requires special and comprehensive analyses. The author focuses on the essence of the market mechanisms operating in the educational sphere.

Keywords: education market, business models in educational sphere, education market configuration.

**А.С. РОБОТОВА, профессор
РГПУ им. А.И. Герцена**

Авторское «я» настойчиво останавливает этот порыв – писать о языке, дискурсе, о языковой образованности людей науки, о языковой личности. «Зачем?» – вопрошает моё «я». Писать надо о педагогике, образовании и его модернизации, раз-

Языковая образованность в эпоху постмодерна

I

Мысль движется смыслом!

Г.Г. Шпет

бираться в непрекращающихся образовательных новациях, технологиях, создавать новые концепции и пр., и пр. Ну, может быть, анализировать всё расширяющийся и становящийся диффузным педагогический тезаурус, многозначность педагогичес-

НА ПЕРЕКРЕСТКЕ МНЕНИЙ

**Ю.Б. РУБИН, чл.-корр. РАО,
профессор, ректор
Московская финансово-
промышленная академия**

Рынок образовательных услуг: от качества к конкурентоспособным бизнес-моделям (часть 2)¹

Качество образования нередко неправомерно противопоставляется ориентации участников рынка образовательных услуг на реализацию рыночных интересов. Однако качество образования и его конкурентоспособность являются двумя сторонами единой платформы развития рынка образовательных услуг. Такого единства не наблюдалось в советской системе образования, нет его пока и в постсоветской конфигурации образовательной системы. Его обеспечение становится ключевой задачей в процессе рационального упорядочения российского рынка образовательных услуг.

5. Качество образования и его конкурентоспособность

Вопросы добросовестной и недобросовестной конкуренции на рынке образовательных услуг подробно рассматриваются в одной из наших статей [1]. Мы исходим из того, что поведение участников любого сектора рынка, включая рынок образовательных услуг, может быть признано добросовестным, если следование порядку опирается на рационально установленный баланс прав и ответственности. Отсюда добросовестная практика участников рынка образовательных услуг имеет стратегическое значение для их положения на рынке, является одной из гарантий устойчивого присутствия на нем.

Рациональный порядок на рынке образовательных услуг характеризуется тем, что законный интерес каждого из участников данного рынка, направленный на обеспечение и укрепление собственной конкурентоспособности, может быть реализован лишь в рамках принимаемых им на себя обязательств, а именно:

- добросовестного выполнения обязательств перед другими сторонами рынка, прежде всего – в области обеспечения качества образовательных услуг;
- отказа от применения методов недо-

бросовестной конкуренции при совершении конкурентных действий, нацеленных на обеспечение качества образовательных услуг.

Таким образом, качество результатов обучения и гарантии качества образования оказываются системообразующими индикаторами конкурентоспособности участников рынка образовательных услуг.

Иногда приходится сталкиваться с противопоставлением конкурентоспособности и качества образования. При этом конкурентоспособность трактуется как критерий бизнес-деятельности и оценивается на основе определения финансовых результатов бизнеса, а качество образования рассматривается вне рыночного формата процессов производства и оказания образовательных услуг и без учета законных интересов сторон данного рынка. Такое противопоставление базируется на утверждении, что конкурентоспособность в образовании может достигаться любой ценой вне зависимости от его качества; в свою очередь, повышение качества образовательных услуг может происходить якобы и без влияния конкуренции (порой даже высказываются мнения о пагубности рынка и конкуренции для качества образования). Таким образом, предполагается, что высокая конкуренто-

¹ Продолжение. Начало см.: Высшее образование в России. 2011. № 3. С. 23–39.

способность участников рынка может быть достигнута и признана окружением при низком качестве образования и, напротив, высококачественное образование может вполне оказаться неконкурентоспособным.

На наш взгляд, разделение качества и конкурентоспособности как мотивов деятельности участников рынка образовательных услуг не соответствует задачам целостного упорядочения рынка образовательных услуг на рациональной основе. Качество образования является не только предполагаемым результатом рациональной конфигурации рынка образовательных услуг, но и важнейшим мотивом добросовестных участников рынка к повышению собственной конкурентоспособности, содержанием их сознательного профессионального выбора.

Вопреки распространенным мнениям-мифам, рационально упорядоченный рынок не только не отвергает качество, но, напротив, стимулирует создание участниками рынка образовательных услуг систем менеджмента качества образования, обеспечивает гарантии качества образования, культуру качества образования, прежде всего – как их конкурентных преимуществ. Ведь конкурентоспособность любых участников рынка непременно должна быть признана их окружением. Между тем трудно представить согласие интересов сторон рынка образовательных услуг, базирующееся на некачественных результатах обучения и на отсутствии гарантий качества образования. Конкурентоспособность как ценность, разделяемая всеми заинтересованными сторонами рынка образовательных услуг, может быть конституирована как общее благо лишь в том случае, если качество образования становится их общей ценностью.

Безусловно, современную конкуренцию невозможно представить вне контекста бизнес-процессов, имеющих место между конкурирующими участниками рынка. Ведь рациональный рыночный порядок поддерживается не только декларируемыми нормами, но и применением

участниками рынка бизнес-моделей, ориентированных на конкурентоспособность, а также постоянным воспроизведением конкурентной среды. В ней обязательства участников рынка по ведению добросовестной практики проявляются в условиях их естественного стремления к приобретению выгодных конкурентных позиций, с помощью которых они имеют возможность постоянного подтверждения уровня своей профессиональной квалификации.

Как известно, успех в конкуренции определяется, помимо прочего, степенью компетентности участников рынка в применении арсенала видов, направлений, форм, стратегий, тактических моделей, а также ценовых и неценовых методов конкуренции. Неценовые методы конкуренции, среди которых основным, наряду с конкуренцией за ассортимент, является конкуренция за качество товаров и услуг, применяются в единстве с ценовыми методами. Но и конкуренция «за ассортимент» также опирается на принципы качества, ведь интерес для окружения представляет не ассортимент товаров и услуг как таковой, а качественный ассортимент.

Неценовая конкуренция на рынке образовательных услуг объединяет методы обеспечения конкурентных преимуществ учебного заведения за счет внесения улучшающих изменений в потребительские характеристики образовательных услуг, т.е. за счет повышения их потребительской ценности. В условиях высокой насыщенности рынка главным критерием конкурентоспособности образовательных услуг и участников рынка оказывается именно качество этих услуг. Таковым может стать, например, соответствие результатов обучения портфелю востребованных компетенций и квалификационным рамкам, выполняющим функцию синтеза различных подходов к пониманию качества образования со стороны разных заинтересованных сторон.

При всей важности величины цен на предлагаемые рынку образовательные услуги для достижения конкурентного успе-

ха тема качества этих услуг не менее значима, поскольку качество образования не может не рассматриваться как один из определяющих ценообразующих факторов. В странах с рыночно-ориентированной экономикой это обычно фиксируется соотношением цены и качества при заключении контракта на обучение.

Действуя в конкурентной среде, участники рынка образовательных услуг обязаны рассматривать качество образования как естественный объект неценовой конкуренции². Качество образования должно быть оценено окружением, тогда высокое качество образования будет признано конкурентным преимуществом. Участники рынка не могут вычеркнуть качество образования из числа объектов своего конкурентного интереса как ключевого элемента показателей конкурентоспособности, не выходя за рамки рационального смысла своей профессиональной деятельности на рынке образовательных услуг.

* * *

Трактовка образования как бизнес-деятельности получила распространение в последней четверти XX в. на фоне интернационализации образования и становления международной конкуренции, развития платного образования и дистанционных образовательных технологий, применения образовательных рейтингов в маркетинге образовательных услуг, а также в контексте представлений об образовании как об отрасли экономики, участники которой могут применять доходные и затратные бизнес-модели. Разработка актуальных бизнес-моделей, которые ориентировали бы учебные заведения на зарабатывание средств, а не на их безграничное расходование, вполне соответствует задачам рациональной конфигурации рынка образовательных услуг и осознанной мотивации участников данного рынка к укреплению конкурентоспособности.

Добросовестная конкуренция предполагает не только зависимость конкурентоспособности участников рынка образовательных услуг от уровня качества образования, но и применение ими конкурентоспособных бизнес-моделей, которые увязывали бы доходы от реализации образовательных услуг и качество результатов обучения. Качеством образования должны определяться не только конкурентоспособность участников рынка, но и обусловленные уровнем их конкурентоспособности и конкурентными преимуществами результаты их профессиональной деятельности на рынке образовательных услуг, в том числе финансовые и репутационные.

При таком бизнес-моделировании претензии учебных заведений на обеспечение и укрепление конкурентоспособности определяются действиями, направленными на достижение ими набора качественных характеристик результатов обучения, на формирование и поддержание системы гарантий качества воспроизведения этих результатов, реализацию системы менеджмента и обеспечение культуры качества образования. Неприемлемый уровень качества образовательных услуг компрометирует учебное заведение как участника рынка и порождает сомнения в его добросовестной работе больше, чем любые негативные материалы в Интернет-форумах и высказывания конкурентов.

Актуальность рационального бизнес-моделирования возрастает в связи с перерастанием конкуренции на национальных рынках образовательных услуг в международную конкуренцию. Последняя является оборотной стороной мировой интеграции национальных рынков образовательных услуг. Рациональная глобализация бизнес-моделей, применяемых высшими учебными заведениями, становится адекватным ответом на интернационализацию рынка труда, трансграничную миграцию

² Под неценовой конкуренцией обычно понимают совокупность действий, с помощью которых участники рынка стремятся увеличить конкурентные преимущества, непосредственно не прибегая к варьированию цен.

рабочей силы и глобализацию смежных рынков товаров и услуг. При этом конкурентоспособность национальных поставщиков/операторов образовательных услуг становится одной из составляющих конкурентоспособности всей национальной системы образования.

На мировом рынке образовательных услуг тема качества образования становится тем более значимой, что провалы отдельных экспортеров образования неизбежно отражаются на репутации национальной образовательной системы. Поэтому они обязательно должны сказываться и на результатах бизнес-деятельности участников рынка. Именно реалии международной конкуренции «за качество» на рынке образовательных услуг стали предпосылкой появления такого феномена, как «умное образование» – конкурентоспособное образование, обеспечивающее потребности конкурентоспособного бизнеса на смежных секторах рынка товаров и услуг и устойчивый интерес учебных заведений к его производству.³

6. Дооктябрьская парадигма и превратности “советского порядка”

Национальные рынки образовательных услуг различаются парадигмами становления, историческими предпосылками упорядочения, степенью рациональности применяемых конфигураций. Исторически тенденция упорядочения была свойственна и отечественному рынку образовательных услуг.

