

## ОТНОШЕНЧЕСКИЙ КОНТРАКТ НА ОБЩЕНАЦИОНАЛЬНОМ РЫНКЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

*Н.Ю. Власова, Е.Л. Молокова*

*Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Россия*

В статье на основе анализа положений классической, неоклассической и институциональных концепций расширены теоретические взгляды на сущность общенационального рынка высшего образования в контексте теории отношенческих контрактов. Систематизируются специфические черты рынка высшего образования, оказывающие влияние на характер взаимодействий между основными стейкхолдерами и на формирование отношенческих контрактов. Контракт на рынке высшего образования рассматривается как общественное отношение, структурированное посредством набора формальных и неформальных правил, координирующих обмен правами между акторами рынка высшего образования. Анализируются сущностные характеристики отношенческих контрактов применительно к общенациональному рынку высшего образования. Выявляются функциональные значения доверия с точки зрения экономики и определяются параметры риска для возникновения и изменения степени доверия. Подчеркивается значимость феномена «обобщенного доверия» – уверенности в экспертных системах, одной из которых является система высшего образования. Институциональное доверие рассматривается как механизм координации стейкхолдеров рынка высшего образования. Представленный анализ позволяет моделировать структуру исследуемого рынка с учетом характеристики формальных и неформальных институтов институциональной среды высшего образования.

**Ключевые слова:** рынок высшего образования, институциональная теория, институциональная среда, отношенческий контракт, сеть контрактов, формальные и неформальные институты.

В экономической теории существует значительное разнообразие точек зрения не только на собственно определение рынка, но и на его природу. Не ставя задачи исчерпывающим образом осветить существующие взгляды, опираясь на исследования Р. Бойе, приведем лишь некоторые из концепций: рынок как пространство для встречи продавца и покупателя; территория реализации актов купли-продажи; суммарный платежеспособный спрос; саморегулирующийся механизм спроса и предложения; экономическая система [13]. Задачи настоящего исследования требуют более расширительного подхода к пониманию сущности рынка высшего образования в силу его специфических особенностей:

– абсолютные, а не относительные общественные отношения, реализующиеся во взаимодействии не только конкретных акторов между собой, но и неопределенного круга лиц, участвующих в рыночных отношениях посредством общественных институтов<sup>1</sup>;

– влияние на спрос и предложение расширенного комплекса факторов, в частности общественного мнения, традиций, взглядов (неформальных

институтов), государственной политики (формальных институтов);

– важная социальная и культурная роль высшего образования обуславливает позиционирование рынка не только в экономических, но и социокультурных координатах.

Отметим, что с одной стороны, основываясь на классической и неоклассической экономической теории, рынок может рассматриваться как способ координации взаимодействий его участников. Однако очевидно, что рынок высшего образования в силу наличия множества неформальных норм, регулирующих взаимодействия, не может обеспечить надлежащую координацию участников. Координация в описанных случаях обеспечивается взаимосвязанными, часто взаимообусловленными социальными, экономическими, политическими, культурными и иными отношениями, приобретающими форму сети. Следует согласиться с представителями неинституциональной теории, интерпретирующими рынок в качестве социального устройства, опосредующего повторяющийся обмен [9, с. 356–357].

Представляется, что обобщение вышеприведенных характеристик позволит трактовать рынок высшего образования как универсальное средство организации общественных отношений, имеющее форму сети.

Отметим, что акторы общественных отношений высшего образования уязвимы, поскольку не

<sup>1</sup> Юридическая терминология: в абсолютных правоотношениях управомоченному субъекту противостоит неограниченный круг обязанных лиц, в относительных правоотношениях управомоченному субъекту противостоит конкретное обязанное лицо.

могут с легкостью и в короткие сроки сменить поставщика/потребителя и зависимы от личных качеств потребителя и профессионализма поставщика, поведения государства, конъюнктуры рынка труда и др. В результате простой рыночный обмен на рынке высшего образования заменяется более сложной, но более надежной контрактацией, гарантирующей некоторую стабильность и соблюдение правил. Подчеркнем, что в рамках данного исследования под отношенческой контрактацией, детально изученной О. Уильямсоном, с одной стороны, будем понимать трансакцию (сделку), а с другой стороны, данная категория соответствует более широкой трактовке трансакции как общественного отношения, предложенной Дж. Постом и его соавторами [17].

