



## Поведение субъектов рынка образования в условиях асимметричной информации

Тагаров Б.Ж.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Байкальский государственный университет, Иркутск, Россия

### АННОТАЦИЯ:

В данной статье автор рассматривает проблему асимметрии информации на примере рынка образования. В работе проводится анализ целей учебного заведения в условиях асимметрии информации на рынке труда. Отмечается, что большинство покупателей образовательных услуг интересуют не знания и навыки, а сигнальная функция документа об образовании. Формулируются условия эффективности документа об образовании как средства снижения асимметрии информации. Исходя из данных условий автор проводит анализ стратегии учебного заведения. Показывается влияние асимметрии информации между учебным заведением и целевой аудиторией на качество образования. Автор делает вывод о характере взаимозависимости производительности труда работника и уровня его образования.

**КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:** асимметрия информации, информация, рынок образования, рыночные сигналы, образование, рынок труда.

## Behavior of education market subjects under conditions of asymmetric information

Tagarov B.Zh.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Baikal State University, Russia

### Введение

Неравномерное распределение информации между участниками рыночных взаимодействий оказывает большое влияние на их характер и может снизить эффективность работы рыночного механизма или даже разрушить его. Ситуацию, когда один из субъектов сделки владеет большей информацией о ее параметрах и ходе реализации, чем остальные, называют асимметрией информации.

Различные аспекты данного явления исследуются довольно давно. В 1996 году экономисты Уильям Викри и Джеймс Миррлис стали лауреатами Нобелевской премии по экономике за «фундаментальный вклад в экономическую теорию стимулов и асимметричной информации». Награда была им присуждена за научные труды, изданные в середине XX века [1, 2] (Vickrey, 1947, Mirrlees, 1999). Ученые исследовали проблему эффективности системы налогообложения с точки зрения ее воз-

действия на принятие решений налогоплательщиками. Большой вклад в исследование асимметричной информации внес американский экономист Кеннет Эрроу, исследовавший влияние неполной информации на экономическое поведение [3] (*Ehrrou, 1995*). В 1970 году была опубликована статья Джорджа Акерлофа «Рынок лимонов: неопределенность качества и рыночный механизм» [4] (*Akerlof, 1970*), положившая начало изучению рынков с несовершенной информацией, в которой он раскрыл механизм работы «неблагоприятного отбора». В начале 1970-х Майкл Спенс описал модель рыночных сигналов, помогающих субъектам рынка снизить асимметрию информации [5] (*Spence, 1973*). Джозеф Стиглиц в своих работах исследовал равновесия на рынках с асимметричной информацией на примере рынков страхования и капитала [6] (*Stiglitz, 1976*). За вклад в «анализ рынков с асимметричной информацией» Акерлофу, Спенсу и Стиглицу была вручена Нобелевская премия по экономике в 2001 г. Ученые из Гарвардского университета Майкл Дженсен и Уильям Меклинг в статье 1976 года [7] (*Dzhensen, Mekling, 2004*) раскрыли проблему «принципал-агент», описывающую постконтрактное взаимодействие субъектов в условиях асимметрии информации в пользу исполнителя.

Проблема асимметрии информации наблюдается на многих рынках. Важнейшим фактором развития современной экономики становится система образования, работа которой связана с глубокими информационными проблемами. Поэтому актуальность исследования последствий асимметрии информации в этой области с каждым годом возрастает.

#### ABSTRACT:

In this article, the author discusses the issue of information asymmetry in the context of education market. This paper analyzes goals of the educational institution within the conditions of information asymmetry at the labor market. We note that the majority of clients of educational services are interested not in knowledge and skills, but in a signal function of the educational certificate. We define the factors of educational document efficiency as a means for reducing the information asymmetry. Based on these factors, the author analyzes the strategy of the educational institution. We show the impact of information asymmetry between the educational institution and the target audience on the quality of education. The author therefore concludes that the employee's performance depends on the level of his education.