Дооктябрьская парадигма изменений в сфере высшего образования в целом скла-

дывалась в контексте общеевропейских канонов. В начале XIX в. в России действовало несколько классических университетов, а также специализированные высшие технические, военные, медицинские и другие учебные заведения (академии и институты). В течение XIX в. диапазон профессионального образования существенно расширился за счет создания учебных заведений, в которых обучались будущие коммерсанты и предприниматели. Профессионализация охватывала первоначально среднее образование, а на рубеже XIX–XX вв. в результате реформ Витте она охватила и высшее образование, в частности, вызвав к жизни феномен негосударственных учебных заведений. К началу XX в. в России действовали 49 классических университетов и 89 учебных заведений профессионального образования. При этом страна переживала весьма поучительный и до конца адекватно не оцененный опыт быстрых рыночных трансформаций в сфере высшего образования.

В первой половине XIX в. в России складывались две, по сути параллельные, модели образования – университетское образование классического типа и профессиональное образование. Университеты были прежде всего очагами национальной культуры, свободомыслия, символами принадлежности студентов и преподавателей к «сливкам общества», интеллектуальной и социальной элите. Профессиональные учебные заведения, поддерживаемые российским бизнесом, никак не относились к элитным сегментам тогдашнего общества, однако обслуживали нарастающие потребности рынка труда в компетентных и квали-

³ Термин «умное образование» (“smart education”) стал в последнее время одним из символов общества, основанного на знаниях. Образование признается «умным», если его результатом становится выпуск компетентных, квалифицированных, а стало быть, и конкурентоспособных специалистов, востребованных конкурентоспособными («умными») работодателями. Поэтому «умное образование», несомненно, является категорией рациональной конфигурации рынка образовательных услуг, на котором добросовестные участники, стремясь к созданию конкурентных преимуществ и укреплению конкурентоспособности, обеспечивают признаваемые окружением гарантии качества образования, развивают культуру качества образования, осмысленно управляя указанными процессами.

фицированных кадрах для различных областей профессиональной деятельности.

Между тем во второй половине столетия, на фоне глубоких социальных изменений в российском обществе, большинство факультетов классических университетов также начали превращаться в операторов профессионального образования⁴. Одновременно происходило открытие новых учебных заведений, изначально ориентированных на рыночные взаимодействия с другими сторонами последовательно формирующегося рынка образовательных услуг.

Становление новых вузов в дооктябрьской России изначально опиралось на идеологию рационального рыночного порядка, т.е. на согласие интересов на основе признания конкурентоспособности и качества образования как общей ценности. В рамках данной идеологии в стране складывалась, по сути, и новая парадигма изменений: переход от параллельной эволюции классического университетского образования и высшего профессионального образования к постепенной конвергенции рассматриваемых сегментов российского высшего образования. Вполне возможно, что дальнейшие реформы могли бы привести к воплощению идеи рыночно-ориентированного университетского образования, в котором профессиональная ориентация сочеталась бы с традиционными ценностями высшего образования [2]. Однако по известным причинам на смену тенденции синтеза двух типов рыночных изменений пришла унифицированная конфигурация сферы высшего образования, которую целесообразно обозначить с помощью термина *«советский порядок»*.

В советской системе высшего образования сохранилась дифференциация вузов на классические и профессионально-ориентированные. Классические университеты соседствовали с множеством специализиро-

ванных вузов, как правило, отраслевой направленности – политехническими, сельскохозяйственными, педагогическими, юридическими, торговыми, медицинскими, военными, строительными, финансово-экономическими, институтами культуры и физкультуры.

Высшее образование, нацеленное на подготовку рабоче-крестьянской, а позднее – трудовой социалистической интеллигенции, не могло игнорировать и другую важную тенденцию, сложившуюся ранее, а именно профессиональную ориентацию обучения и результатов обучения. Поэтому в образовательных программах советских вузов широкое развитие получило практическое обучение, включая организацию производственных, преддипломных, педагогических и иных практик. Представители предприятий непременно участвовали в итоговых аттестационных мероприятиях, посещали вузы для первичного отбора понравившихся выпускников для последующего распределения их на рабочие места. Предприятия нередко открывали на своей территории филиалы кафедр высших учебных заведений, по возможности взаимодействовали с вузами по хоздоговорным научно-исследовательским разработкам, без возражений предоставляли вузам возможности организации учебных практик. Сам механизм распределения был подчинен идее адресного трудоустройства специалистов, обладавших итоговыми компетенциями и профессиональной квалификацией в определенном виде труда.

В контексте профессиональной ориентации образования следует оценивать и широкое распространение заочной и вечерней форм обучения получателей образовательных благ. Число заочников и вечерников достигало в некоторые периоды советской истории от 40 до 60% всей численности студентов. Для обеспечения потребнос-

⁴ Несомненный интерес для последующих исследований истории российского образования представляет, с нашей точки зрения, оценка влияния идеологии профессионализации высшего образования в дооктябрьский период на деятельность российских классических университетов.

ти работников в получении образования без отрыва от работы, а работодателей – в поддержании стабильности кадрового состава предприятий и повышении профессиональной квалификации работников в стране создавались специализированные заочные вузы. Они обладали широкой сетью региональных филиалов с полным или неполным циклами обучения, а также учебно-консультационными пунктами, раскиданными по разным уголкам страны, в том числе и удаленными от культурных центров. Для обучения студентов без отрыва от производства применялись специализированные методики и технологии обучения, проводились установочные сессии, печатались специальные учебники и учебные пособия.

Между тем признаки незавершенной конвергенции дооктябрьских парадигм и профессиональной ориентации высшего образования оказались хотя и существенно важными, но едва ли не единственными точками общности дооктябрьского и советского периодов истории становления российского рынка образовательных услуг.

Не рассматривая подробно все системные особенности советского высшего образования, остановимся здесь лишь на анализе его отдельных сторон под углом зрения трансформации парадигм рыночных изменений в сфере высшего образования. Процесс последовательного складывания и упорядочения рыночных отношений в сфере отечественного высшего образования на протяжении XIX в. и на рубеже XIX–XX вв. прервался вследствие событий 1917 г. Был ли при этом ликвидирован формировавшийся до пролетарской революции рынок образовательных услуг?

История СССР убедительно показывает, что рыночные отношения невозможно отменить или преодолеть с помощью руководящих деклараций, идеологических заклиний и соответствующих статей в Уголовном кодексе. Нет оснований полагать, что и рыночные отношения в сфере высшего образования могли быть преодолены лишь на основе утверждавшихся Советской

властью программ социалистического и коммунистического строительства. Декларативно нерыночная советская экономика на деле представляла собой феномен, в котором можно усмотреть отнюдь не отсутствие рынка как такового, – трудно всерьез говорить об отсутствии рынка в условиях, когда индивидуальное и общественное воспроизводство опосредуется товарно-денежными отношениями, – а наличие рынка особого рода – иррационально упорядоченного.

В основу советского порядка были заложены известные концептуальные положения, совокупность которых дает следующее представление о действительности. Участники и интересанты сферы образования не имеют рыночно ориентированной мотивации, поскольку у них отсутствуют рыночно ориентированные интересы. Советские предприятия не покупают выпускников, а получают их бесплатно – по распределению. Выпускники отбираются не на рынке труда (которого якобы нет); заработная плата работника не имеет отношения к стоимости его рабочей силы (рабочая сила советских тружеников, как утверждалось, не имеет стоимости). Образовательные организации оказывают бесплатные образовательные услуги; последние также не имеют стоимости (и потому трактуются как “бесценные”). Социалистическое государство руководствуется исключительно принципами социальной справедливости, а потому тема конкурентоспособности не имеет смысла.

Надо сказать, что, несмотря на отвержение рыночного характера образовательных услуг в официальной советской идеологии, реальная деятельность учебных заведений по оказанию таких услуг финансировалась вполне реальными, а не мифическими денежными средствами; реальные же учебные заведения оплачивали ими внутренние операционные процессы (выплачивали зарплату и стипендии, возмещали затраты, покупали оборудование). Заработная плата специалистов с высшим образо-

ванием зависела от должности, которую можно было занять лишь при наличии соответствующих компетентностных и квалификационных признаков. Уважающие себя предприятия, естественно, не были готовы принимать на работу без разбору обладателей любых дипломов и платить им за некачественный труд.

Невозможность применения на практике коммунистического принципа «от каждого по способностям – каждому по труду» и распространения его на сферу высшего образования вызывала необходимость обращения к принципу, обладающему признаками целостности и рациональности. Расчет можно было бы строить, к примеру, на такой, несомненно, позитивной черте советского образования, как его профессионально-ориентированный характер. Однако фундаментальная трудность заключалась в том, что идеологическое отвержение конкуренции и рынка не позволяло трактовать профессиональную ориентацию образовательных услуг в терминах конкурентного преимущества выпускников, выгодоприобретателей и самих учебных заведений.

Когда в современных дискуссиях по поводу компетентностного подхода в образовании порой звучит мысль, что данный подход не является радикально новым для российских вузов – мол, и в советские времена тема профессиональных компетенций была более чем актуальной (поскольку советские вузы готовили людей труда), – приходится с сожалением констатировать: так называемая профессиональная ориентация образования десятилетиями не имела в рамках идеологического советского порядка (и соответствующего дискурса) адекватного концептуального воплощения. И, безусловно, положительный тренд не имел перспектив последовательного развития на основе согласования интересов сторон, поскольку ни одна из этих сторон изначально не признавалась обладателем конкурентных интересов и соискателем конкурентных преимуществ.

При политическом доминировании не-

реалистичной гипотезы об отсутствии в СССР рыночных отношений о рыночных началах в советском образовании невозможно («нечем») было даже помыслить! В противоположность дооктябрьским реалиям советский порядок на рынке образовательных услуг был установлен на жестко антирыночной платформе, под иррациональным лозунгом неприемлемости для сферы образования каких-либо рыночных начал. Поэтому-то рыночная конкурентоспособность и не стала общей рациональной ценностью заинтересованных сторон.

Таким образом, отсутствие легального рационально ориентированного на конкурентоспособность рынка, как и объявление товарно-денежных отношений в СССР «видимостью», «пережитком прошлого», не имеющим ничего общего с подлинным рынком, делало советский порядок на рынке образовательных услуг иррациональным. Рынок функционировал как квазирынок.

Иррациональный характер носит сама конфигурация так называемого бесплатного образования. Будучи платным на макроэкономическом уровне, образование рассматривается как бесплатное на микроэкономическом уровне – для потребителей, работодателей, что не поощряет акторов к должной ответственности в «борьбе за качество», а благополучателей – к достижению заявленных результатов обучения. Так, двоечников не отчисляли из подавляющего большинства вузов, плохие государственные вузы также почти не закрывались.

Высшее образование, оторванное от задач создания учащимися конкурентоспособной рабочей силы и дальнейшего повышения ее конкурентоспособности, от стремления промышленных предприятий к повышению своей конкурентоспособности, а государства – к повышению конкурентоспособности национальной системы образования (она объявлялась лучшей в мире «по определению»), не способствовало действительной ориентации большинства учебных заведений на потребности динамично меняющейся практики.

