

УДК 37.014

В.И. Самаруха*Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация***А.В. Самаруха***Байкальский государственный университет,
г. Иркутск, Российская Федерация*

ТРАНСФОРМАЦИЯ РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

АННОТАЦИЯ. Современный рынок образовательных услуг претерпевает серьезные изменения. Стремительно развивающаяся цифровизация общественной жизни и экономических отношений, а также проявление глобальных финансовых, экологических и, в последнее время, биологических угроз, способствовали глобальному, широкомасштабному и повсеместному внедрению дистанционных образовательных технологий на всех уровнях традиционной системы образования. Этот процесс привел к началу трансформации рынка образовательных услуг и в Российской Федерации. Появление цифрового дистанционного образования на государственном уровне, по факту, изменило классификацию рынка образовательных услуг на фундаментальном уровне, выделив по отношению к рынку очных и заочных форм обучения — рынок дистанционных образовательных услуг. Возникли идеологические проблемы общественного восприятия возможных негативных результатов цифровизации образования, экономики и общества. Внедрение в систему управления обществом технологий, основанных на применении искусственного интеллекта, сформировали угрозу построения цифрового тоталитаризма. Перспектива цифрового проектирования общества будущих поколений на основе массовых усеченных дистанционных образовательных услуг должна быть центральной темой научных исследований и общественного обсуждения.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Рынок образовательных услуг, классификация, цифровая экономика, трансформация, цифровые образовательные услуги, регулирование, искусственный интеллект, проектирование общества.

ИНФОРМАЦИЯ О СТАТЬЕ. Дата поступления 21 мая 2020 г.; дата принятия к печати 19 июня 2020 г.; дата онлайн-размещения 20 июля 2020 г.

V.I. Samarukha*Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation***A.V. Samarukha***Baikal State University,
Irkutsk, Russian Federation*

TRANSFORMATION OF THE EDUCATIONAL SERVICES MARKET IN THE RUSSIAN FEDERATION

ABSTRACT. The modern market for educational services is undergoing major changes. The rapidly evolving digitalization of public life and economic relations, as well as the manifestation of global financial, environmental and, more recently, biological threats, have contributed to the global, large-scale and widespread introduction of remote educational technologies at all levels of the traditional education system. This process has led to the beginning of the transformation of the educational services market in the Russian Federation as well. The emergence of digital remote education at the state level, in fact, changed the classification of the educational services market at the fundamental level, highlighting, besides the market of

© Самаруха В.И., Самаруха А.В., 2020

on-campus and off-campus education, the market of remote educational services. Ideological problems of perception of possible negative results of education, economy and society digitalization by the public arose. The introduction of artificial intelligence-based technologies into the society management system has posed a threat of digital totalitarianism. The prospect of digital design of society in future generations based on mass truncated remote educational services should be a central topic of scientific research and public discussion.

KEYWORDS. Market of educational services, classification, digital economy, transformation, digital educational services, regulation, artificial intelligence, society design.

ARTICLE INFO. Received May 21, 2020; accepted June 19, 2020; available online July 20, 2020.

Введение

В современных условиях глобального, повсеместного и многоуровневого внедрения дистанционных образовательных технологий, вызванного социально-экономическими ограничениями передвижения населения в связи с распространением биологической угрозы, развитие рынка образовательных услуг получило цифровой вектор. Кроме того, стратегия цифровизации общества, озвученная и прописанная в президентских указах, государственных программах, национальных проектах и министерских документах Российской Федерации, определяют отсутствие спонтанности происходящих изменений и на рынке образовательных услуг, и в социальной сфере, и в экономике, и в области общественно-политических отношений. В этой связи, на наш взгляд, целесообразно оценить на фундаментальном уровне изменение классификации рынка образовательных услуг, так как образование является инструментом построения общества будущего и формирует фундамент совокупного человеческого капитала страны.