**KEYWORDS:** information asymmetry, information, education market, market signals, education, labor market

JEL Classification: D22, D82, I21

Received: 16.04.2018 / Published: 31.05.2018

© Author(s) / Publication: CREATIVE ECONOMY Publishers  
For correspondence: Tagarov B.Zh. (batot@rambler.ru)

#### CITATION:

Tagarov B.Zh. (2018) Povedenie subektov rynka obrazovaniya v usloviyakh asimmetrich-noy informatsii [Behavior of education market subjects under conditions of asymmetric information]. *Kreativnaya ekonomika*. 12. (5). – 607-618. doi: 10.18334/ce.12.5.39032

В данной статье мы рассмотрим, как асимметричность информации на рынке труда воздействует на спрос на образовательные услуги, а также как асимметричность информации на рынке образования влияет на качество этих услуг.

### Сигнальная функция документа об образовании

Рынок образования представляет собой механизм взаимодействия покупателей образовательных услуг и их продавцов. Покупатели на рынке образования представлены абитуриентами и их родителями, планирующими получить один из уровней образования, и специалистами, желающими пройти обучение ради получения документа об образовании или профессиональных навыков. Кроме того, важную роль на рынке играют предприниматели и различного рода учреждения, которые собираются сделать инвестиции в развитие человеческого капитала своих сотрудников. Продавцами на этом рынке являются государственные учреждения, частные учебные заведения, действующие на основании государственных лицензий, а также продавцы различных учебных курсов, обучающие специальным навыкам.

Формально, товаром на рынке образования является процесс передачи явных и неявных знаний в определенных сферах, помогающий увеличить человеческий капитал покупателей. Но важно понимать, что мотивация покупателей гораздо сложнее. Зачастую, их интересует не приобретение знаний и навыков, а совершенно другие цели, имеющие неэкономический характер<sup>1</sup>. Главной же целью большинства учащихся, особенно государственных и частных учебных заведений высшего образования, является получение документа об образовании. Это объясняется двумя причинами: во-первых, наличие документа об образовании определенного уровня является необходимым формальным требованием во многих организациях; во-вторых, соискателям на рынке труда необходимо иметь возможность подать сигнал работодателям о своем качестве.

Большой вклад в исследования сигнальной функции образования внес Майкл Спенс. Рынок труда обладает высоким уровнем асимметрии информации, причем работодатель обладает преимуществом в информации об условиях труда, а соискатель – в информации о качестве своего человеческого капитала и усилиях, которые

<sup>1</sup> Целью многих учащихся является интересное времяпровождение и знакомство с новыми людьми, получение определенного социального статуса, нежелание служить в армии, получение комнаты в общежитии и т.п.

#### ОБ АВТОРЕ:

*Тагаров Бато Жаргалович*, доцент кафедры экономической теории и институциональной экономики (batot@rambler.ru)

#### ЦИТИРОВАТЬ СТАТЬЮ:

Тагаров Б.Ж. Поведение субъектов рынка образования в условиях асимметричной информации // Креативная экономика. – 2018. – Том 12. – № 5. – С. 607-618. doi: [10.18334/ce.12.5.39032](https://doi.org/10.18334/ce.12.5.39032)

он собирается прилагать на рабочем месте. Поскольку неравномерность распределения информации запускает процесс неблагоприятного отбора среди соискателей, «качественные» продавцы рабочей силы испытывают потребность в подаче сигнала о своем «высоком качестве» работодателям. Подобным сигналом может быть деловая репутация, стаж, внешность, возраст, пол и прочие признаки соискателя. Но главным сигналом является образование. Ведь образовательные характеристики рабочей силы являются базой для согласования предложения и спроса на рынке труда [8] (*Bylkov, 2017*). С помощью документов о полученном образовании, соискатели информируют работодателей об уровне производительности труда и прочих своих характеристиках.