Иллюзии якобы повсеместно благотворного влияния советского порядка в высшем образовании на формирование постоянного интереса вузов к повышению качества образования, порой обнаруживаемые в некоторых высказываниях (иногда утверждается даже, что именно советское образование являло миру устойчивый эталон качества образования), проистекают от игнорирования ряда очевидных обстоятельств. В отсутствие увязки государственного финансирования деятельности учебных заведений с уровнем качества образовательных услуг, а также давления заинтересованных сторон рынка, озабоченных необходимостью постоянного укрепления своей конкурентоспособности, действенными оставались лишь партийно-административные рычаги стимулирования советских вузов в борьбе «за качество».

Бэкграунд конкурентоспособности «прорывался» в эти процессы в следующих случаях. Во-первых, когда потребителями выпускников становились отрасли, демонстрировавшие конкурентоспособность на мировом рынке, например, предприятия военно-промышленного комплекса, учреждения некоторых сфер культуры. Во-вторых, когда операторами образовательных услуг оказывались наиболее престижные вузы страны, которые постоянно сравнивались с лидерами зарубежного высшего образования. Наконец, в-третьих, когда во главе вузов оказывались руководители, лично обеспеченные уровнем собственной профессиональной конкурентоспособности и, как следствие, уровнем конкурентоспособности руководимых ими учебных заведений.

Для рассмотренных сегментов была характерна и мотивация учащихся к обеспечению личностной и профессиональной конкурентоспособности, к приобретению компетенций, которые могли быть идентифицированы как конкурентные преимущества в жизни и на работе. Лишь в немногих «локомотивах» советского высшего образования действительно обнаруживались признаки консенсуса интересов сторон по по-

воду качества результатов обучения и гарантий качества образования. В других типовых случаях качество образования, не будучи общей ценностью экономики, не могло стать и главной ценностной ориентацией профессиональной деятельности высших учебных заведений.

В стране в целом формировались совсем другие ценностные ориентиры. На макроэкономическом уровне таковыми долгие годы были «валовые», затратные показатели, благодаря которым поддерживалась иллюзия превосходства советского образования над зарубежным. В обществе формировались, по существу, иррациональные мотивы к получению образования. Образовательный квазирынок нацеливал получателей образования прежде всего не на качество и востребованность результатов обучения, а на «приобретение того, что положено по Конституции», а заодно – на оформление отсрочек от службы в армии, получение дипломов (и ученых степеней) как всеобщего эквивалента высокого социального статуса. Для сливок советского общества высшее образование являлось прежде всего знаком принадлежности к сословию, признаком незаурядности ума или знания тайных механизмов обеспечения доступа к объектам престижа.

Не имея возможности как-либо иначе влиять на отношения сторон в сфере образования, нежели использование партийно-административных инструментов, государство в роли единственного легального конфигуратора старалось усиливать именно данные инструменты, позволявшие ему принудительно проводить в жизнь государственную образовательную политику и поддерживать советский порядок. Предполагалось, что именно таким образом государство обеспечивает наилучшую защиту образовательных интересов, включая интересы государства (конкурентоспособность образования в состав государственных интересов не входила). Фактически государство добровольно принимало на себя обязанности всеобщего гаранта процветания

советского образования, хотя на деле являлось лишь гарантом устойчивости централизованных инвестиций.

Логика партийно-административной конфигурации интересов и отношений в сфере высшего образования вне контекста рыночной конкурентоспособности и конкурентоспособного качества результатов обучения привязывала образовательную политику, как к спасательному кругу, к идеологии единообразного выполнения руководящих указаний, которые якобы всегда имеют оптимальный характер. Такая стратегия обуславливала унификацию образовательных программ взамен свободы рационального их выбора учебными заведениями сообразно спросу на них со стороны рынка труда и смежных секторов рынка товаров и услуг. Стандарты единообразия пронизывали учебные планы, методики обучения, учебники, программы воспитательной работы и процедуры вузовского менеджмента. В этом безоговорочном следовании партийным установкам и плановым директивам виделось обеспечение гарантий качества образования (сам термин «гарантии качества» не применялся в государственной образовательной политике).

Категорическое неприятие самой возможности распространения рыночных отношений на сферу высшего образования исключало рациональное упорядочение применяемых вузами бизнес-моделей. Дело в том, что наложение идейного запрета на обсуждение темы бизнеса вело отнюдь не к упразднению бизнес-процессов в образовании (это невыполнимо при наличии товарно-денежных отношений между субъектами экономики), а лишь к созданию препятствий в выборе вузами оптимальных бизнес-моделей. Последние должны были бы:

- системно упорядочивать алгоритмы взаимодействия сторон в ключевых точках их взаимных отношений (качество образования и конкурентоспособность);

- допускать право участников рынка на суверенный выбор маркетинговых, организационно-правовых, управленческих, коммуникационных, финансовых и иных инструментов деятельности⁵;

- опираться на рациональные процедуры добросовестного несения вузами ответственности перед интересантами сферы высшего образования, включая общество и государство, финансировавшее деятельность по оказанию бесплатных образовательных услуг;

- включать понятные процедуры обеспечения встречной ответственности;

- формулировать связь между качеством образования как индикатором конкурентоспособности вузов и размерами финансирования их деятельности, делать качественное образование не только конкурентоспособным, но и доходным.

Гарантированное финансирование государством так называемого бесплатного образования вело к появлению типовых бизнес-моделей, имевших иррациональный характер. Все они так или иначе опирались на получение безвозмездных, фактически – благотворительных, но гарантированных государством финансовых вливаний, непосредственно не обусловленных качеством образования (вместо извлечения доходов от качественного выполнения профессиональных функций по оказанию образовательных услуг). Диапазон таких бизнес-моделей достаточно широк – от бескорыстного следования вузами всем стандартам единообразия до незаконных коррупционных взаимодействий (органи-

⁵ Конституция СССР 1997 г. предусматривала, наряду с государственной собственностью, также наличие колхозно-кооперативной собственности и собственности общественных объединений. Множественность форм собственности проявлялась и в множественности организационно-правовых форм вузов. Наряду с государственными вузами в Советском союзе функционировали кооперативы, а также профсоюзные, комсомольские и партийные вузы. Однако в СССР отсутствовала возможность свободного выбора вузами организационно-правовых инструментов деятельности.

зованных или неорганизованных). Черный рынок околообразовательных услуг пронизывал деятельность престижных вузов и факультетов, несмотря на периодические кампании по борьбе с взятками. К примеру, пост ректора вуза стоил «200 000–300 000 рублей. Деньги отбивались быстро – за поступление в институт абитуриенты платили от двух до пяти тысяч рублей» [3].

Отсутствие связи между качеством образования и его рыночной конкурентоспособностью, с одной стороны, и конкуренцией, которую неуклюже пытались заменить «социалистическим соревнованием», – с другой, приводило к существенному искажению действительного (подлинного) предмета конкуренции между учебными заведениями. Право вузов на участие в добросовестной конкуренции для укрепления собственной конкурентоспособности сводилось, по сути, к праву доступа к административным и финансовым ресурсам бесплатного образования. Вместе с тем была широко распространена конкуренция между нелегальными операторами образовательных и околообразовательных услуг (репетиторы, коррупционеры, др.). Тотальный характер приобретала и конкуренция потребителей за доступ к образовательным услугам, сопровождавшаяся незаконными ограничениями в доступе благополучателей к образовательным ресурсам по национальному признаку, партийной принадлежности или принадлежности к «избранному кругу».

7. Постсоветский порядок на рынке образовательных услуг

Критика советского порядка не является основным предметом данной статьи, гораздо важнее понять, какую роль его элементы продолжают играть на постсоветском пространстве, в условиях, когда рыночная экономика не может не влиять на высшее образование, а качество образования – на развитие отраслевых рынков и рынка труда.

Постсоветский порядок на рынке об-

разовательных услуг не является застывшим, и за два десятилетия он претерпел существенные изменения. Чтобы ответить на вопрос, в какой мере конкурентоспособность и качество образования сделались на постсоветском пространстве актуальной общей ценностью заинтересованных сторон рынка образовательных услуг, мотивирующей каждую из них на добросовестные и ответственные действия и взаимодействия, а не остались декларациями, следует рассмотреть состав элементов постсоветской конфигурации рынка. Среди них можно обнаружить следующие.

1. Позитивные моменты советского порядка, вытекающие из профессиональной и практической ориентации высшего образования на подготовку людей труда, пока не получили системного воплощения в процедурах увязки результатов обучения с задачами повышения рыночной конкурентоспособности российской экономики. Тема качества образовательных услуг по-прежнему не рассматривается в рыночно-ориентированном контексте – в контексте конкурентных преимуществ работодателей и потребителей образовательных услуг, приобретаемых вследствие освоения студентами востребованных рынком образовательных программ. Достижение качественных результатов обучения не трактуется и как индикатор рыночной конкурентоспособности самих вузов.

2. Государство все еще узурпирует функцию единственного конфигуратора рынка образовательных услуг, сосредоточивая в своих руках не только нормативную базу, но и систему стандартизации образования (ФГОС, критерии качества образования и эффективности условий реализации образовательных программ, критерии определения вида высших учебных заведений, различные внутривузовские операционные и управленческие регламенты и т.п.). Не будучи в состоянии охватить всю совокупность мер стандартизации и регламентации деятельности участников рынка образовательных услуг, не обладая

также возможностью подчинить стандарты и регламенты задаче поддержания конкурентоспособного качества образовательных услуг, государство, тем не менее, претендует, как и раньше, на роль единственного гаранта качества в высшем образовании. До последнего времени это выражалось в примате государственной аккредитации в системе контрольных, сертификационных и аккредитационных процедур, в логике экспертиз качества образования в рамках госаккредитации на основании проверки остаточных знаний студентов, которые якобы могут универсально гарантировать качество результатов обучения, а также в превалировании в процедурах государственной аккредитации определения вида учебного заведения (здесь тоже доминируют затратные показатели и критерии) над признанием достигнутого уровня качества приемлемым и устраивающим стороны рынка.

3. В российском образовании до сих пор не применяется принцип частных гарантий: учебные заведения, будучи де-факто участниками рынка образовательных услуг, не выступают основными гарантами качества образования, не имеют ориентированной на рынок мотивации к обеспечению данных гарантий. Многие работодатели демонстративно выражают критическое отношение к качеству высшего (а также начального и среднего профессионального) образования. Однако в стране не сформированы адекватные процедуры действительного, недекларативного вовлечения работодателей в процессы влияния на качество образования и совместной с учебными заведениями и иными интересантами «борьбы за качество образования» на системной основе.

4. Мотивация к получению качественного образования пока не оказала определяющего воздействия и на ментальные ожидания в среде получателей образовательных благ, поскольку в обществе пока не укоренилось понимание связи между качеством образования и конкурентоспособностью рабочей силы выпускников, нацеленных на профессиональную карьеру. В мо-

тивах поступления в вузы по-прежнему существенное место занимают побуждения к получению «государственных корочек» и/или отсрочки от службы в армии, а также соответствие стереотипам высокого социального статуса, соображения престижа и следования традициям. Так, советская мотивация к обязательному получению дипломов в наших условиях переросла в мотивацию к покупке документов об образовании как о приемлемом способе решения проблемы. Доминирование на рынке образовательных услуг в сфере высшего образования бесплатного образования, которое рассматривается не как инструмент конфигурации развитого и упорядоченного рынка, а исключительно как социальное благо, распределяемое вне связи с оценками качества образования и его конкурентоспособности, также не способствует объединению усилий студентов и вузов для совместной «борьбы за качество образования» на системной основе. (Подробный анализ псевдобесплатности советского и постсоветского образования содержится в нашей статье [4]).