Рабочим определением контракта на рынке высшего образования будем считать общественное отношение, структурированное посредством набора формальных и неформальных правил, координирующих обмен правами между акторами рынка высшего образования.

В контексте данной части исследования представляется важной классификация, предложенная Я. Макнейлом [16] и используемая О.И. Уильямсоном для описания отношенческих контрактов [7]. Данная классификация характеризует силу юридического оформления – классический, неоклассический, отношенческий контракты. В последнем неформальные нормы преобладают по силе воздействия над формальными, в основе таких контрактов лежит доверие субъектов.

Как подчеркивают Дементьев В.Е. и Устюжанина Е.В., контракт может быть добровольным (при формальном равенстве сторон и наличии свободы воли при заключении контракта) или навязанным. Причем навязанный контракт может в значительной мере быть следствием традиций, которые основываются на культурном принуждении и/или общих ожиданиях [2].

Контракт на рынке высшего образования является неполным в силу следующих факторов: ограниченная рациональность и оппортунизм участников, наличие непроверяемых переменных, имеющих отношение к выполнению контракта, длительность реализации контракта, высокая динамика изменений институциональной среды.

В качестве рабочей можно использовать концепцию «контракта как рамки», выдвинутой К. Льювеллином, отмечающим, что контракт не отражает точно характеристику сложившихся отношений, но служит их основой, ориентиром и высшей нормой в случаях возникновения сомнений и разногласий [15].

Подчеркнем, что большинство контрактов на рынке высшего образования являются неоклассическими, и в отличие от классического контракта не имеют четкой формализации всех отношений, не являются дискретными и презентативными, отсутствует система рыночного управления.

Однако следует обратить внимание и на наличие в ряду институциональных соглашений субъектов высшего образования менее формализованных, опирающихся преимущественно на неформальные нормы имплицитных контрактов. В частности, к таким контрактам можно отнести соглашения между преподавателем и студентом, между студентами, контракты между образовательными организациями высшего образования и работодателями, не опосредованные письменной формой.

Отметим, что контрактация не может рассматриваться только в поле формальных институтов и в отрыве от социальных рамок неформальных отношений. Существенное значение могут иметь региональные различия, что также сказывается на специфике институциональной среды [4].

И если полный контракт не может рассматриваться вне поддержки формальных институтов, то неполный контракт во многом гарантируется неформальными институтами. Там, где в силу определенных обстоятельств контракт не может быть полным (имплицитный контракт), формальное регулирование бессильно, оно заменяется более гибкой формой отношенческой контрактации, основанной на социально значимых институтах.

Таким образом, возникновение отношенческих контрактов обусловлено их неполнотой в силу указанных выше причин. В основу дальнейших рассуждений положена теория отношенческих контрактов О.И. Уильямсона. Далее уточним теоретические подходы к научному пониманию категории «отношенческий контракт». По Уильямсону отношенческий контракт используется в случае повторяющихся (длительных) и нестандартных трансакций, требующих специфических инвестиций в человеческие или физические активы [7, с. 109–110]. Важнейшим признаком отношенческого контракта, по мнению ученого, является значение личности сторон и взаимное доверие. В научной литературе такого рода контракты характеризуются как долгосрочные отношения, основанные на ожиданиях соответствующего поведения партнеров, их взаимной приверженности и приносящие дополнительные выгоды всем вовлеченным в них сторонам. Особенными являются и характерные для таких контрактов инвестиции в специфические активы, и в первую очередь инвестиции в человеческий капитал [5, с. 92].

Для отношенческого обмена характерны долгосрочные, продолжающиеся, персонализированные, социальные и кооперативные связи, основанные на взаимном доверии.

Теория отношенческих контрактов обязана своим появлением Стюарту Маклею и Яну Макнейлу [4, с. 357]. В основе теории лежит утверждение, что в отношенческих контрактах рыночные стимулы уступают место доверию.

Доверие принадлежит к числу фундаментальных, важнейших психических состояний человека. Не претендуя на полноту анализа категории «до-

верие» и не останавливаясь на социо-психологическом и лингвистическом аспектах данного явления, акцентируем внимание на анализе «доверия» в экономических координатах.