Майкл Спенс считал, что образование влияет на равновесие на рынке труда гораздо сильнее, чем реальная производительность труда работников [5] (*Spence, 1973*). Другими словами, уровень заработной платы в большей степени определяется информацией об образовании сотрудника, чем его реальным вкладом в деятельность фирмы. Дело в том, что руководство компании не в состоянии определить качество соискателя и его желание работать и поэтому работодателям приходится устанавливать вознаграждение исходя из формальных признаков, наиболее явным из которых является уровень образования соискателя. Отсюда следует, что хотя компетентность выпускников одного учебного заведения может довольно сильно различаться, дипломированные соискатели имеют более высокие шансы получить высокооплачиваемую должность, чем специалисты такого же качества, но не имеющие его документального подтверждения.

Возникает ситуация, когда хорошие специалисты вынуждены нести дополнительные затраты на получение формального образования, даже если оно не увеличит эффективность их труда. Причем чем сильнее асимметрия информации между соискателем и работодателем, а также между работником и руководством, тем большее значение играет документ об образовании.

В результате специалистов, производительность труда которых работодатель может легко проверить, при получении образования будут интересовать реальные знания и получаемые навыки. Специалисты, чью компетентность трудно оценить, будут стремиться к получению формального удостоверения об образовании. Это объясняет, почему при росте спроса на рынке труда на специалистов в области информационных технологий, спрос на специальности, связанные с программированием в высших учебных заведениях, относительно невелик. Отсутствие потребности в дипломе и наличие потребности в реальных профессиональных навыках, приводит к тому, что данные специалисты предпочитают инвестировать свои средства в профессиональные курсы и самообразование. Клиентам высших учебных заведений приходится оплачивать не только получение профессиональных навыков, но и общеобразовательные дисциплины, имидж учреждения и уровень его престижности. Поэтому ИТ-специалисты не имеют большой мотивации тратить свои ресурсы на получение диплома. Люди, желающие работать, например, юристами, будут стремиться инвестировать не столько в

знания, сколько в получение диплома о высшем образовании, который будет являться хорошим информационным сигналом на рынке труда. Поэтому они готовы платить повышенную цену за диплом более престижного учебного заведения.

В связи с положительной зависимостью уровня заработной платы и уровня образования возникает вопрос: является ли документ о получении образования в качественном учебном заведении эффективным сигналом, снижающим асимметрию информации на рынке труда?

С одной стороны, наличие диплома об успешном окончании высшего учебного заведения говорит об инвестициях, сделанных соискателем в свой человеческий капитал, а значит, о высокой вероятности соответствия его компетентности стандартам качества, установленным для его выпускников. Кроме того, ученикам, обладающим высокими способностями и трудолюбием, получение образования обходится меньшими усилиями, чем остальным, а значит, такие ученики имеют больше шансов попасть в престижные учебные заведения. Следовательно, вероятность того, что выпускник будет обладать высокой эффективностью, повышается вместе с уровнем качества вуза. А значит, качественный диплом будет хорошим сигналом на рынке труда, отражающим реальную ценность его владельца.

### Поведение учебного заведения в условиях асимметричности информации

Качество образовательного учреждения с позиции теории асимметрии информации определяется не столько качеством передаваемых знаний, сколько эффективностью работы системы фильтрации, отсеивающей учеников, не имеющих нужных навыков для данной специальности, и сортирующей остальных по уровню качества. В то же время сам факт того, что диплом о высшем образовании позволяет претендовать на высокий уровень заработной платы, заставляет учеников сконцентрироваться не на повышении профессиональных навыков, а на окончании вуза и получении диплома. В результате, корреляция между наличием диплома вуза и качеством человеческого капитала его выпускников уменьшается.