5. Имевшее место в СССР небольшое разнообразие форм собственности в высшем образовании сменилось формированием целого сектора негосударственного образования, однако на деле он не воспринимается государством как равноправная часть системы высшего образования. Министерство образования фактически является в России, по образному выражению В.А. Зернова, министерством государственного образования. Наблюдается разное отношение государства к «своим» и к негосударственным вузам, которое определяется отнюдь не качеством результатов обучения, обеспечением гарантий качества образования, степенью конкурентоспособности вузов, в том числе в сфере внедрения инноваций. Поэтому разные организационно-правовые формы российских вузов фактически наделяются разными объемами прав, прежде всего – в области доступа к ресурсам бесплатного образования, хотя негосударственные вузы

несут соразмерную ответственность, в том числе за своевременную и в полном объеме уплату налогов.

6. Создание нового сегмента участников рынка образовательных услуг, получившего презрительный титул «негосударственные вузы», породил в 90-е годы XX века искусственное противостояние не только двух типов взаимодействия российских вузов с государством, но и двух типов операционных бизнес-моделей и процедур вузовского менеджмента, имеющих между собой мало общего. Бизнес-модели зарабатывания доходов явно противоречат бизнес-моделям безвозмездного субсидирования производства услуг.

7. Несмотря на нарастающее в стране внимание к проблемам конкурентоспособного образования, тема добросовестной конкуренции на рынке образовательных услуг все еще не приобрела прав гражданства ни в официальных документах, ни в научных исследованиях, ни на практике. Она не может пока «прописаться» в операционных регламентах деятельности участников рынка, поскольку нередко интерпретируется как надуманная проблема – вопреки мировой практике и реалиям мирового рынка образовательных услуг.

Так, наличие конкуренции не усматривается в отношениях между государственными учебными заведениями, хотя она несомненна и явно усиливается при проведении процедур так называемой оптимизации сети подведомственных образовательных учреждений, к примеру, при выделении категории национальных исследовательских университетов. Явная поддержка государством «своих» вузов в их объективном противостоянии негосударственным на рынке образовательных услуг, конечно же, не может способствовать становлению добросовестной межсегментной конкуренции участников данного рынка. Государственные вузы имеют в этом противостоянии очевидные конкурентные преимущества, полученные искусственно, поскольку активно используют финансовые, админист-

ративные, операционные, имиджевые ресурсы, приобретаемые благодаря возможностям бесплатного образования, многократно усиленным после введения ЕГЭ.

Тема конкуренции на рынке образовательных услуг находит отклик в деятельности ФАС по противодействию злоупотреблению доминирующим положением на национальном и региональных рынках образовательных услуг, а также в редких публикациях [5]. Однако добросовестная конкуренция и добросовестное поведение участников рынка образовательных услуг пока не стали зонами профессионального интереса государственных органов, ответственных за развитие образования и обеспечение его конкурентоспособности.

8. Отсутствие такого интереса вполне сочетается с иллюзией «огромных возможностей» государства как единственного конфигуратора рынка образовательных услуг, который якобы может заменить собой положительное воздействие добросовестной конкуренции на участников рынка. Государство пытается совместить функции фактического участника рынка (как учредитель государственных вузов) и главного арбитра отношений на рынке. Такая уникальная в своем роде и не имеющая аналогов в других секторах рынка товаров и услуг конфигурация не дает возможности создания и развития иных институтов, которые за рубежом профессионально участвуют в установлении порядка на рынке образовательных услуг. Вполне логично: нет конкуренции, нет и арбитров, кроме одного – всеведущего и всеблагого. Вместе с тем отметим, что за годы перестройки в системе высшего образования возникли и укоренились государственно-общественные объединения (в форме УМО), в значительной мере подведомственные государству, но не имеющие арбитражных функций.

Переход от советского порядка к постсоветскому не привел к окончательному преодолению прежней конфигурации рынка образовательных услуг. Не сформировались и предпосылки параллельной эволюции советского порядка и нового россий-

ского рынка образовательных услуг. Частичное упорядочение рынка с сохранением элементов прежней его конфигурации или сегментов, внутренне чуждых новой конфигурации, не может быть определено как целостная и рациональная его модернизация. Напротив, первые два десятилетия модернизации явили миру не новый порядок, обладающий свойством рациональности, а эклектичное новообразование, создание которого преследовало цели одновременной консервации советских традиций и реализации наивных представлений о чудодейственности свободной конкуренции. Становление рынка и позиционирование его участников сопровождалось превращением стандартизованных по-советски образовательных услуг в объекты легальных рыночных отношений и предметы сделок. Иррациональные мотивы не только не изживались – они пересаживались на почву свободного рынка, сдобренную мотивами, присущими периоду первоначального накопления капитала. Так, например, возникли представления о купле-продаже дипломов и отсрочек как о направлениях легального образовательного бизнеса. Ориентированные на рынок зарабатывающие бизнес-модели принудительно укоренялись на прежнем советском фундаменте бесплатного образования.

Постсоветский порядок на рынке образовательных услуг сложно признать системным явлением. Ни один из разнородных укладов этого рынка не развит в целостное явление; в совокупности они образуют механический и внутренне противоречивый конгломерат несоединимых подходов к его конфигурации. Половинчатость и непоследовательность преобразований не могут иметь результатом системную целостность, поскольку таковая возникает только на общем основании. Эклектика постсоветского рынка образовательных услуг стала следствием трансформации идейно и идеологически целостного, но иррационального порядка в эклектичный и столь же иррациональный порядок.

На любом рынке рациональный порядок не может отсутствовать долговременно. Поэтому нынешнее положение дел, которое порой эмоционально трактуется как естественный для рынка порядок, нуждается в системном преобразовании. При этом преобразование иррациональной конфигурации рынка образовательных услуг в рациональную и установление на нем рационального порядка не может в поисках утраченного времени базироваться на реанимации советских подходов и ностальгии по минувшей эпохе. Очевидно, что советский порядок или хотя бы его отдельные элементы не в состоянии уберечь российское образование от вульгарно понимаемого рынка как территории стихийных сил, на которой лозунг «все на продажу» становится символом перемен. Вместе с тем целесообразно обратить внимание на по-настоящему рациональные альтернативы.

Такие альтернативы как раз и присутствуют в упорядочении рынка образовательных услуг на платформе нахождения согласия законных интересов сторон в обеспечении качества и рыночной конкурентоспособности российского образования, а также в создании устойчивой системной мотивации участников рынка к обеспечению конкурентоспособного качества результатов обучения. Путь к новому порядку предполагает выполнение следующих условий:

- признание объективной обусловленности отношений между участниками рынка, каждый из которых отстаивает свои законные интересы при отсутствии некоего Абсолютного разума (типа Госплана), способного органично учесть все эти интересы и их конфликты;
- учет интересов участников смежных рынков товаров и услуг в обеспечении конкурентных преимуществ;
- учет тенденций эволюции рынка труда под влиянием стремления благополучателей к обеспечению конкурентоспособности рабочей силы;
- формирование мотивации учебных заведений к повышению конкурентоспособ-

ности, наращиванию конкурентных преимуществ, конкурентному позиционированию;

- нахождение согласия законных интересов сторон рынка образовательных услуг и их интеграция в «борьбе за качество образования», обусловленные задачами обеспечения конкурентоспособности;

- признание многосторонней конкуренции на рынке образовательных услуг одним из законных способов взаимодействия участников рынка и ориентация конкуренции на форматы добросовестного и квалифицированного взаимодействия в процессе оказания образовательных услуг;

- ориентация образовательного потенциала российского общества на обеспечение качества образования как главный фактор повышения конкурентоспособности российского высшего образования;

- признание того, что российский рынок образовательных услуг является естественной частью мирового рынка, а его участники и конфигураторы – это субъекты конкуренции на мировом рынке; отказ от автаркии в пользу открытости и участия в международных сопоставлениях качества образования и его конкурентоспособности.

Важно понять, что отечественный рынок образовательных услуг может эволюционировать сообразно уже имевшим место в истории парадигмам преобразований, но может выработать и новую парадигму, например, *парадигму опережающей трансформации* по отношению к изменениям смежных секторов рынка. Важно также не забывать, что новая парадигма перемен должна прийти на смену не только советскому образованию (которое было элементом советской экономики и советского образа жизни), но также досоветской конфигурации рынка и постсоветскому порядку.

RUBIN YU. EDUCATION MARKET: FROM THE QUALITY TO THE COMPETITIVE BUSINESS MODELS (Part 2)

The key task in the process of Russian educational market rational regulating is the unity of education quality and education competitiveness as two sides of the united platform of educational market development.

Keywords: education quality, education competitiveness, education market configuration, education market rational regulating.

Рациональное упорядочение российского рынка образовательных услуг и преобразование его в конкурентоспособную часть мирового рынка включает разные направления. Выделим три из них: превращение конкурентоспособности и качества образования в решающие мотивы участников рынка; создание системы гарантий качества образования; разработка и реализация конкурентной политики как направления государственной политики на рынке образовательных услуг. Об этом – в третьей части статьи.

Литература

1. См.: Рубин Ю.Б. Теория конкуренции и задачи повышения конкурентоспособности // Высшее образование в России. 2007. № 1.
2. Бессолицын А.А. С. Вите и создание системы коммерческого образования в России // Вопросы экономики. 2006. № 7. С. 140–147; Бессолицын А.А. Высшая коммерческая школа России на рубеже XIX–XX вв. // Качество образования. 2009. №№ 3, 4, 6; Бессолицын А.А. Коммерческое образование в Европе и России на рубеже XIX–XX вв. Сравнительный анализ // Качество образования. 2009. №№ 7, 8, 9.
3. Артемьев М. Кремлевское дело: Чему учит опыт борьбы с коррупцией в СССР // Forbes.ru. 2009, 30 мая. URL: <http://www.forbes.ru/mneniya/istoriya-opyty/22677-kremlevskoe-delo>
4. Рубин Ю.Б. Бесплатное ВПО в России: взаимные интересы и взаимные гарантии // Высшее образование в России. 2010. № 3. С. 24–37.
5. Рубин Ю.Б. Теория конкуренции и задачи повышения конкурентоспособности российского образования // Высшее образование в России. 2007. № 1. С. 26–43; Коваленко А.И. Конкуренция между вузами: институциональная дискриминация // Современная конкуренция. 2010. № 1, 2.