Цель задачи исследования

Целью научного исследования является выявление структурных изменений рынка образовательных услуг и их влияния на перспективы стратегического цифрового развития общества. В соответствии с целью определены задачи: теоретическое исследование специфики рынка образовательных услуг и его традиционной классификации; обоснование практического формирования новой научной позиции в структуре классификации образовательной сферы, связанной с внедрением дистанционных цифровых образовательных услуг; выявление перспектив стратегического развития дистанционных образовательных технологий и их влияния на государство, в аспекте цифрового проектирования общества.

Методология исследования

В процессе научного исследования применены теоретический анализ, обобщение, сравнительный анализ, абстрагирование, классифицирование, логический и дедуктивный методы постановки проблем, определения перспектив и формулирования выводов.

Основная часть

Образовательная услуга, как и любая другого вида услуга (товар), реализуется (оказывается) на открытом рынке, который различными авторами — учеными экономистами, на различных этапах развития экономической науки, понималась различно.

По мнению Ф. Котлера «рынок — это совокупность всех покупателей определенного вида товара или услуги, как реально существующих, так и по-

тенциальных» [1, с. 53]. И.Л. Акулич считает, что «рынок — совокупность существующих или потенциальных покупателей, объединенных либо географическим положением, либо потребностями, породившими соответствующий спрос» [2, с. 8].

Более конкретизировано круг участников в своей трактовке определяет Е.П. Голубков, по его мнению, «рынок — это совокупность существующих или потенциальных продавцов и покупателей каких-то продуктов, это место, где совершаются сделки» [3, с. 5]. Отличное от предыдущих авторов определение, относительно территориального расположения рынка, дают Т.С. Бронникова и А.Г. Чернявский, по мнению которых «рынок — это совокупность существующих и потенциальных покупателей товара. В развитом обществе рынок — это обязательно какое-то физическое место для совершения сделок» [4, с. 5].

Более расширенное определение дают Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева и С.А. Алиев, они определяют, что «рынок — это некий механизм, регулирующий все процессы в производстве, сбыте, потреблении, определяющий независимо от воли человека» [5, с. 113]. Не менее интересным представляется определение И.К. Беляевского, который считает, что «рынок — это сфера, где проходит обмен товаров на деньги, где товар находит покупателя, меняет владельца, потребитель удовлетворяет спрос, а продавец возмещает свои затраты и получает прибыль (или наоборот, терпит убытки)» [6, с. 12].

Обобщая однородные признаки различных определений, можно вывести упрощенное определение. По нашему мнению, рынок — это институт экономики, представленный совокупностью потенциальных и действующих потребителей и продавцов товара (услуг), а также регулируемыми рыночный процесс механизмами и инструментами.

Рынок образовательных услуг, соответственно, представляет собой взаимодействие спроса на образовательные услуги отдельных людей, организаций, государства и домохозяйств, и предложения образовательными заведениями в рамках бюджетных и коммерческих механизмов на основе отечественных и международных стандартов.

Кроме производителей (продавцов) и потребителей (покупателей) образовательных услуг в ряды участников рыночных отношений образовательной сферы включен широкий круг посредников, в том числе: биржи труда, службы занятости населения, органы регистрации, лицензирования, мониторинга и аккредитации образовательных организаций, образовательные фонды, ассоциации образовательных учреждений и объединения предприятий, специализированные образовательные центры и др. Все эти участники содействуют эффективному продвижению образовательных услуг на рынке и могут выполнять такие функции, как информирование, консультирование, участие в организации сбыта образовательных услуг и ресурсной поддержки образования.

Кроме того, отличительная особенность рынка образовательных услуг заключается в значительной роли государства и его органов управления. В частности, к их специфическим функциям в сфере образования относятся:

- создание, поддержка и укрепление благоприятного общественного мнения, позитивного имиджа образовательных институтов;
- гарантирование гуманистичности образования, единства федерального культурного и образовательного пространства, общедоступности и адаптивности образования, его светского характера, свободы и плюрализма, демократизма управления и автономности образовательных учреждений;
- финансирование образования и предоставление гарантий для долгосрочных инвестиций других субъектов в эту сферу;

- применение налоговых льгот и иных форм регулирования рынка в целях развития приоритетных специальностей, форм и методов подготовки специалистов, образования в целом;
- лицензирование и аттестация образовательных учреждений и программ по ассортименту и качеству услуг;
- информационное обеспечение образовательных учреждений и др.