Брайан Каплан, профессор экономики Принстонского университета, отмечает, что в среднем год образования добавляет к доходу человека от 8% до 11%. При этом увеличение образованности среди населения в среднем на один год на человека увеличивает доходы страны всего на 1–3%. Другими словами, образование приводит к существенному росту дохода у получивших его людей, хотя их производительность труда увеличивается весьма незначительно [9]. О проблеме низкого вклада высшего образования в человеческий капитал учащихся писал и Кеннет Эрроу: «Система образования, проблемы которой часто рассматривались в экономических исследованиях, является отраслью, предназначенной для передачи индивидам знаний, то есть информации. Критерием успешного выполнения поставленных перед ней задач считается процесс проверки знаний учащихся. Если бы этот процесс был полностью объективным, то все

хорошие ученики становились бы впоследствии хорошими работниками» [3] (Ehrrou, 1995).

### Условия эффективности диплома об образовании

Получается, что диплом снижает асимметрию информации, только в том случае, если его наличие действительно свидетельствует о высоком уровне производительности труда его владельца. Данное соответствие выполняется тогда, когда ученики, имеющие высокий уровень («хорошие» ученики) дисциплины и прочие положительные качества, могут довольно легко получить диплом, а ученики, не обладающие данными свойствами («плохие» ученики), не могут на него претендовать ни при каких условиях. Это и является первым условием, необходимым для того, чтобы диплом стал эффективным сигналом на рынке труда.

Для большого числа работодателей, принимающих на работу выпускников вузов и колледжей, определяющими качествами претендента являются не профессиональные навыки, которыми они рассчитывают его наделить в ходе трудовой деятельности, а их умственные способности и качества характера. Ведь именно они в конечном счете определяют потенциал будущего специалиста. С этой позиции процесс обучения в вузе и итоговые испытания, которым подвергается выпускник, можно рассматривать как своеобразный тест на уровень интеллекта и силу воли. Чем лучшими свойствами должен обладать ученик для успешного прохождения этого теста, тем о большем потенциале выпускника будет свидетельствовать соответствующий документ об образовании. Отсюда следует, что наличие в образовательной программе общих дисциплин, которые не формируют профессиональные компетенции учащихся, но являются довольно сложными для изучения (например, математика и философия), являются своеобразными фильтрами, затрудняющими успешное окончание вуза для «плохих» учеников. Так что «прагматический поворот» высшего образования, имеющий много сторонников [10] (Suhodolov, 2016), вряд ли необходим для повышения качества выпускников. К тому же жесткая направленность образовательной программы на профессиональный стандарт может привести к выпуску узкоспециализированных специалистов и, соответственно, к усилению структурной безработицы [11] (Ozernikova, 2018).

При этом любая лазейка, дающая возможность получить диплом «плохим» ученикам, будет снижать качество его информационной функции. Примером подобной ситуации может быть политика завышения оценок неуспевающим ученикам и моратория на отчисления из-за нежелания терять выручку и учебную нагрузку, а также перевод студентов на следующий курс на основе критериев, не связанных с уровнем освоения учебной программы (жалость к малообеспеченным ученикам, спортивная стипендия и т.п.). Снижение качества диплома из-за упрощения испытаний для учеников, уменьшающее издержки обучения для «плохих» учеников, увеличивает издержки для «хороших». Ведь сигнал о качестве, который будет подавать их диплом, станет слабее. А значит уровень заработной платы, на кото-

рый могут рассчитывать выпускники данного учебного заведения, понизится [12] (Golikov, 2011).

Как бы хорошо ни работала система отсева «плохих» учеников в учебном заведении, если работодатели не знают об этом, диплом не будет иметь в их глазах особой ценности. Поэтому вторым условием, позволяющим документу об образовании снизить асимметрию информации на рынке труда, является информированность работодателя о трудности его получения. Данное условие говорит о важности повышения государством престижа высшего образования и повышения требований к организациям, получившим право на его предоставления. Если наличие документа о высшем образовании, безотносительно в каком вузе оно было получено, будет говорить о высоком качестве его владельца как работника, то мотивация к его получению будет гораздо выше, а монопольная рента, получаемая известными вузами за счет высокого спроса на их дипломы, будет меньше. Это условие показывает важность подписания Россией Болонской декларации, поскольку переход всех российских вузов на двухуровневое образование в 2011 году улучшил качество сигнала отечественных дипломов на мировом рынке труда, сделав уровень квалификации их владельцев прозрачнее для работодателей из других стран [13] (Burdenko, 2017).