**Ю.Б. РУБИН, чл.-корр. РАО,
профессор, ректор
Московская финансово-
промышленная академия**

Рынок образовательных услуг: от качества к конкурентоспособным бизнес-моделям (часть 3)*

Как обеспечить единство качества и конкурентоспособности образования в процессе рационального упорядочения российского рынка образовательных услуг? Учебные заведения должны обладать правами и ответственностью полноценных участников рынка образовательных услуг, в том числе правом на добросовестную конкуренцию за наилучшие результаты обучения и за обеспечение собственной конкурентоспособности, а также обязательствами в обеих сферах конкуренции. Гарантии качества образования следует рассматривать и оценивать как важнейшее конкурентное преимущество участников рынка. Значимыми институциональными новациями становятся образовательный аудит, а также защитное и развивающее направления конкурентной политики на рынке образовательных услуг.

Ключевые слова: качество и конкурентоспособность образования, организационно-правовые формы деятельности участников образовательного рынка, единство платформ качества образования и его конкурентоспособности, системы образовательной стандартизации, конкурентная политика на рынке образовательных услуг.

8. Конкурентоспособность и качество образования как мотивы участников рынка

Любая парадигма рыночной трансформации имеет шанс быть реализованной в России на основе понимания того, что развитие образования должно как минимум не отставать от сопредельных рынков, а в идеале – опережать его. Идеальная картина состоит в том, чтобы российское образование приобретало несомненные конкурентные преимущества в рамках мирового образовательного порядка, выполняя функцию локомотива перемен по отношению к другим секторам рынка, что позитивно сказывалось бы на их эволюции и способствовало реализации законного интереса благополучателей к обеспечению конкурентоспособности своей рабочей силы на открытом рынке труда.

Для достижения хотя бы минимально приемлемого эффекта преобразований необходим обязательный комплекс рациональных изменений, каждое из которых

опиралось бы на признание заинтересованными сторонами рынка образовательных услуг качества образования и конкурентоспособности их общей ценностью и на обеспечение согласия их интересов на данной платформе. Формирование рационального рыночного порядка и сопутствующее преодоление постсоветской эклектики недостижимо без преобразования поставщиков/операторов образовательных услуг из институциональных символов присутствия на рынке в полноценных участников рынка образовательных услуг, обладающих адекватным набором прав и ответственности.

Центральное место в системе таких прав занимает сочетание права высших учебных заведений на инициативное формирование конкурентоспособного содержания образования и технологий оказания образовательных услуг с их правом на продажу этих услуг. Степень конкурентоспособности образовательных услуг может быть выявлена только при оценке всего бизнес-процесса как единого целого. Невостребован-

* Окончание. Начало см.: Высшее образование в России. 2011. № 3, 4.

ные рынком и потому нереализованные услуги не могут обнаруживать уровни конкурентоспособности просто потому, что у них не выявляются объективные интересанты. Между тем предпочтения заинтересованных сторон оказываются значимыми для участников рынка именно в процессе доведения образовательных услуг до потребителей, что было очевидно даже в советское время.

Производство услуг для продажи и оказание услуг после непосредственной продажи являются повседневными рутинными операциями всякого рынка услуг. Поэтому производство/оказание образовательных услуг и их продажа, хотя и являются двумя разными направлениями деятельности участников рынка, требующими от вузов и их менеджеров разных профессиональных компетенций, оказываются связанными воедино сторонами одного бизнес-процесса. И необходимость инициативного формирования учебными заведениями конкурентоспособных образовательных услуг возникает именно потому, что вузам как участникам рынка приходится систематически вступать в образовательные отношения с абитуриентами, учащимися, работодателями, государством и посредством этих отношений подтверждать уровень конкурентоспособности качества образования на рынке, степень востребованности и признания предлагаемых услуг.

Бизнес-моделирование участниками рынка образовательных услуг профессиональной деятельности опирается на увязку инициатив в сфере производства конкурентоспособных образовательных услуг и в сфере их продаж. Плательщиками за образовательные услуги могут выступать любые заинтересованные стороны рынка: благополучатели, работодатели, государство. Процедура продажи образовательных услуг представлена и в платном, и в бесплатном образовании. Ведь то, что трактуется как оказание государством бесплатных государственных образовательных услуг насе-

лению посредством размещения государственных заказов и заданий, для образовательных учреждений как участников рынка выглядит не как бесплатное образование, а как гарантированная продажа образовательных услуг государству, которое таким образом делает их бесплатными для граждан.

Применение высшими учебными заведениями права на инициативное формирование конкурентоспособного содержания и технологий оказания образовательных услуг дает им возможность создавать конкурентоспособные образовательные программы, обеспечивать конкурентоспособные условия их реализации, моделировать конкурентоспособные результаты обучения, ориентированные на качество, признаваемое заинтересованными сторонами, а также обеспечивать гарантии качества образования.

Вместе с тем применение такого права должно обуславливать и наличие ответственности участников рынка, которые стремятся к формированию конкурентоспособных образовательных услуг на свой риск и, следовательно, под свою ответственность перед всеми интересантами рынка образовательных услуг. Права и ответственность – две составные части самостоятельности участников рынка: права нужны не только для совершения профессиональных действий, но и для несения предполагаемой ответственности, ответственность – не только для того, чтобы отвечать по обязательствам перед другими сторонами рынка, но и для очерчивания области применения прав на совершение действий.

Участники рынка не только самостоятельно владеют образовательными программами, учебными материалами, методиками и технологиями обучения (или обладают авторскими правами/патентами/лицензиями, позволяющими им применять те или иные разработки), но и несут корпоративную ответственность за все действия по их использованию.

Участники рынка образовательных услуг не только инициативно подбирают академический и функциональный персонал, организуют, преобразуют, реорганизуют, упраздняют кафедры, лаборатории, факультеты, филиалы, создают внутривузские структуры менеджмента, наделяют их административно-управленческими полномочиями и лишают их полномочий в целях обеспечения конкурентоспособного учебного процесса. Они также несут ответственность перед сторонами взаимодействия за эффективность применяемой системы менеджмента, а перед нанятыми работниками – за выполнение собственных обязательств перед ними, включая обязательства по их профессиональному развитию.

Участники рынка становятся не только обладателями прав по обеспечению собственной конкурентоспособности на основе производства и оказания услуг, имеющих конкурентоспособный уровень качества, но также принимают на себя обязательства по обеспечению качества образования, степень которого была бы приемлема для учащихся, работодателей и государства, другими словами – *становятся гарантами качества образовательных услуг*, которые они оказывают.

Применение высшими учебными заведениями права на инициативную продажу производимых/оказываемых ими образовательных услуг, благодаря которой они получают не только финансовые ресурсы, но и информацию о степени признания качества результатов обучения и об уровне конкурентоспособности данных услуг, дает им возможность действовать на рынке образовательных услуг. Это право конкретизируется в правоспособности участников рынка в сферах заключения, исполнения и расторжения договоров на обучение, других соглашений и договоров с заинтересованными сторонами (на привлечение инвестиций, формирование эндаумент-фондов, на создание баз учебных практик и распределенных кафедр, на проведение итоговых

аттестационных процедур и др.). Оно также корреспондирует с правом на участие в конкуренции с другими участниками рынка, а также на использование партнерских, кооперационных и иных способов взаимодействия с ними.

Для укрепления рациональной платформы деятельности российских вузов как полноценных участников рынка необходимо доведение объемов и структуры их прав до уровня, позволяющего им инициативно бороться за собственную конкурентоспособность в процессе производства/оказания образовательных услуг и в процессе их продажи, а также наделение их ответственностью, вытекающей из характера данных прав.

Федеральные государственные образовательные стандарты и федеральные требования к их применению расширяют российским вузам возможности подобной инициативной деятельности, поскольку в конструкции ФГОС владельцами содержания образовательных услуг становятся не государство и даже не учебно-методические объединения, а сами высшие учебные заведения. В еще большей степени потенциал инициативного поведения, направленного на обеспечение конкурентоспособности содержания и технологий оказания образовательных услуг, укрепляется благодаря возможностям, предоставленным МГУ, СПбГУ, федеральным, а также национальным исследовательским университетам, в части конструирования образовательных программ на основе собственных образовательных стандартов. Неясным, правда, остается при этом вопрос: если для таких университетов государственные образовательные стандарты являются обузой и не способствуют их стремлению быть конкурентоспособными на рынке образовательных услуг (в том числе международном), для чего их сохранение в сегменте «обыкновенных» высших учебных заведений?

Вектор современной модернизации рос-

сийского высшего образования направлен также на отказ от типовых учебников, типовых методик и технологий обучения, типовых организационных и управленческих структур вузов. Одной из зримых примет времени является, например, множественность способов оказания образовательных услуг студентам-заочникам, таких как дистанционное обучение, обучение посредством ИКТ (электронное обучение).

Отдельные российские вузы охотно экспериментируют со структурой учебного процесса (триместры взамен семестров, модульное обучение вместо семестрового), целевыми установками (фундаментально-ориентированное обучение и практико-ориентированное), содержательным наполнением образовательных программ (разнообразие «корзин» элективных и факультативных курсов), «суммами технологий» (интегрированное обучение, в котором очное обучение переплетено с заочным с помощью e-Learning и т.п.).

Меньше возможностей у вузов – в проведении экспериментов в области организации и управления образовательной деятельностью. Современный вузовский менеджмент, как правило, не соответствует принятым в странах с рыночно ориентированной экономикой стандартам бизнес-менеджмента, прежде всего – в части нацеливания вузов на обеспечение гарантий качества образования.

Вузовское бизнес-моделирование, в том числе инвестирование, определяется составом организационно-правовых форм, в которых участники российского рынка имеют право профессионально оказывать образовательные услуги. В любом виде деятельности на рынке товаров и услуг организационно-правовые формы участников рынка служат основой внутрифирменного менеджмента, который, как известно, является одним из ключевых условий эффективной деятельности. Поощрение участников рынка к выбору организационно-правовых форм, наиболее точно подходящих

под задачи обеспечения гарантий качества их профессиональной деятельности и укрепления конкурентоспособности результатов этой деятельности, является одним из базовых условий рациональной конфигурации рынка.

Организационно-правовые формы деятельности участников рынка выступают нормативной и организационной основой их взаимодействия с внутренним и внешним окружением, их правоспособности и распределения ответственности. Не вызывает сомнения, что организационно-правовые формы участников рынка образовательных услуг могут стать действенным ресурсом обеспечения эффективного менеджмента как одной из ключевых гарантий качества образования и конкурентоспособности участников рынка. Они должны обеспечивать российским вузам наилучшие возможности привлечения инвестиций, формировать доверительные отношения между участниками образовательных организаций, между их учредителями и менеджментом. Но каковы возможности свободного и инициативного выбора ими приемлемой организационно-правовой формы?