Рынок образовательных услуг представлен всеми видами образовательных программ, образовательных учреждений и организаций, которые оказывают данный вид услуг, а также всей совокупностью потребителей образовательных услуг и регулирующих органов государственных и муниципальных властей, отечественных и международных механизмов, инструментов и стандартов.

Современная российская образовательная система начиная с 90-х гг. XX в. и по настоящее время пережила значительные преобразования [7; 8]. Произведенный переход от государственной монополии в образовательной сфере к смешанному государственному, муниципальному и частному (коммерческому) обучению, наряду с изменением принципов и структуры общественной жизни, послужил созданию и формированию рынка образовательных услуг [9], который совместно с рынком труда и информационным рынком оказывает существенное и активное воздействие на культурную и образовательную среду, а также на социально-экономическое развитие страны. Информатизация и современная цифровизация экономики, образовательной сферы и общества в целом, а также изменение условий функционирования и взаимодействия государственных учреждений и частных организаций привели к активному росту спроса на различные традиционные и инновационные виды образовательных услуг, прежде всего, — дистанционных.

Наиболее важным для социально-экономического развития в современном активно меняющемся на инновационных принципах обществе и мировом пространстве является высшее образование [10–12], которое предполагает подготовку обучение фундаментальным знаниям обучающихся по различным направлениям, включая смежные.

В настоящее время, большое множество образовательных потребностей находятся за пределами традиционных академических программ, в связи с чем, уже невозможно удовлетворить новые и перспективные запросы экономики и общества к содержанию и качеству образовательных услуг только лишь путем преобразования структуры образовательной системы — рынка образовательных услуг, так же как и простым изменением образовательных программ и технологий. В этой связи, будут происходить дальнейшие изменения сферы образовательных услуг.

Передовыми становятся уже не стандартные (традиционные) образовательные программы, а активно формирующиеся инновационные, дополнительные, соответствующие более узким специфическим запросам потребителей (обучающихся). Специальные краткосрочные дополнительные образовательные программы, которые можно назвать малыми формами образовательных услуг, формируют принципиально новый сегмент рынка образовательных услуг. Возникает угроза того, что масштабное внедрение дистанционных цифровых образовательных услуг приведет к распространению усеченных образовательных программ и, соответственно, к падению, и без того низкого, уровня образования будущих поколений.

Результаты исследования

В соответствии со ст. 10 Федерального Закона РФ «Об образовании в РФ»¹, структура системы образования (рынка образовательных услуг) и, соответственно,

¹ Об образовании в Российской Федерации : Федер. закон от 29 дек. 2012 г. N 273-ФЗ : (в ред. от 18 марта 2020 г. // ИПС «Гарант».

виды участников (производитель, потребитель и регулятор) рынка образовательных услуг и, собственно, сам продукт (услуга, товар) — образовательные услуги, представляются следующим образом, с учетом новейших изменений:

1. Рынок образовательных услуг (система образования) включает в себя следующие элементы:

1) **товар (услуга)** — федеральные государственные образовательные стандарты и федеральные государственные требования, образовательные стандарты, образовательные программы различных вида, уровня и (или) направленности, цифровая образовательная продукция и дистанционные цифровые образовательные услуги;

2) **продавец (производитель услуг)** — организации, осуществляющие образовательную деятельность и педагогические работники, производящие и реализующие образовательные программы, цифровую образовательную продукцию и дистанционные цифровые образовательные услуги;

3) **покупатель (потребитель услуг)** — обучающиеся и родители (законные представители) несовершеннолетних и совершеннолетних обучающихся;

4) **регуляторы:**

– федеральные государственные органы и органы государственной власти субъектов Российской Федерации, осуществляющие государственное управление в сфере образования, и органы местного самоуправления, осуществляющие управление в сфере образования, созданные ими консультативные, совещательные и иные органы;

– организации, осуществляющие обеспечение образовательной деятельности и оценку качества образования;

– объединения юридических лиц — работодателей, предприниматели (физические лица) — работодатели и их объединения, общественные объединения, осуществляющие деятельность в сфере образования.