К анализу категории доверия обращались представители различных экономических школ. Эволюционная экономика (Дж. Ходжсон [11], А. Хайек [10]) рассматривает доверие как неотъемлемый элемент экономических отношений, ценность неподлежащая контракту, оно ускоряет и повышает эффективность принятия решений в условиях недостаточности или низкого качества информации. В рамках микроэкономики доверие и сотрудничество имеют функциональное значение. Рационалистическая концепция (Ф. Фукуяма [8]) напротив, утверждает презумпцию добросовестности, которая в свою очередь обуславливает доверие. В рамках концепции социального капитала (П. Дасгупта [14], В. Стоун [18], Р. Путнам, П. Штомпка) доверие рассматривается как ожидания относительно действий других, основанные на собственном выборе человека, который он делает в условиях невозможности заранее проконтролировать действия других.

В свою очередь, теория рационального выбора (Дж. Коулмен, Р. Хардин, О. Уильямсон) исследует доверие в качестве предмета рационального процесса принятия решения в ситуации, где доверительные отношения ничем не отличаются от других.

В рамках неонституционализма подчеркивается презумпция отсутствия доверия. Представляется, что именно в новой институциональной теории была явно представлена проблема доверия. Согласимся с обобщением теорий Р. Коуза, Д. Норта и О. Уильямсона в контексте исследования доверия, ключевой идеей является мысль: «чем выше доверие, тем ниже транзакционные издержки» [3, с. 270].

Анализ теоретических подходов к исследуемой категории позволил выделить важнейшую, с нашей точки зрения, характеристику доверия: несмотря на то, что доверие — это внутреннее чувство, оно предполагает некоторые ожидания относительно иных лиц. Эта характеристика имманентна отношениям стейкхолдеров на рынке высшего образования. В исследованиях Дж. Мейера и Б. Роузена отмечается, что все субъекты взаимодействуют в общем социальном пространстве, в котором определяется, что считается нормой и далее реализуется через практики и политики [6]. Таким образом, устанавливая доверительные отношения, стейкхолдеры цементируют общее социальное пространство, делая его предсказуемым и понятным.

Согласимся с Ф. Теннис [19, с. 193] о наибольшем значении доверия в отношениях, имеющих временной лаг от возникновения до реализации обязательств, что характерно для высшего образования. Э. Гидденс, Н. Луман рассматривают его в качестве наиболее эффективного способа органи-

зации длительных взаимодействий в современной социальной системе, особенно в ситуациях пространственно-временных разрывов [1, с. 140–143].

Отметим также значение риска для возникновения и изменения степени доверия. В контексте сказанного, важной представляется работа П. Блау, в которой степень риска увязывается с силой доверия: чем меньше риск, тем менее востребовано доверие [12, с. 94]. Сказанное характеризует рынок высшего образования, в рамках которого реализация обязательств образовательных организаций надлежащим образом не всегда ведет к ожидаемым результатам обучения в силу реляционной составляющей исследуемых отношений, формирующей риски.

Акторы высшего образования ограниченно рациональны в силу множества факторов, отклоняющих от положения «полной и совершенной информации» [6].

В условиях систематических реформ высшего образования актуальным и обуславливающим возникновение доверительных отношений становится проблема поддержания стабильности жизненного пространства отдельного индивида по Э. Гидденсу. Такое отношение, по его мнению, является важнейшим условием воспроизводства социальных институтов и стабильности социального мира.

Основываясь на работах Г. Зиммеля, Ф. Теннис, П. Блау, подчеркнем, что в контексте данного исследования доверие не является характеристикой исключительно индивидуальных межличностных отношений (родственных, дружеских), напротив доверие предполагает возможность установления взаимодействий в условиях отсутствия опыта непосредственного общения. Опираясь на Э. Гидденса, подчеркнем, что речь идет не о доверии конкретному индивиду, но о феномене «обобщенного доверия» — уверенности в экспертных системах, одной из которых является система высшего образования.

В науке выделяют два типа доверия: межличностное и институциональное [3, с. 289], при этом второй вид (доверие людей к общественным институтам и их представителям) возникает в обществе, где существует координация общественных отношений институтами власти (суды, полиция, иные гарантирующие организации). Именно институциональное доверие характерно для стейкхолдеров высшего образования в силу наличия в образовательных общественных отношениях институтов, гарантирующих качество — в большей степени государственное регулирование и в меньшей степени общественное участие в оценке качества. Соответственно, институциональное доверие рассматривается как механизм координации стейкхолдеров рынка высшего образования.