Все вузы государственного сектора имеют общую организационно-правовую форму – учреждение. Законодательные новеллы последних лет выделили несколько категорий вузов: казенные учреждения, бюджетные учреждения, автономные учреждения, а также федеральные, национальные исследовательские и особые (МГУ, СПбГУ) университеты. Смысл такой дифференциации состоял, помимо прочего, в предоставлении разным типам государственных вузов различных возможностей конфигурации систем менеджмента и формирования разных бизнес-моделей, которые позволяли бы участникам рынка взаимодействовать с плательщиками, управлять собственной финансово-экономической деятельностью, распоряжаться доходами и эксплуатировать объекты владения.

На сегодня не получили пока адекватного разрешения следующие вопросы: возможно ли большее разнообразие организационно-правовых форм учебных заведений среди негосударственных вузов, в частности, расширение их перечня за пределы установленных законом форм некоммерческих организаций (например, включение в их число акционерной формы, распространенной во многих странах)? Приемлемы ли смешанные государственно-негосударственные формы высших учебных заведений (например, акционерные вузы со смешанным государственным и негосударственным капиталом)? Категорическое и слабо аргументируемое в России отвержение самой идеи коммерческого высшего образования существенно ограничивает инвестиционные возможности различных заинтересованных сторон рынка образовательных услуг.

Неоправданные ограничения имеются и непосредственно в сфере взаимодействия вузов с получателями образовательных благ. Бесплатные образовательные услуги, операторами которых выступают вузы государственного сектора, оказываются не на договорной основе – у вузов нет договоров на оказание таких услуг ни с плательщиком – государством, ни с благополучателями, ни с выгодоприобретателями – работодателями. Это значит, что во взаимоотношениях заинтересованных сторон рынка образовательных услуг в его определяющем сегменте отсутствуют юридически обязывающие документы, которые могли бы связывать качество образования, с одной стороны, и выделяемые ресурсы, права и ответственность сторон – с другой.

Наконец, весьма неясны и меры ответственности участников рынка образовательных услуг перед его заинтересованными сторонами, за исключением административной ответственности руководителей государственных вузов перед своим учредителем – государством. В теории право на совершение профессиональных действий должно возникать там, где оно может быть квали-

фицировано как ответственное, а ответственность – там, где участники рынка имеют правоспособность к совершению профессиональных действий. Однако пока на рынке образовательных услуг весьма слабо представлен традиционный инструментальный рыночной ответственности его участников перед государством, потребителями, налогоплательщиками, включая работодателей. Популярна в современных дискуссиях, к примеру, тема социальной ответственности бизнеса перед образованием; гораздо менее распространена тема ответственности самих вузов перед работодателями, в частности, перед бизнесом за результаты обучения будущих специалистов.

Отсутствие мер и рычагов финансовой ответственности перед окружением за некачественную профессиональную деятельность, в том числе перед государством, финансирующим бесплатное образование, является характерным признаком разрыва в контуре «права – ответственность». Впрочем, тема страхования ответственности высших учебных заведений лишь совсем недавно стала объектом теоретических обсуждений и законодательных инициатив [1]. Однако пока она охватывает лишь возможности страхования ответственности вузов в случае утраты ими лицензии на образовательную деятельность и/или свидетельств о государственной аккредитации и не распространяется на ответственность вузов за оказание некачественных образовательных услуг. Таким образом, потребность во взаимных гарантиях сторон рынка образовательных услуг в сфере обеспечения надлежащих прав пока не обеспечивается их взаимной ответственностью.

9. Системы гарантий качества образования на рынке образовательных услуг

Для рациональной конфигурации российского рынка образовательных услуг необходимо не только обеспечение участников рынка и его других заинтересованных пол-

новесным набором прав и ответственности, но и формирование совокупности институтов конфигурации рынка как отдельного направления профессиональной деятельности на рынке образовательных услуг. Конфигураторы рынка являются звеньями системы взаимной ответственности и взаимных гарантий, обеспечивающими соблюдение прав и ответственности сторон рынка, добросовестный характер их деятельности на рынке, согласие их интересов.

Рациональная конфигурация рынка образовательных услуг состоит из многообразия функций по постоянному поддержанию и развитию рационального начала в действиях и взаимодействиях участников рынка, учащихся, работодателей, государственных институтов, в разрешении конфликта и обеспечении согласия их интересов (при необходимости «поддержание и развитие» означает преобразование, оптимизацию или модернизацию). Между тем «рациональное начало» включает многообразие мотивационных и деятельностных платформ, определяющее место среди которых занимают взаимно обусловленные платформы качества образования и его конкурентоспособности.

Качество образования должно поддерживаться и гарантироваться вузами благодаря не только добрым намерениям коллективов вузов и их руководителей, но прежде всего – благодаря влиянию качества на конкурентоспособность выпускников, работодателей и самих вузов, что и определяло бы содержание этих добрых намерений. Рациональная конфигурация рынка подчиняет оценку качества образования конкурентным мотивам и действиям сторон рынка образовательных услуг. Но и конкурентоспособность, в свою очередь, подчиняется рациональной ориентации рынка на качество образования: конкурентоспособными должны признаваться лишь востребованные и качественные образовательные услуги.

Поэтому *исходной клеточкой* рацио-

нального порядка на рынке образовательных услуг становится единство платформ качества образования и его конкурентоспособности. Его поддержание становится важным предметом профессиональной деятельности институтов конфигурации рынка, в частности, в таких направлениях, как стандартизация, аккредитация, контроль, надзор, аудит качества образовательных услуг. Эта деятельность разворачивается в конкурентной среде, поэтому ее результаты влияют на конкурентные позиции участников рынка образовательных услуг.

Стандартизация образования призвана определять «правила игры» на рынке образовательных услуг, очерчивать коридоры приемлемой практики добросовестного стремления к обеспечению качества образования. Ее позитивное начало состоит не в ограничении деятельности участников рынка по производству/оказанию образовательных услуг установленными рамками, а в формировании данных рамок, определении их как рамок добросовестного поведения, а также в установлении внутри этих рамок стимулов для вузов по развитию инициативной деятельности, творческого начала и предприимчивости.

Участники упорядоченного рынка образовательных услуг применяют различные стандарты, объектами которых являются содержание образования, технологии обучения, учебно-методическое обеспечение, внутривузовский менеджмент, поведение на рынке. Эти стандарты могут быть ориентированы на упорядочение процесса образовательной деятельности (например, популярные во всем мире стандарты ISO 9001) и/или результатов этой деятельности. Их применение является рациональной предпосылкой преодоления конфликта интересов сторон рынка образовательных услуг, а также условием успешной реализации этих интересов на основе согласия в общих ценностях качества образования и конкурентоспособности [2].

Введение в России в 1990-е гг. Государ-

ственных образовательных стандартов, третье поколение которых с 2011 г. начинает жизнь на рынке образовательных услуг, породило неверное представление об исключительности данных стандартов для целей упорядочения отношений на этом рынке. ГОСы и ФГОСы, призванные упорядочить содержание образования, определить его результаты и структуры образовательных программ, являются российской разновидностью стандартов содержания образования, применяемых и в других странах (в них такие стандарты, как правило, не являются государственными). Однако во всем мире в сфере образовательной деятельности используются и другие стандарты.

Таковыми являются, например, технологические стандарты (IMS, IEEE, SCORM), организационные и управленческие стандарты (ISO 9001, EFQM), профессиональные стандарты, определяющие перечни компетенций как результатов обучения, стандарты в области электронного обучения (ISO 19796, UNIQUE, бенчмарки EADTU), стандарты и кодексы добросовестной практики на рынке образовательных услуг, другие стандарты. Мультистандартный подход получает все большее распространение и на российском рынке образовательных услуг. Год от года увеличивается число приверженцев стандартов ISO 9001 и ISO 19796, IMS, EFQM. Профессиональные стандарты по отдельным видам деятельности рассматриваются в процедурах образовательной стандартизации. Первый в России кодекс добросовестного поведения на рынке образовательных услуг был принят в 2006 г. Ассоциацией негосударственных вузов [3].

Системы образовательной стандартизации являются основой систем контроля качества образовательных услуг и образовательного аудита. Рациональная основа данных систем определяется необходимостью согласования интересов сторон и нахождения способов их успешной реализа-

ции на основе понимания качества образования как общей конкурентной ценности вузов, учащихся, работодателей и государства.

За рубежом деятельность по контролю, надзору, аккредитации образовательной деятельности участников рынка образовательных услуг предваряет решение таких значимых вопросов, как финансирование деятельности вузов, назначение или смещение с должности руководителей вузов, реорганизация внутренней производственной структуры вузов, их рейтингование, а при необходимости – их ликвидация. Часто указанные процедуры совмещены, но российское законодательство предусматривает их дифференциацию. В любом случае в основе данных процедур всегда лежит оценка соответствия параметров фактической деятельности участников рынка образовательных услуг требованиям применяемых стандартов.

Такая оценка формируется в ходе аудита (экспертизы) качества образования на уровне реализации отдельных образовательных программ (программный уровень) или на уровне комплексной деятельности вузов по реализации всей совокупности программ и выполнению сопутствующих проектов, например исследовательских (институциональный уровень). Аудит (экспертиза) качества образования является особым направлением профессиональной деятельности по конфигурации рынка образовательных услуг. Он также выступает предпосылкой или элементом комплексного аудита конкурентоспособности вузов и предоставляемых ими услуг, конкурентоспособности рабочей силы выпускников (сертификация квалификаций), конкурентоспособности кадрового и деятельностного потенциала работодателей, конкурентоспособности национальной образовательной системы.

Аккредитация вузов и образовательных программ (или ее разновидность – сертификация) нередко отождествляется в со-

временных дискуссиях с оценкой качества образования. Например, внешняя независимая оценка качества образования рассматривается как направление общественно-профессиональной аккредитации, и наоборот. Важно понимать, что оценка качества образования и аккредитация в образовании представляют собой соподчиненные, но не тождественные процедуры.

В общем случае оценка качества образования предшествует аккредитации и является одним из ее обоснований. Если контрольные мероприятия преследуют цели установления степени соответствия результатов профессиональной деятельности вузов стандартам качества результатов этой деятельности, то в процессе подготовки и принятия аккредитационных решений не обойтись без профессионального аудита качества образования. Экспертиза и оценка качества образования составляют основу принятия аккредитационных решений в отношении качества образования как разновидности контрольных и управленческих решений, но сами таковыми не являются.

Вместе с тем аккредитация участников рынка может проводиться и по основаниям, не связанным прямо или косвенно с определением уровня качества образования. К примеру, аккредитация (сертификация) вузов на соответствие их деятельности стандартам ISO 9001 не требует предварительного аудита качества образования; ее сложно квалифицировать как аккредитацию качества образования, поскольку ISO 9001 ориентированы не на результаты обучения, а на организацию деятельности вузов на процессном уровне. Рассматриваемый стандарт можно трактовать как основание систем менеджмента качества процесса оказания образовательных услуг, а не менеджмента качества его результатов.

В любом случае выполнение функций по

аудиту и оценке качества образования, с одной стороны, и по принятию аккредитационных решений – с другой, представляют собой два неодинаковых направления профессиональной деятельности. Типовой зарубежной практикой является совмещение функций по экспертизе и оценке качества образования и аккредитации образовательной деятельности на программном или институциональном уровне в одних и тех же институтах конфигурации рынка образовательных услуг – агентствах по гарантиям качества образования (аккредитационных агентствах).