2. Образовательные услуги, обеспечивающие возможность реализации права на образование в течение всей жизни (непрерывное образование), подразделяются на следующие элементы, по сути, образующие классификацию рынка образовательных услуг:

1) общее образование (очное, заочное, дистанционное):

дошкольное образование — детские сады, детские дома и интернаты (государственные, муниципальные, корпоративные, частные); институт «нянь» и секции раннего специализированного дошкольного развития (индивидуальные предприниматели и организации) и т.д.;

– **школьное образование** (начальное общее, основное общее, среднее общее) — школы, детские дома и интернаты (государственные, муниципальные, корпоративные, частные), лицеи, гимназии (государственные, муниципальные, корпоративные, частные) и т.д.;

– **альтернативное школьное образование** — школы (государственные, муниципальные, корпоративные, частные) с специальным уклоном (спортивным, музыкальным, физико-математическим, химическим, экономическим, юридическим, языковым, а также с отклонениями в развитии и здоровье и т.д.).

2) профессиональное образование (очное, заочное, дистанционное):

– **среднее профессиональное** — средние учебные заведения (государственные, муниципальные, корпоративные, частные), колледжи, училища (государственные, муниципальные, корпоративные, частные) и т.д.;

– **высшее** (бакалавриат, специалитет, магистратура; высшее — подготовка кадров высшей квалификации) — государственные: федеральные университеты, национальные научно-исследовательские университеты, опорные университеты,

специализированные и классические университеты, академии и институты; частные: институты, академии и университеты, зарубежные частные и государственные институты, академии и университеты, а также частные научно-исследовательские институты.

3) дополнительное образование (очное, заочное, дистанционное):

– *детское* (общеразвивающее и профессиональное):

а) школы: искусств, музыкальные, научно-технические, иностранных языков и т.д. (государственные, муниципальные, корпоративные, частные);

б) секции: спортивные, оздоровительные, музыкальные, инженерные и т.д. (государственные, муниципальные, корпоративные, частные);

в) курсы: научно-технического, культурного, религиозного развития и интеллектуального роста, народного творчества и т.д. (государственные, муниципальные, корпоративные, частные).

– *взрослое* (общеразвивающее и профессиональное):

а) секции: спортивные, оздоровительные, музыкальные, инженерные, иностранных языков, вождения автомобилей и т.д. (государственные, муниципальные, корпоративные, частные);

б) курсы: научно-технического, культурного, религиозного развития, интеллектуального и профессионального роста, народного творчества и т.д. (государственные, муниципальные, корпоративные, частные).

в) профессиональное обучение (очное, заочное, дистанционное):

г) курсы повышения квалификации по различным направлениям и профессиям (государственные, муниципальные, корпоративные, частные);

д) программы профессиональной переподготовки (государственные, муниципальные, корпоративные, частные).

3. Система образования (рынок образовательных услуг) создает условия для непрерывного образования посредством очной, заочной и дистанционной форм реализации основных образовательных программ и различных дополнительных образовательных программ, предоставления возможности одновременного освоения нескольких образовательных программ, а также учета при получении образования имеющихся: образования, квалификации, опыта практической деятельности.

Кроме того, современные подходы к развитию цифровых технологий в образовательной сфере реализуются в системах управления обществом. Создан и активно развивается проект «Университет 2035», который предполагает, в перспективе, применение технологии искусственного интеллекта и электронной копии гражданина для целей стороннего системного принятия решений в сфере определения направления формирования — построения человеческого капитала за каждого гражданина (в замен самостоятельного), учитывая цифровые данные по его биометрии, внешности, физическим возможностям и форме, состоянию здоровья, психологическим особенностям, интеллектуальным способностям, девиантным наклонностям и т.д., путем определения искусственным интеллектом рекомендуемых и разрешенных общеобразовательных, средне-профессиональных и/или высших образовательных программ для каждого конкретного человека, его профессии, его места работы и жительства, доступных ему материальных и общественных благ, и других возможностей.