Таким образом, экономическая целесообразность доверительных отношений обусловлена тенденцией к снижению транзакционных издержек стейкхолдеров образования, выражающаяся в не-

обходимости предконтрактной проверки сделки на рынке высшего образования [15]. Сложность проверки качества образовательного продукта в короткий период в условиях множества отклонений от положения «полной и совершенной информации» увеличивает издержки потребителя.

В свою очередь, невозможность тотального контроля общественных отношений в области высшего образования со стороны государства обусловлена неопределенностью формальной части институциональной среды, снижающей предсказуемость поведения акторов, возникающей в реформенные периоды и характерная для современного состояния институциональной среды российского высшего образования. Соглашаясь с Э. Гидденсом отметим, что доверие не индивидам, но экспертной системе в указанных условиях обеспечивает стабильность длительных отношений, необходимых для освоения образовательной программы. Также характерным для данного вида отношений является востребованность государственного регулирования и общественного контроля рынка высшего образования, обусловленная необходимостью координации и гарантирования стабильности отношений стейкхолдеров.

### Литература

1. Алексеева, А.Ю. Концептуальные основы исследования феномена доверия: обзор основных подходов / А.Ю. Алексеева // Институциональный анализ: методы и результаты. – С. 136–148. – [http://www.nsu.ru/rs/mw/link/Media:/22283/10\\_Aleks\\_eeva.pdf/](http://www.nsu.ru/rs/mw/link/Media:/22283/10_Aleks_eeva.pdf/) (дата обращения 12.04.2017).
2. Дементьев, В.Е. Проблема власти с точки зрения институционального подхода / В.Е. Дементьев, Е.В. Устюжанина // *Journal of Institutional Studies* (Журнал институциональных исследований). – 2016. – Т. 8, № 3. – С. 91–101.
3. Доверие и недоверие в условиях развития гражданского общества / отв. ред. А.Б. Купрейченко, И.В. Мерсияновой. – М.: Издат. дом НИУ ВШЭ, 2013. – 564 с.
4. Каточков, В.М. Структурно-функциональные особенности современного рынка услуг / В.М. Каточков // *Российское предпринимательство*. – 2013. – № 12 (234). – С. 126–131.
5. Кузьминов, Я.И. Курс институциональной экономики: институты, сети, транзакционные издержки, контракты: учебник для студентов вузов / Я.И. Кузьминов, К.А. Бендукидзе, М.М. Юдкевич. – М.: Издат. дом ГУ ВШЭ, 2006. – 442 с.
6. Мейер, Дж. Институционализированные организации: формальная структура как миф и церемониал / Дж. Мейер, Б. Роуэн, Г.Б. Юдин // *Экономическая социология*. – 2011. – Т. 12, № 1. – С. 43–67.
7. Уильямсон, О.И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция / О.И. Уильямсон. – СПб.: Лениздат, 1996. – 465 с.
8. Фукуяма, Ф. Доверие: социальные добродетели и путь к процветанию / Ф. Фукуяма; пер. с англ., под ред. М. Колопотина. – М.: АСТ, 2006. – 255 с.
9. Фуруботн, Э.Г. Институты и экономическая теория: Достижения новой институциональной экономической теории / Э.Г. Фуруботн, Р. Рихтер; пер. с англ. под ред. В.С. Каткало, Н.П. Дроздовой. – СПб.: Издат. дом СПбГУ, 2005. – 702 с.
10. Хайек, А. Пагубная самонадеянность. Ошибка социализма / А. Хайек; пер. с англ. – М.: Изд-во «Новости» при уч. изд-ва «Catallaxy», 1992. – 304 с.
11. Ходжсон, Дж. Экономическая теория и институты. Манифест современной институциональной экономической теории / Дж. Ходжсон; пер. с англ. – М.: ДЕЛО, 2003. – С. 180–181.
12. Blau, P.M. Exchange and power in social life / P.M. Blau. – New York: Wiley, 1964. – 352 p.
13. Boyer, R. The Variety and Unequal Performance of Really Existing Markets: Farewell to Doctor Pangloss, in: Hollingsworth, J.R. and Boyer, R. (eds.). *Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions*. Cambridge: Cambridge University Press, 1999. – P. 62–65.
14. Dasgupta P. Trust as a Commodity/ Trust: Making and Breaking Cooperative Relations, electronic edition, Department of Sociology, University of Oxford, 2000. Chapter 4. – P. 49–72.
15. Llewellyn K.N. What Price Contract? An Essay in Perspective // *Yale Law Journal*. – 1931. – Vol. 40. – P. 704–751.
16. Macneil I. Many Features of Contracts// *Southern California Law Review*. – 1974. – Vol. 47. – P. 691–816.
17. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth. Stanford University Press: Stanford, CA. 2002. – 376 p.
18. Stone W. Measuring social capital // *Research Paper*, № 24, Feb. 2001. Australian Institute of family studies. – 46 p. – [http://cedarscenter.com/resources/Measuring\\_Social\\_Capital.pdf/](http://cedarscenter.com/resources/Measuring_Social_Capital.pdf/) (дата обращения 07.03.2017).
19. Tönnies F. Community and society. New Brunswick: Transaction publishers, 1993. – 289 p.