Содержание профессиональной деятельности таких агентств, являющихся примером аудиторских (экспертных) организаций в сфере образования, состоит в заверении общества, учащихся, работодателей, вузов, институтов гражданского общества, государственных инстанций в том, что образовательные услуги, оказываемые проверяемым учебным заведением, действительно можно рассматривать как качественные. Такое заверение может быть облечено или не облечено в форму аккредитационного решения. Так, членами Европейской ассоциации по гарантиям качества высшего образования (ENQA), которая играет системообразующую роль в системе обеспечения качества образования в общеевропейском образовательном пространстве, являются одновременно агентства по гарантиям качества образования и аккредитационные агентства, многие из которых совмещают рассматриваемые профессиональные функции¹.

Конфигурация современного российского рынка образовательных услуг не может обойтись без развития институтов стандартизации, аккредитации, образовательного аудита, без их деятельности по последовательной переориентации интере-

¹ Название данной организации содержит словосочетание «quality assurance», которое переводится авторами отечественных публикаций и как «гарантии качества», и как «обеспечение качества». Точный смысл данного понятия – «заверение в наличии качества» более адекватно передает смысл процедур, выполняемых агентствами.

сов участников рынка: от безвозмездного получения и освоения государственных средств к построению взаимно ответственных и взаимно выгодных отношений с другими сторонами рынка (в том числе с государством) на основе обеспечения гарантий качества образования. Рассматриваемые направления профессиональной деятельности должны опираться на профессиональные компетенции и квалификации институтов конфигурации рынка и их сотрудников.

Ключевая роль государственных институтов конфигурации рынка образовательных услуг определяется составом их функций, в число которых входит разработка и реализация образовательной политики и стратегии развития образования, а также создание правовой основы образовательной деятельности и надзор за ее соблюдением. Как конфигуратор рынка российское государство выполняет функции по государственной стандартизации, государственному надзору, лицензированию и контролю в сфере образования, государственной аккредитации участников рынка образовательных услуг. В их основе лежат производимые государственными экспертными комиссиями оценки качества образования и соответствия его виду образовательных учреждений.

Напротив, деятельность негосударственных институтов конфигурации рынка образовательных услуг представлена сегодня весьма скромно. Определенную активность в области стандартизации качества образования проявляет разве что Технический комитет 461 по стандартизации «Информационно-коммуникационные технологии в образовании (ИКТО)». Самостоятельную оценку качества образования с последующей негосударственной аккредитацией вузов и образовательных программ производят Ассоциация инженерного образования России и Агентство по общественному контролю качества образования и развитию карьеры (АККОРК). С 2007 г.

АККОРК имеет ассоциированный статус при ENQA и полное членство в международных сетях по гарантиям качества INQANEE, APQN, CEENet, EFQUEL.

В связи с тем что российское государство является не только актором образовательной политики, но и одновременно учредителем большинства высших учебных заведений и плательщиком за бесплатные образовательные услуги, конфигурация рынка, при которой государственная аккредитация трактуется как универсальный механизм обеспечения качества образования в интересах в равной мере всех сторон рынка, не может быть признана рациональной. Нужно сознавать, что несовершенные процедуры государственной аккредитации не в состоянии полноценно защитить законные интересы работодателей, студентов и взаимно конкурирующих субъектов вузовского сообщества. Понимание этого в последние годы привело к возникновению альтернативных подходов к контролю качества образования, которые чаще всего определяются с помощью термина «общественно-профессиональная аккредитация вузов объединениями работодателей».

Однако генеральное направление рационализации процедур по контролю качества образования состоит не в обеспечении множественности механизмов и субъектов аккредитации, а в ориентации любых способов аккредитации образовательных программ и вузов на независимый аудит качества образования. Идеология независимых внешних оценок качества образования и независимого внешнего аудита качества образования, давно реализуемая в деятельности зарубежных агентств по гарантиям качества образования, подробно описана в документах по Болонскому процессу, прежде всего – в Европейских стандартах и руководствах по гарантиям качества образования (ESG), разработанных ENQA.

В России тема независимых оценок качества образования нередко сводится к независимости экспертиз и их результатов от

деятельности органов государственного управления (Министерства образования и науки РФ, Рособнадзора, органов управления образованием в федеральных округах и субъектах Федерации). На этой основе под независимой оценкой качества образования понимается общественно-профессиональная аккредитация вузов объединениями работодателей, ассоциациями вузов или зарубежными агентствами, которая толкуется как альтернатива государственной аккредитации.

Согласно подходам ENQA, независимость аудиторских экспертиз и оценок качества образования обуславливается неангажированностью интересами каждой из сторон рынка, а не только государства. Если аккредитация (государственная, общественная, общественно-профессиональная, др.), не претендующая на роль универсальной процедуры установления уровня качества образования, проводится в интересах отдельных сторон, то независимая внешняя оценка качества образования должна осуществляться в целях достижения согласия интересов всех сторон. Аудитор качества образования (агентство по гарантиям качества образования, экспертная организация по внешней оценке качества образования) не руководствуется при этом интересами отдельных сторон рынка и не может действовать в качестве их представителя. Его задача – оценить качество образования исходя из принятых стандартов, в которых, в свою очередь, должны быть отражены интересы каждой из сторон.

Главная задача таких агентств состоит в консолидации экспертов, которые могут представлять разных заинтересованных сторон рынка образовательных услуг: вузы и академическое сообщество, работодателей, студентов и государственные инстанции. Однако вне зависимости от того, выходцами из какой группы организаций являются эти эксперты, в процессе профессиональной аудиторской деятельности они имеют право быть лишь объективными оценщиками качества

образования и представлять агентство по гарантиям качества образования. Агентства подбирают, отбирают, обучают, сертифицируют экспертов, организуют их деятельность по аудиту качества образования, проводят мониторинг, контролируют и стимулируют эту деятельность, а кроме того, несут ответственность за поведение каждого эксперта и гарантируют их независимость всем заинтересованным сторонам рынка образовательных услуг, в том числе высшим учебным заведениям.

Поэтому важным направлением государственной образовательной политики в России должно стать последовательное выращивание таких институтов, обеспечение условий их профессиональной деятельности в интересах повышения конкурентоспособности российского рынка образовательных услуг путем включения ее в процедуры государственной и общественно-профессиональной аккредитации. «Я считаю, что это замечательная форма проявления общественно-государственного подхода к решению задач, один из эффективных механизмов использования общественного интереса в рамках государственной процедуры», – полагает глава Рособнадзора А.Н. Глебова [4]. Задачей государства как ключевого конфигурирующего фактора должен стать контроль этой деятельности с помощью сертификации экспертных организаций, ведения реестра сертифицированных организаций и др. В постановлении Правительства № 164 от 11 марта 2011 г. «Об осуществлении государственного контроля (надзора) в сфере образования» впервые указывается на возможность привлечения специализированных экспертных организаций к проведению мероприятий по контролю при осуществлении государственного контроля (надзора) в сфере образования.

Другой не менее очевидной задачей является использование результатов независимого внешнего аудита качества образования при решении значимых для вузов вопросов – финансовых, административных,

кадровых – при проведении государственных конкурсов и тендеров, в том числе конкурсов на размещение госзаказов, при категорировании вузов (например, при определении перечня национальных исследовательских университетов).

10. Конкурентная политика как направление государственной политики на рынке образовательных услуг

Государственная образовательная политика иногда неправомерно трактуется в нерыночном ключе, а в перечень ее объектов включаются только те элементы, которые не имеют видимой связи с рыночными отношениями. Подобное понимание вполне соответствует восприятию рынка образовательных услуг как средоточия разрушительных стихийных сил, не поддающихся благотворному воздействию сверху (см. первую часть статьи). Однако взгляд на рынок как на территорию рационального порядка, подчиненного идеологии гарантий качества образования, позволяет выделить в государственной образовательной политике очевидный рыночный сегмент. Российское государство объективно призвано быть конфигуратором не просто сферы образования, но именно рынка образовательных услуг, в частности – обеспечивая добросовестную конкуренцию за качество образования. Поэтому в составе государственной образовательной политики целесообразно выделение особого направления – *конкурентной политики на рынке образовательных услуг*.

Преобразование постсоветского порядка на рынке образовательных услуг в рационально упорядоченную целостность возможно лишь на основе научных представлений о современном рынке, а не на уровне представлений о свободной конкуренции, известных со времен Адама Смита. Рациональный рыночный порядок не устраняет конкуренцию, а наличие конкуренции не делает рынок беспорядочным. Напротив,

главная задача конкурентной политики – сделать конкуренцию между профессиональными участниками рынка образовательных услуг упорядоченной.

Конкурентная политика является необходимой составной частью государственной политики на любом национальном рынке товаров и услуг и в любом секторе этого рынка. К примеру, конкурентная политика в отраслях промышленности всегда выступает элементом государственной промышленной политики. Государственная политика в образовании не может не включать конкурентную политику, поскольку конкуренция выступает естественным способом поведения участников рынка (и других его сторон), каждый из которых стремится к укреплению конкурентоспособности. Такое включение должно восприниматься не как добрая воля просвещенных руководителей образования, а как обязанность министерства, как обязательное условие поддержания рационального рыночного порядка, в том числе в таком значимом вопросе, как финансирование бесплатного образования.

Баланс прав и ответственности участников рынка образовательных услуг поддерживается не только за счет рационального сплочения вузов, учащихся, работодателей и государственных органов на платформе качества образования, но и за счет постоянного воспроизведения внутри этой платформы рационально упорядоченной конкурентной среды, которая обеспечивала бы участникам рынка реализацию прав на участие в конкуренции и обязательства совершать конкурентные действия добросовестно. Поддержание такого баланса и создание для всех учебных заведений возможности участия в добросовестной конкуренции за качество образования (а вовсе не насильственное превращение вузов в участников рынка и не поощрение их к борьбе друг с другом) составляет основу конкурентной политики на российском рынке образовательных услуг.

Конкурентная политика является средством формирования ориентиров добросовестной конкуренции, упорядочения конкурентной среды, защиты добросовестных конкурентов от недобросовестных конкурентов и монополий, поддержания конкурентного климата (стимулирующего развитие конкуренции, поощрение учебных заведений к действиям по поддержанию и укреплению конкурентоспособности). Указанные функции составляют содержание двух укрупненных направлений конкурентной политики: защита и развитие конкуренции на рынке образовательных услуг.

Защита конкуренции должна быть нацелена на создание и поддержание рациональной конкурентной среды, конкурентного климата посредством противодействия монополизации рынка и злоупотреблениям доминирующим положением, обеспечения равноправия участников рынка в части равенства права на участие в конкуренции и добросовестного характера конкурентных действий. Она включает защиту добросовестных конкурентов от недобросовестных, а также от иррациональных обстоятельств, возникающих или присутствующих перманентно в конкурентной среде.