Также общественное распространение получили перспективные планы по внедрению альтернативных документальному методу идентификации и биометрии личности, на основе массового внедрения кибер-физических и кибер-биологических технологий, что в простонародье именуется чипизацией населения.

Следует заметить, что в настоящее время многие компании и корпорации на добровольно-принудительном принципе, последние пять лет, уже внедряют

кибер-биологические чиповые подходы к своим сотрудникам, что позволяет им обойтись без пластиковых электронных карточек-пропусков и обеспечивать тем самым высокий уровень физической и экономической безопасности.

Однако в ближайшем будущем возможно применение более функциональной кибер-биологической технологии, позволяющей хранить и считывать с внедренного микро чипового устройства огромный объем постоянно обновляемой информации: резус-фактор крови, текущие биометрические данные здоровья (температура тела, внутривенное давление, содержание алкоголя, наркотиков в крови и другая биохимическая метрия крови), состояние финансовых обязательств, объем средств и лимитов на банковских дебетовых и кредитных счетах, данные по полученным образовательным услугам и о трудовой деятельности, данные по правонарушениям (административные, уголовные), место жительства и место прописки, биографическая информация, личная характеристика и т.д. и т.п.

Такие технологические и технические возможности в масштабном и многоуровневом внедрении позволят системе управления обеспечить достаточно точно цифровое проектирование гражданского общества и его развития, определяя потребность и формируя предложение в специалистах и работниках для решения социально-экономических задач на долгосрочную перспективу в строгом соответствии с планированием и производством материальных и общественных благ, и управлением доступа к знаниям и сферам их применения. С одной стороны, такая глубокая цифровизация, начиная с системы образования, действительно может быть высокоэффективной системой, способной решить почти все современные стоящие перед государством и глобальным обществом проблемы. С другой стороны, человек в такой системе становится расходным материалом и, следовательно, в руках недобросовестных операторов кибер-физических машин, наделенных искусственным интеллектом, цифровым образом проектирующих определяющих общественное развитие, такая цифровая экономика в апогее способна уничтожить само понятие «человек — свободный». По сути, опасения того, что такой путь развития может привести к цифровому тоталитаризму и фашизму — нельзя назвать излишними и не имеющими оснований.

Выводы

Подводя итоги, необходимо отметить, что рынок образовательных услуг в современном виде представлен широким многообразием видов и форм, как участников, так и услуг, и форм их предоставления. Сложность устройства рынка образовательных услуг делает очень сложным процесс его саморегуляции и управления им (регулирования) со стороны государства, однако, позволяет удовлетворить практически любые запросы общества и отдельных потребителей.

Цифровизация образовательной сферы и, соответственно, рынка образовательных услуг, с одной стороны, формирует новый класс услуг — дистанционных цифровых образовательных услуг, которые заместят большую часть рынка услуг по очной и заочной формам образования, с другой стороны, сделает образовательные услуги более доступными и менее дорогими для большинства населения страны. Однако, отсутствие прямого доступного технологически не ограниченно общения с преподавателем — производителем образовательной услуги, существенно ограничит возможность полноценной передачи опыта и мыслительных способностей, в том числе политической зрелости и воли, для этого большинства тогда, как материально и финансово обеспеченное меньшинство сможет получить доступ к полноценному, ничем не ограниченному образованию и, следовательно, к инструментам самореализации и рычагам управления обществом.

Фундаментальные структурные изменения рынка образовательных услуг могут естественным образом привести к ускоренному и еще более радикальному, чем в настоящее время, разделению общества на классы, по степени доступа к качественным знаниям, полезным умениям, востребованным навыкам и, как следствие к материальным и общественным благам.