Власова Наталья Юрьевна, доктор экономических наук, профессор, кафедра государственного и муниципального управления, Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург), nat-vlasova@yandex.ru

Молокова Елена Леонидовна, доцент, кафедра государственного и муниципального управления, Уральский государственный экономический университет (г. Екатеринбург), elmo.sm@mail.ru

Поступила в редакцию 10 июля 2017 г.

DOI: 10.14529/em170301

## RELATIONSHIP CONTRACT IN THE NATIONAL MARKET OF HIGHER EDUCATION

*N.Yu. Vlasova, E.L. Molokova*

*Ural State University of Economics, Ekaterinburg, Russian Federation*

Theoretical views on the essence of the national market of higher education are expanded in the context of the theory of relationship contracts based on the analysis of classical, neoclassical and institutional concepts. The specific features of the higher education market are systemized. They exert influence on the pattern of interactions between main stakeholders and on the formation of relationship contracts. The contract in the market of higher education is considered as a social relationship, structured by a set of formal and informal rules that coordinate the exchange of rights between actors of the higher education market. The essential characteristics of relationship contracts are analyzed in respect to the national higher education market. The functional value of trust is identified in terms of the economy and risk parameters for the formation and change of a degree of belief are defined. The importance of the phenomenon of “generalized trust” - confidence in the expert systems, one of which is the higher education system is emphasized. The institutional trust is considered as a mechanism for coordinating stakeholders of the higher education market. The presented analysis makes it possible to simulate the structure of the investigated market, taking into account the characteristics of formal and informal institutions of the higher education institutional environment.

**Keywords:** higher education market, institutional theory, institutional environment, relationship contract, contract chain, formal and informal institutions.

### References

1. Alekseeva A.Iu. [Conceptual Bases of Research of a Phenomenon of Trust: a Review of Major Approaches]. *Institutsional'nyi analiz: metody i rezul'taty* [Institutional Analysis: Methods and Results], pp. 136–148. Available at: [http://www.nsu.ru/rs/mw/link/Media:/22283/10\\_Alekseeva.pdf/](http://www.nsu.ru/rs/mw/link/Media:/22283/10_Alekseeva.pdf/) (accessed 12 April 2017). (in Russ.)
2. Dementiev V.E., Ustyuzhanina E.V. [The Problem of Power: Institutional Approach]. *Journal of Institutional Studies*, 2016, vol. 8, no. 3, pp. 91–101. (in Russ.) DOI: 10.17835/2076-6297.2016.8.3.091-101
3. Kupreichenko A.B., Mersiianovoi I.V. (Eds.) *Doverie i nedoverie v usloviakh razvitiia grazhdanskogo obshchestva* [Trust and Distrust in Terms of Civil Society Development]. Moscow, 2013. 564 p.
4. Katochkov V.M. [Structural and Functional Peculiarities of Modern Service Market]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo* [Russian Journal of Entrepreneurship], 2013, no. 12 (234), pp. 126–131. (in Russ.)
5. Kuz'minov Ia.I., Bendukidze K.A., Iudkevich M.M. *Kurs institutsional'noi ekonomiki: instituty, seti, transaktsionnye izderzhki, kontrakty* [The Course of Institutional Economics: Institutions, Networks, Transaction Costs, Contracts]. Moscow, 2006. 442 p.
6. Meier J., Rouen B., Iudin G.B. [Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony]. *Ekonomicheskaiia sotsiologiia* [Economic Sociology], 2011, vol. 12, no. 1, pp. 43–67. (in Russ.)
7. Uil'iamson O.I. *Ekonomicheskie instituty kapitalizma. Firmy, rynki, «otnoshencheskaia» kontraktatsiia* [The Economic Institutions of Capitalism. Firms, Markets, “Relational” Contracting]. St. Petersburg, 1996. 465 p.
8. Fukuiama F. *Doverie: sotsial'nye dobrodeteli i put' k protsvetaniiu* [Trust: the Social Virtues and the Path to Prosperity]. Moscow, 2006. 255 p.
9. Furubotn E.G., Rikhter R. *Instituty i ekonomicheskaiia teoriia: Dostizheniia novoi institutsional'noi ekonomicheskoi teorii* [Institutions and Economic Theory: Achievements of New Institutional Economic Theory]. Transl. from Engl. St. Petersburg, 2005. 702 p.