Применение конкурентной политики как эффективного защитного инструмента рациональной конфигурации российского рынка образовательных услуг предполагает преодоление различных признаков иррациональности, представленных в рамках действующего порядка. К ним относятся: абсолютное преобладание ценовой конкуренции на рынке образовательных услуг над неценовой (цены не соотносятся с качеством предоставляемых услуг и не стимулируют конкуренцию за качество образования), широкое использование таких заведомо недобросовестных методов конкуренции, как демпинг, дискриминация и антиреклама в отношении конкурентов, отсутствие у многих вузов права и полноценных возможностей участия в конкуренции за государственные заказы и за полу-

чение статуса национального исследовательского университета, отсутствие на рынке описанной и нормативно закрепленной системы мер ответственности вузов за недобросовестное поведение (включая административную и финансовую ответственность) и др. Согласно результатам исследования, опубликованным в ежегоднике *The Global Competiveness Report*, наиболее проблемными факторами для российского рынка являются: коррупция, недостаточный доступ участников рынка к финансированию, принципы налогового регулирования, преступность и воровство, инфляция, неэффективная государственная бюрократия, налоговые ставки [5].

Перечисленное вовсе не является обязательным порождением конкуренции и рынка, как иногда полагают противники рыночной интерпретации отношений в современном российском образовании. Напротив, оно детерминировано отсутствием продуманной конкурентной политики, а также понимания самой необходимости ее разработки и применения для рациональной конфигурации рынка образовательных услуг.

Понятия добросовестной и недобросовестной конкуренции отражают особенности отношений каждого из участников рынка с благополучателями и другими его интересантами, а также их отношений между собой. Поэтому приверженность идеологии гарантий качества образования или ее отсутствие сочетается у них с приверженностью установленным правилам конкуренции или отвержением этих правил.

Практическое применение данных понятий опирается на правовые и этические нормы. Законодательство о конкуренции может предусматривать объявление определенных видов, направлений, методов, форм конкурентных действий недобросовестными (недобросовестная реклама, некорректное сравнение продукции и услуг в процессе их продаж, дезорганизация деятельности конкурентов, дискредитация

конкурентов, демпинг, паразитическая конкуренция). Вместе с тем добросовестный характер конкуренции опирается и на этические принципы, обуславливающие взаимные обязательства сторон рынка по развитию взаимодействия. Важно, чтобы взаимные отношения участников рынка образовательных услуг и их коммуникации с учащимися, другими сторонами рынка базировались не только на декларациях добросовестного поведения, но и на правоприменительной практике, в частности на ощутимых мерах ответственности за недобросовестные действия.

Наряду с противодействием отдельным недобросовестным конкурентам защита добросовестной конкуренции и добросовестных конкурентов базируется на создании институциональных условий, при которых недобросовестное поведение, следствием которого являются некачественные образовательные услуги и условия их оказания, становится невозможным. Система может быть эффективной, если исходит из необходимости достижения согласия интересов сторон в вопросе качества образования как предпосылки конкурентоспособности каждой из них. Упорядоченная конкуренция обуславливает такое согласие возможностью выбора качественных образовательных услуг и равенством прав участников рынка на участие в конкуренции за их предоставление потребителям и другим интересантам. Равенство прав позволяет участникам рынка отстаивать собственные интересы в борьбе и за качество образования, и за свою конкурентоспособность. Напротив, отсутствие равноправия, следствием которого выступает доминирование на национальном или региональном рынке образовательных услуг, лишает отдельных участников рынка такой возможности.

Доминирование на рынке отдельных вузов, в том числе монополизация рынка, не дает другим участникам рынка оснований для полноценной реализации права на участие в конкуренции, поскольку то, что опре-

деляется как “злоупотребление доминирующим положением”, является естественным способом поведения доминирующих участников рынков (доминирование необходимо им для обеспечения незаслуженных конкурентных преимуществ, а именно это и трактуется как злоупотребление).

Государственные и муниципальные вузы как сегмент высшего образования занимают доминирующее положение по отношению к сегменту негосударственных вузов благодаря искусственному ограничению состава участников конкуренции за получение государственных заданий в сфере бесплатного образования. Другой вариант псевдорыночной сегрегации состоит в доминировании государственных вузов над негосударственными и муниципальными, лишенными законодательных оснований для соискания статуса национальных исследовательских университетов и получения сообразного этому статусу государственного финансирования. Доминирующее значение на рынке образовательных услуг имеют вузы, которые именуются «держателями УМО». Признаки абсолютного доминирования постепенно приобретают и вузы, называемые ведущими, причем в ключевом элементе бизнес-процесса – проектировании содержания, производстве и оказании образовательных услуг. При этом выдвигание самого понятия «ведущий вуз» связано с расширением прав отдельных участников рынка образовательных услуг на участие в конкуренции по сравнению с правами других участников рынка, но не сопровождается повышением их административной и финансовой ответственности перед другими участниками и интересантами рынка за обеспечение качества образования.

Возможности применения норм Закона РФ N 135-ФЗ «О защите конкуренции» на рынке образовательных услуг ограничены, и его антимонопольная направленность не может быть полноценно реализована в сфере высшего образования. Кроме того, кон-

куренция, антимонопольное регулирование рынка образовательных услуг становятся зоной профессионального интереса Министерства образования и науки РФ начиная лишь с 2009 г. 30 июня 2009 г. Минобрнауки приказом № 233 утвердило меры по развитию конкуренции в сфере услуг образования с целью реализации распоряжения Правительства РФ № 691-р от 19 мая 2009 г.

Защита добросовестной конкуренции не может быть эффективно обеспечена без активного участия в ней федерального органа управления образованием и региональных департаментов (министерств) образования. Органы управления образованием имеют возможность руководствоваться идеологией защиты добросовестной конкуренции, обеспечения равноправия участников рынка, противодействия монополизации рынка образовательных услуг и злоупотреблению доминирующим положением, проводя в жизнь стратегические и оперативные управленческие решения, разрабатывая и применяя обширный блок нормативных актов в сфере образования. Такая идеология должна быть обращена не только к регулированию отношений между участниками рынка, а также между ними и другими интересантами рынка. Рациональная конкурентная среда востребована и в сфере деятельности институтов конфигурации рынка образовательных услуг, аккредитационных агентств и агентств по гарантиям качества, экспертных (аудиторских) и рейтинговых организаций, а также сохраняющихся советских и постсоветских государственно-общественных институтов, например учебно-методических объединений в «общественном» сегменте их деятельности.

Наряду с защитой конкуренции, важным направлением конкурентной политики на рынке образовательных услуг могло бы стать *развитие конкуренции* – комплекс нормативных документов и правоприменительных действий, направленных на совер-

шенствование конкуренции и поощрение отдельных конкурентов.

Иногда развитие конкуренции сводится лишь к поддержанию определенного состояния конкурентной среды, а в адресной поддержке участников рынка видится отступление от антимонопольных взглядов на конкуренцию и принципов беспристрастного арбитража. Однако если в рамках «защитного» направления конкурентной политики поощрение отдельных участников рынка, действительно, недопустимо, то в рамках «развивающего» направления оно не только допустимо, но и целесообразно.

При конкурсном размещении государственных заказов и заданий, государственных инвестиций в развитие новых областей образования, при формировании адресов государственной и негосударственной поддержки учебных заведений, определении стипендиальных фондов, выделении грантов не может не происходить выявления победителей и побежденных. Применяемый сегодня Федеральный закон № 94-ФЗ «О размещении заказов на поставки товаров, выполнение работ, оказание услуг для государственных и муниципальных нужд», сохраняя видимость беспристрастности, дает участникам конкурсов возможность стать победителями вне зависимости от уровня конкурентоспособности и качества предоставляемых услуг. Между тем имеет смысл, чтобы с помощью конкурсов поощрялись те участники рынка образовательных услуг, которые стремятся к обеспечению качества образования и борются за собственную конкурентоспособность, а косвенно – за конкурентоспособность выпускников, работодателей, совокупного работника общества, национальной экономики, национального рынка образовательных услуг. К примеру, допуск негосударственных вузов в клуб потенциальных победителей помог бы многим из них выйти из андеграунда и сформировать бизнес-модели, которые не провоцировали бы их на оказание псевдообразовательных услуг.

Поскольку поощрение отдельных конкурентов является неизбежным, желательно, чтобы в основе успехов в таких конкурсах лежали рациональные критерии и конкурентные преимущества, завоеванные участниками рынка в добросовестном соперничестве. Ставка на конкурентоспособность может стать эффективным инструментом всего «развивающего» направления конкурентной политики на рынке образовательных услуг и определяющим ориентиром усилий государства как ключевого конфигуратора этого рынка в сферах финансирования образования, выделения «точек роста» и управления «вузами роста», поддержки экспорта образования, расширения перечня организационно-правовых форм учебных заведений и применяемых ими бизнес-моделей для обеспечения качественных образовательных услуг и доступа к ним учащихся.

* * *

Подведем итоги. Нерыночный взгляд на отношения в сфере российского высшего образования все более отходит в область идеологических анахронизмов, не соответствующих пониманию современного рынка как сферы упорядоченной конкуренции и выраженных интеграционных процессов. Современное российское образование демонстрирует пеструю картину, в которой без особых усилий можно обнаружить совмещение ремейков советского порядка с типовыми признаками свободного рынка времен первоначального накопления капитала. Для создания и поддержания конку-

рентоспособной модели российского рынка образовательных услуг необходимы системные усилия по наведению нового рационального порядка, в котором операционные права участников рынка и других его заинтересованных сторон сочетались бы с их совместной ответственностью за обеспечение качества образования как предпосылки конкурентоспособности каждого из них в отдельности. Развиваясь в таком формате, рынок образовательных услуг вдохновлял бы его участников на добросовестную профессиональную деятельность по оказанию качественных образовательных услуг.

Литература

1. Логвинова И.А. Взаимное страхование ответственности российских вузов // Высшее образование в России. 2010. № 7. С. 30–38.
2. Рубин Ю.Б., Емельянов А.А. Стандартизация как фактор конкурентоспособности высшего образования // Высшее образование в России. 2005. № 11. С. 28–41.
3. См.: Рубин Ю.Б. Теория конкуренции и задачи повышения конкурентоспособности российского образования // Высшее образование в России. 2007. № 1. С. 41–43.
4. Глебова Л.Н. Что такое общественно-профессиональная аккредитация? // Высшее образование в России. 2009. № 2. С. 13.
5. The Global Competiveness Report 2010–2011. World Economic Forum Geneva, Switzerland 2010. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2010-11.pdf

RUBIN YU. EDUCATION MARKET: FROM THE QUALITY TO THE COMPETITIVE BUSINESS MODELS (Part 3)

The key task in the process of Russian educational market rational regulating is the unity of education quality and education competitiveness as two sides of the united platform of educational market development. The quality ensuring should be treated as a crucial competitive advantage of educational market participant.

Keywords: education quality and education competitiveness platform unity, education standardization systems, competitive policy on the education market.