Система образования и степень образованности народа страны является фундаментом развития ее общества во всех его сферах (научно-техническая, экономической, социальной, общественная, политическая) и пространственно-временных параметрах. Соответственно, можно предположить, что без серьезного общественного надзора существует вероятность того, что массовое, широкомасштабное и многоуровневое внедрение дистанционных цифровых технологий в систему образования и искусственного интеллекта в систему управления развитием общества, способно привести к цифровому проектированию общества будущих поколений, в котором граждане, получившие недорогое дистанционное образование, всегда и во всем будут ущемлены, по отношению к гражданам, получившим дорогое очное образование. На наш взгляд, вопросы недопущения этих проблем и обоснования гуманистических механизмов цифровизации общества должны стать центральными темами научных исследований и концептуальных предложений научного сообщества в настоящее время и на длительную перспективу.

Список использованной литературы

1. Основы маркетинга / Ф. Котлер [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Вильямс, 2000. — 464 с.
2. Аакер Д. Маркетинговые исследования / Д. Аакер, В. Кумар, Дж. Дэй. — Санкт-Петербург : Питер, 2004. — 848 с.
3. Голубков Е.П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е.П. Голубков. — Москва : Финпресс, 1998. — 416 с.
4. Божук С.Г. Маркетинговые исследования. Основные концепции и методы / С.Г. Божук. — Санкт-Петербург : Вектор, 2005. — 288 с.
5. Цахаев Р.К. Основы маркетинга : учебник / Р.К. Цахаев, Т.В. Муртузалиева, С.А. Алиев. — Москва : Экзамен, 2005. — 448 с.
6. Амблер Т. Практический маркетинг / Т. Амблер ; под ред. Ю.Н. Каптуревского. — Санкт-Петербург : Питер, 1999. — 400 с.
7. Баева О.Н. Обучение руководителей образовательных учреждений / О.Н. Баева // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2011. — № 6 (80) — С. 229–233.
8. Казарина Л.А. Доступность дошкольного образования как фактор активизации ресурсного потенциала региона / Л.А. Казарина, Е.И. Шабалина. — DOI : 10.17150/2072-0904.2015.6(2).26 // Известия Иркутской государственной экономической академии (Байкальский государственный университет экономики и права). — 2015. — Т. 6, № 2. — URL : <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=20038>.
9. Шуплецов А.Ф. Оптимизация программы деятельности образовательного учреждения при формировании процесса оказания услуг / А.Ф. Шуплецов, Ю.А. Скоробогатова // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2011. — № 6 (80). — С. 222–228.
10. Озерникова Т.Г. Качество образования — приоритет развития университета / Т.Г. Озерникова, Т.А. Бутакова. — DOI : 10.17150/1993-3541.2015.25(2).196-205 // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2015. — Т. 25, № 2. — С. 196–205.
11. Братищенко Д.В. Опыт разработки основной образовательной программы с учетом требований работодателей / Д.В. Братищенко // Известия Иркутской государственной экономической академии. — 2011. — № 5 (79). — С. 197–199.
12. Воронцова Е.Г. Исследование особенностей психологической готовности к профессиональной деятельности личности в образовательном пространстве вуза / Е.Г. Воронцова. — DOI: 10.17150/2411-6262.2018.9(3).4 // Baikal Research Journal. — 2018. — Т. 9, №3. — URL : <http://brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=22230>.