10. Khaiek A. *Pagubnaia samonadeiannost'. Oshibka sotsializma* [Fatal Conceit. The Error of Socialism]. Transl. from Engl. Moscow, 1992, p. 22.
11. Khodzhsan Dzh. *Ekonomicheskaiia teoriia i instituty. Manifest sovremennoi institutsional'noi ekonomicheskoi teorii* [Economic Theory and Institutions. The Manifesto of Modern Institutional Economic Theory]. Transl. from Engl. Moscow, 2003, pp. 180–181.
12. Blau P.M. *Exchange and power in social life*. New York: Wiley, 1964. 352 p.
13. Boyer R. *The Variety and Unequal Performance of Really Existing Markets: Farewell to Doctor Pangloss*, in: Hollingsworth, J.R. and Boyer, R. (eds.). *Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions*. Cambridge, Cambridge University Press, 1999, pp. 62–65.
14. Dasgupta P. *Trust as a Commodity/ Trust: Making and Breaking Cooperative Relations, electronic edition, Department of Sociology*. University of Oxford, 2000. Chapter 4, pp. 49–72.
15. Llewellyn K.N. What Price Contract? An Essay in Perspective. *Yale Law Journal*, 1931, vol. 40, pp. 704–751.
16. Macneil I. Many Features of Contracts. *Southern California Law Review*, 1974, vol. 47, pp. 691–816.
17. Post J.E., Preston L.E., Sachs S. *Redefining the Corporation: Stakeholder Management and Organizational Wealth*. Stanford University Press, Stanford, CA, 2002. 376 p.
18. Stone W. Measuring social capital. *Research Paper*, no. 24, Feb. 2001. Australian Institute of family studies. 46 p. Available at: [http://cedarscenter.com/resources/Measuring\\_Social\\_Capital.pdf/](http://cedarscenter.com/resources/Measuring_Social_Capital.pdf/) (accessed 7 March 2017).
19. Tönnies F. *Community and society*. New Brunswick, Transaction publishers, 1993. 289 p.

**Natalia Yu. Vlasova**, Doctor of Sciences (Economics), Professor of the Department of State and Municipal Administration, Ural State University of Economics, Ekaterinburg, [nat-vlasova@yandex.ru](mailto:nat-vlasova@yandex.ru)

**Elena L. Molokova**, Associate Professor, Department of State and Municipal Administration, Ural State University of Economics, Ekaterinburg, [elmo.sm@mail.ru](mailto:elmo.sm@mail.ru)

*Received 10 July 2017*

---

### ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Власова, Н.Ю. Отношенческий контракт на общенациональном рынке высшего образования / Н.Ю. Власова, Е.Л. Молокова // Вестник ЮУрГУ. Серия «Экономика и менеджмент». – 2017. – Т. 11, № 3. – С. 7–12. DOI: 10.14529/em170301

### FOR CITATION

Vlasova N.Yu., Molokova E.L. Relationship Contract in the National Market of Higher Education. *Bulletin of the South Ural State University. Ser. Economics and Management*, 2017, vol. 11, no. 3, pp. 7–12. (in Russ.). DOI: 10.14529/em170301