### Стратегия учебного заведения и качество образования

Вышеприведенные условия во многом обуславливают следующую рыночную стратегию учебного заведения. Образовательное учреждение может повысить требования к знаниям и навыкам учащихся и подать информацию об этом работодателям и потенциальным клиентам. Повышенные требования, при прочих равных условиях, сделают поступление в данное учебное заведение невыгодным для «плохих» учеников, что повысит качество будущих выпускников с точки зрения работодателей. «Хороших» учеников ужесточение требований, напротив, привлечет. Дело в том, что им благодаря способностям все равно будет легко получить диплом данного учреждения, а жесткие требования сделают его качество, а значит, и привлекательность, в их глазах выше. Это приведет к реальному повышению качества обучаемого контингента и повышению престижа образовательного учреждения, что позволит ему повысить стоимость обучения и привлечь более именитых сотрудников. Причем ценность привлекаемых сотрудников заключается не в их профессионализме, а в том сигнале о качестве обучения, который подаст целевой аудитории их наем. Этой же цели могут служить и другие меры, связанные с улучшением имиджа учебного заведения (например, красивое здание, хорошее оборудование, высокие места в различных рейтингах и т.п.).

Данная стратегия направлена на усиление информационной функции диплома и не обязательно связана с улучшением качества передаваемых знаний по причине сильнейшей асимметрии информации между клиентами учебного заведения, его преподавателями и руководством.

Образовательные услуги являются чем-то средним между экспериментальными и доверительными благами<sup>2</sup>, что обуславливает три основных проявления оппортунизма со стороны продавца: «Во-первых, продавец может поставлять на рынок и реализовывать товар низкого качества, выдавая его за высококачественный товар. Во-вторых, продавец может продавать покупателю излишний объем товара. В-третьих, продавец может выдавать себя за эксперта, будучи при этом некомпетентным» [14] (*Dondokov, 2010*). Рассмотрим данные виды оппортунистического поведения применительно к образованию.

Первое проявление оппортунизма можно проиллюстрировать следующим примером. Представим себе, что ректор вуза стоит перед выбором: направить свободные денежные средства на ремонт фасада здания вуза или на повышение квалификации преподавателей. Поскольку инвестиции в человеческий капитал преподавателей не повысят привлекательность вуза для абитуриентов, которые об этом не будут иметь представления, а фасад виден всем, ректор, конечно, выберет фасад. Как уже говорилось выше, инвестиции в повышение качества образования будут сделаны только в том случае, если это создаст положительный информационный сигнал для клиентов и работодателей. Оппортунизм, связанный с продажей лишнего товара, в учебных заведениях проявляется в построении такой программы курса, которая направлена на максимизацию дохода преподавателей, а не на повышение компетентности учащихся. Что касается некомпетентности продавца, выдающего себя за эксперта, то в случае с образованием это выражается в непрофессионализме сотрудников, выявление которого весьма затруднено из-за асимметрии информации между учениками и преподавателями в пользу последних.

Отсюда можно констатировать, что учебные заведения, обучающие профессиям, связанным с высоким уровнем асимметрии информации на рынке труда, не имеют высокой мотивации повышать реальную производительность труда своих студентов. В результате, целью учебного заведения становится не качественное обучение учащихся, а производство информации о высоком качестве его выпускников. Внимание реальному качеству образования уделяется лишь в той степени, насколько оно будет способствовать созданию этой информации. Низкую степень влияния высшего образования на производительность труда показывает и статистика. Так, по данным Высшей школы экономики, удельный вес взрослого населения России, имеющего высшее образование, в 2014 году составлял 27,3%, а в 2015 году вырос до 30,4% [15]. Производительность же труда в 2015 году составила 96,8% от показателя 2015 года [16] (*Sokolova, 2017*).