References

1. Kotler F., Armstrong G., Sonders Dzh., Vong V. *Principles of Marketing*. Prentice Hall, 1993, 1021 p. (Russ. ed.: Kotler F., Armstrong G., Sonders Dzh., Vong V. *Osnovy marketinga*. Moscow, Williams Publ., 2000. 464 p.)
2. Aaker D.A., Kumar V., Day G.S. *Marketing research*. New York, John Wiley & Sons, 2001. 751 p. (Russ. ed.: Aaker D.A., Kumar V., Day G.S. *Marketingovye issledovaniya*. Saint-Petersburg, Piter Publ., 2004. 848 p.)
3. Golubkov E.P. *Marketingovye issledovaniya: teoriya, metodologiya i praktika* [Marketing Research: Theory, Methodology and Practice]. Moscow, Finpress Publ., 1998. 416 p.
4. Bozhuk S.G. *Marketingovye issledovaniya. Osnovnye kontseptsii i metody* [Marketing Research. Basic Concepts and Methods]. Saint-Petersburg, Vektor Publ., 2005. 288 p.
5. Tsakhaev R.K., Murtuzaliev T.V., Aliev S.A. *Osnovy marketinga* [Principles of Marketing]. Moscow, Ekzamen Publ., 2005. 448 p.
6. Ambler T. *Marketing from Advertising to Zen*. London, FT Press, 1996. 365 p. (Russ. ed.: Ambler T. *Prakticheskii Marketing*. Saint-Petersburg, Piter Publ., 1999. 400 p.)
7. Baeva O.N. Professional Training for Administrative personnel of educational Institutions. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2011, no. 6 (80), pp. 229–233. (In Russian).
8. Kazarina L.A., Shabalina Ye.I. Availability of pre-school education as an activation factor for regional resource potential. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii (Baykalskiy gosudarstvennyy universitet ekonomiki i prava) = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy (Baikal State University of Economics and Law)*, 2015, vol. 6, no. 2. Available at: <http://eizvestia.isea.ru/reader/article.aspx?id=20038>. DOI: 10.17150/2072-0904.2015.6(2).26. (In Russian).
9. Shupletzov A.F., Skorobogatova Y.A. Optimization of Programme for Educational Institution's Activities at Providing Services. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2011, no. 6 (80), pp. 222–228. (In Russian).
10. Ozernikova T.G., Butakova T A. Education quality as a university's development priority. *Izvestiya Irkutskoy gosudarstvennoy ekonomicheskoy akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2015, vol. 25, no. 2, pp. 196–205. DOI: 10.17150/1993-3541.2015.25(2).196-205. (In Russian).
11. Bratischenko D.V. Experience in Developing Basic Educational Program to Meet the Requirements of Employers. *Izvestiya Irkutskoi gosudarstvennoi ekonomicheskoi akademii = Izvestiya of Irkutsk State Economics Academy*, 2011, no. 5 (79), pp. 197–199. (In Russian).
12. Vorontsova E.G. Study of Peculiarities of Psychological Readiness for Professional Activity of Personalities in University Educational Space. *Baikal Research Journal*, 2018, vol. 9, no. 3. Available at: <http://brj-bguep.ru/reader/article.aspx?id=22230>. DOI: 10.17150/2411-6262.2018.9(3).4. (In Russian).

Информация об авторах

Самаруха Виктор Иванович — доктор экономических наук, профессор, кафедра мировой экономики и экономической безопасности, заслуженный деятель науки Российской Федерации, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: oksalsam@mail.ru.

Самаруха Алексей Викторович — доктор экономических наук, профессор, кафедра экономики предприятия и предпринимательской деятельности, Байкальский государственный университет, г. Иркутск, Российская Федерация, e-mail: samarukha-alex@mail.ru.

Authors

Victor I. Samarukha — D.Sc. in Economics, Professor, Department of World Economics and Economic Security, Honored Scientist of the Russian Federation, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: oksajsam@mail.ru.

Alexey V. Samarukha — D.Sc. in Economics, Professor, Department of Enterprise Economy and Entrepreneurship, Baikal State University, Irkutsk, Russian Federation, e-mail: samarukha-alex@mail.ru.

Для цитирования

Самаруха В.И. Трансформация рынка образовательных услуг в Российской Федерации / В.И. Самаруха, А.В. Самаруха. — DOI: 10.17150/2411-6262.2020.11(2).5 // *Baikal Research Journal*. — 2020. — Т. 11, № 2.

For Citation

Samarukha V.I., Samarukha A.V. Transformation of the Educational Services Market in the Russian Federation. *Baikal Research Journal*, 2020, vol. 11, no. 2. DOI: 10.17150/2411-6262.2020.11(2).5. (In Russian).