

ЭКОНОМИКА

Ревина Елена Владимировна

канд. экон. наук, доцент

ФГБОУ ВПО «Уральский государственный университет путей
сообщения»

г. Екатеринбург, Свердловская область

**ПРОБЛЕМА ИНФОРМАЦИОННОЙ АСИММЕТРИИ В ВЫСШЕМ
ОБРАЗОВАНИИ: МЕХАНИЗМЫ РЕШЕНИЯ**

***Аннотация:** в статье проанализированы методы уменьшения информационной асимметрии на рынке доверительных благ на примере рынка образовательных услуг высшего образования.*

***Ключевые слова:** информационная асимметрия, доверительные блага, предконтрактный оппортунизм, социально значимые блага.*

В экономической теории экономические блага в зависимости от величины трансакционных издержек на измерение их качества (издержек мониторинга) подразделяют на исследуемые, опытные и доверительные. Качество исследуемых благ относительно легко и без специальных затрат может быть оценено потребителем до их приобретения. Опытные блага характеризуются запретительно высокими издержками измерения качества до их покупки; знание о существенных характеристиках данных благ приобретается в процессе их потребления. Доверительными являются блага с высокими издержками мониторинга, как до их покупки, так и после их потребления из-за сложности вычисления положительного эффекта (или его отсутствия) ввиду сложности получаемого результата [1, с.77].

На рынках исследуемых благ информация между производителями и потребителями распределена симметрично. Рынки опытных и доверительных благ характеризуются информационной асимметрией, порождающей те или иные типы

оппортунистического поведения, прежде всего предконтрактного оппортунизма в форме неблагоприятного отбора.

Образовательные услуги высшего образования относятся к категории доверительных благ: их качество, проявляющееся в изменившемся уровне профессионально значимых знаний, умений, навыков, сформировавшихся профессиональных компетенциях выпускников, может быть оценено спустя значительное время после получения образовательных услуг и только на рынке труда.

Основными методами уменьшения информационной асимметрии на рынке образовательных услуг являются подача сигнала, используемая вузами как стороной, обладающей большей информацией, и самоотбор, применяемый потребителями образовательных услуг – потенциальными студентами и их родителями, предприятиями – работодателями, – располагающими меньшим объемом информации. При этом в случае образовательных услуг высшего образования, являющихся социально значимыми благами со значительными положительными экстерналиями, государство создает специальные механизмы, препятствующие недобросовестной конкуренции между вузами в форме создания видимости о высоком качестве образовательных услуг.

Основными способами, используемыми вузами для информирования потребителей, могут выступать:

- размещение на сайте вуза информации об основных образовательных программах: целях, задачах, содержании образовательных программ, их кадровом, учебно-методическом, информационном, материально-техническом обеспечении. Для подтверждения практикоориентированности образовательного процесса дополнительно может размещаться информация об участии предприятий – работодателей в организации образовательного процесса: о программах целевой подготовки, совместных образовательных и исследовательских проектах, дуальном образовании и др.;

- проведение традиционных дней открытых дверей, организация виртуальных экскурсий по учебно-лабораторной базе и объектам социальной инфраструктуры вуза;

– проведение открытых образовательных, научно-технических, социальных мероприятий (олимпиад, технических конкурсов, организация спортивных и творческих соревнований для учащихся школ и др.).

В последние годы большинство ведущих университетов мира в качестве дополнительного канала информирования потребителей о реализуемых образовательных программах, кадровом и научном потенциале учебных заведений используют массовые открытые онлайн-курсы (МООК), аудитория которых за последние 2-3 года продемонстрировала взрывной рост [3]. И в России ведущие вузы (МФТИ, СПбГУ, НИУ □ ВШЭ студентов и аспирантов, как на российском, так и на международном рынке, уже начали создавать свои МООК.

Потребители образовательных услуг высшего образования – студенты и их родители – используют стратегию самоотбора для выбора образовательной программы и вуза – субъекта оказания образовательных услуг. Однако, трансакционные издержки мониторинга в этом случае крайне велики из-за сложности определения положительного эффекта. Поэтому в качестве механизмов уменьшения информационной асимметрии и недопущения/ограничения недобросовестной конкуренции между вузами в форме сигнализации используются следующие инструменты государственного регулирования.

1. Определение приоритетных с точки зрения перспектив социально-экономического развития страны образовательных программ.

2. Государственное лицензирование и государственная аккредитация образовательных организаций: введение и мониторинг административных предписаний (стандартов качества) в отношении текущей деятельности вузов. Государственные органы в данном случае предъявляют требования не столько к достигаемому результату, сколько к образовательному процессу (содержанию образовательных программ, условиям предоставления образовательных услуг).

3. Мониторинг эффективности вузов, ежегодно проводимый Министерством образования и науки РФ.

Предприятиям также придется оценивать эффективность результатов образовательной деятельности вузов – качество выпускников, осваивая новые механизмы самоотбора. Это предполагает, во-первых, их участие в общественно-профессиональной аккредитации, которая проводится экспертами из научно-образовательного сообщества и профессиональных сообществ в отношении образовательных программ и в качестве цели ставит оценку профессиональной подготовки будущих специалистов, уровень сформированности профессиональных компетенций. Во-вторых, из представителей работодателей формируются агентства (например, Российский союз научных и инженерных организаций, СНИО), которые проводят сертификацию профессиональных квалификаций выпускников [2].

Таким образом, информационная асимметрия в высшем образовании является многоплановой проблемой, решение которой предполагает участие всех субъектов образовательной деятельности вузов. Появление новых образовательных технологий создает дополнительные возможности для уменьшения информационной асимметрии, являясь, вместе с тем, источником усиления конкурентной борьбы между субъектами предложения образовательных услуг высшего образования.

Список литературы

1. Институциональная экономика: новая институциональная экономическая теория [Текст]: учебник / Под общ. ред. д.э.н., проф. А.А. Аузана. – М.: ИНФРА-М, 2006. – 416 с.
2. Похолков, Ю.П. Общественно-профессиональная аккредитация образовательных программ. Кому и зачем она нужна?//Инженерное образование. – 2010. – № 6. – с.50–57.
3. Сараев, В. Неленинский университет миллионов // Эксперт. – 2014. – № 28. – с.49–54.