Если же для учебного заведения основным источником дохода является не продажа своих услуг на рынке, а бюджетное финансирование, то ситуация меняется

<sup>2</sup> К экспериментальным благам относятся блага, качество которых можно установить лишь после их потребления. К доверительным благам относятся блага, качество которых покупатель не может определить даже после их потребления.

незначительно. В этом случае его целью по-прежнему остается производство информации о высоком качестве услуг, но целевой аудиторией информационного сигнала становится соответствующий контролирующий орган власти. Сигнал о качестве образования теперь будет выражаться в формальном выполнении требований министерства. Поскольку асимметрия информации о ситуации в вузе между руководством учебного заведения и чиновниками также весьма велика, то достижение целевых значений показателей, заданных последними, не оказывает существенного влияния на образовательный процесс.

### Заключение

Главной целью покупателей образовательных услуг учебных заведений является не совокупность знаний и профессиональных навыков, а получение документа об образовании, который является одним из главных информационных сигналов на рынке труда. Причем особенно актуальной данная цель становится для лиц, получающих профессию, связанную с высоким уровнем асимметрии информации на рынке труда.

Эта цель формирует спрос, а значит, и стратегию учебных заведений, которые вынуждены на него ориентироваться. Образовательным учреждениям приходится концентрироваться не на повышении качества процесса обучения, а на повышении качества их диплома как сигнала о качестве выпускника. Для этого им необходимо показать своей целевой аудитории, что «плохим» ученикам получить диплом будет невозможно.

Из-за асимметрии информации в пользу учебного заведения оно имеет стимулы не улучшать его реальное качество, а производить информацию о том, что качество повышается. В результате связь между наличием документа об образовании и реальной производительностью соискателя становится незначительной.

### ИСТОЧНИКИ:

1. Vickrey W. Agenda for Progressive Taxation. - New York: The Ronald Press Company, 1947. – 496 p.
2. Mirrlees J.A. The Theory of Moral Hazard and Unobservable Behaviour // The Review of Economic Studies, 1999. – № 1. – p. 3-21.
3. Эрроу К.Дж. Информация и экономическое поведение // Вопросы экономики, 1995. – № 5.
4. George A. Akerlof The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism // The Quarterly Journal of Economics, 1970. – № 84(3).
5. Spence M. Job market signaling // Quarterly Journal of Economics, 1973. – № 87(3).
6. Rothschild M., Stiglitz J.E. Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information // Quarterly Journal of Economics, 1976. – № 90(4).
7. Дженсен М., Меклинг Х. Теория фирмы: поведение менеджеров, агентские издержки и структура собственности // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия. Менеджмент, 2004. – № 4.

8. Былков В.Г. Предложение на рынке труда: методология, природа формирования // *Baikal Research Journal*, 2017. – № 4. – doi: 10.17150/2411-6262.2017.8(4).1.
9. Мир без высшего образования для всех может стать лучше. *Vc.ru*. [Электронный ресурс]. URL: <https://vc.ru/32308-mir-bez-vysshego-obrazovaniya-dlya-vseh-mozhet-stat-luchshe>.
10. Суходолов А.П. «Прагматический поворот» траектории развития высшей школы: уроки истории // *Известия Иркутской государственной экономической академии*, 2016. – № 2. – doi: 10.17150/1993-3541.2016.26(2).167-174.
11. Озерникова Т.Г. Пензина О.Н. О применении профессиональных стандартов при проектировании образовательных программ в вузе // *Baikal Research Journal*, 2018. – № 1. – doi: 10.17150/2411-6262.2018.9(1).11.
12. Голиков Ю.А., Сульгина Л.Ю. Изменение цены товара под воздействием асимметрии информации // *Российское предпринимательство*, 2011. – № 8.
13. Бурденко Е.В. Экономика знаний и интеграция российского образования в европейский рынок образовательных услуг // *Креативная экономика*, 2017. – № 11. – doi: 10.18334/ce.11.11.38485.
14. Дондиков С.Б. Недобросовестное поведение вузов в образовательных отношениях // *Вопросы экономики и права*, 2010. – № 11.
15. Бородина Д.Р., Гохберг Л.М., Жихарева О.Б. и др. Образование в цифрах: 2017: Краткий статистический сборник. – М.: НИУ-ВШЭ, 2017.
16. Соколова Л.Г. Концепция роста производительности в Российской Федерации // *Baikal Research Journal*, 2017. – № 2. – doi: 10.17150/2411-6262.2017.8(2).25.

## REFERENCES:

- Borodina D.R., Gokhberg L.M., Zhikhareva O.B. i dr (2017). *Obrazovanie v tsifrakh: 2017 [Education in Figures: 2017]* М.: NIU VShE. (in Russian).
- Burdenko E.V. (2017). *Ekonomika znaniy i integratsiya rossiyskogo obrazovaniya v evropeyskiy rynek obrazovatelnykh uslug [Knowledge economy and integration of Russian education in the European market of educational services]*. *Creative economy*. 11 (11). (in Russian). doi: 10.18334/ce.11.11.38485.
- Bylkov V.G. (2017). *Predlozhenie na rynke truda: metodologiya, priroda formirovaniya [Supply on the Labor Market: Methodology, Nature of Formation]*. *Baikal Research Journal*. 8 (4). (in Russian). doi: 10.17150/2411-6262.2017.8(4).1.
- Dondikov S.B. (2010). *Nedobrosovestnoe povedenie vuzov v obrazovatelnykh otnosheniyakh [Unfair behavior of universities in educational relations]*. *Issues of economics and law*. (11). (in Russian).
- Dzhensen M., Mekling X. (2004). *Teoriya firmy: povedenie menedzherov, agentskie izderzhki i struktura sobstvennosti [Theory of the firm: behavior of managers, agency costs and ownership structure]*. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Seriya. Menedzhment*. (4). (in Russian).

- Errou K.Dzh. (1995). Informatsiya i ekonomicheskoe povedenie [Information and Economic Behavior]. Voprosy Ekonomiki. (5). (in Russian).
- George A. Akerlof (1970). The Market for «Lemons»: Quality Uncertainty and the Market Mechanism The Quarterly Journal of Economics. (84(3)).
- Golikov Yu.A., Sulgina L.Yu. (2011). Izmenenie tseny tovara pod vozdeystviem asimmetrii informatsii [Change in the price of goods under the influence of information asymmetry]. Russian Journal of Entrepreneurship. 12 (8). (in Russian).
- Mirrlees J.A. (1999). The Theory of Moral Hazard and Unobservable Behaviour The Review of Economic Studies. 66 (1).
- Ozernikova T.G. Penzina O.N. (2018). O primenении professionalnyh standartov pri proektirovanii obrazovatelnyh programm v vuze [On the application of professional standards in the design of educational programs at university]. Baikal Research Journal. 9 (1). (in Russian). doi: 10.17150/2411-6262.2018.9(1).11.
- Rothschild M., Stiglitz J.E. (1976). Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information Quarterly Journal of Economics. (90(4)).
- Sokolova L.G. (2017). Kontseptsiya rosta proizvoditelnosti v Rossiyskoy Federatsii [Conception of productivity increase in the Russian Federation]. Baikal Research Journal. 8 (2). (in Russian). doi: 10.17150/2411- 6262.2017.8(2).25.
- Spence M. (1973). Job market signaling Quarterly Journal of Economics. (87(3)).
- Sukhodolov A.P. (2016). «Pragmaticheskiy povорот» traektorii razvitiya vysshey shkoly: uroki istorii [The “pragmatic turn” in the university education development]. News of the Irkutsk State Economic Academy (Scientific Journal of Baikal State University). 26 (2).. (in Russian). doi: 10.17150/1993-3541.2016.26(2).167-174.
- Vickrey W. (1947). Agenda for Progressive Taxation New York: The Ronald Press Company.

