

**УДК 316.74:37**

**ББК 60.56**

**X 55**

**Н.В. Хлабыстова,**

*кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии, правоведения и работы с персоналом Кубанского государственного технологического университета, г. Краснодар, тел.: +78612596592, e-mail: Hlabystova\_1@mail.ru*

**Е.Н. Нетребко,**

*кандидат социологических наук, проректор по довузовской работе Южного института менеджмента, г. Краснодар, тел.: +78612338859, e-mail: rektorat@uim.ru*

**ТРАНСФОРМАЦИЯ ЦЕННОСТИ ОБРАЗОВАНИЯ  
В СИСТЕМЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ  
«ВУЗ – АБИТУРИЕНТЫ – СТУДЕНТЫ – РЫНОК ТРУДА»  
(Рецензирована)**

**Аннотация.** Переход российского общества на рыночную модель экономики порождает трансформацию всей общественной системы. Изменяется характер взаимодействия производитель – потребитель. Данные изменения отражаются и на институте образования, появляется коммерческий сектор образовательных услуг, а также государственные учреждения начинают предоставлять образовательные услуги на платной основе. В связи с этими преобразованиями образование в России стало рассматриваться как особый товар, основными потребителями которого являются абитуриенты, студенты и работодатели (рынок труда). Поэтому приобретают значимость исследования, направленные на изучение института высшего образования во взаимодействии с его основными потребителями.

В статье авторы проводят вторичный анализ социологических исследований, с целью изучения трансформации ценности образования у основных потребителей института образования. Изучение требований абитуриентов, студентов и работодателей на сегодняшний день является особенно актуальным, так как в зависимости от того, насколько вуз отвечает требованиям современного общества, зависит его конкурентоспособность на рынке образовательных услуг.

В своей статье авторы попытались дать ответ на вопрос, как в связи с переходом российского общества на рыночную модель экономики трансформировалась ценность образования в представлении потребителей образовательных услуг.

Так, абитуриенты ориентированы на получение высшего образования для повышения социального статуса и материального благополучия. При выборе вуза и направления подготовки используют ресурсосберегающую стратегию. Для абитуриентов определяющими факторами выбора образовательного учреждения являются: престиж вуза и высокий уровень качества образования.

Студенты как потребители образовательных услуг ориентированы на приобретение практического опыта работы в процессе обучения в вузе, следовательно, ценность образования в представлении студентов определяется возможностью дальнейшего успешного трудоустройства.

Трансформация ценности образования происходит и в представлении работодателей. Современный работодатель при трудоустройстве обращает внимание на универсальные компетенции соискателя: умение анализировать ситуацию, работать в коллективе, принимать самостоятельные решения, быть всегда способным к инновационной деятельности, быть коммуникабельным и креативным.

**Ключевые слова:** институт высшего образования, ценность образования, вуз, потребители образовательных услуг, абитуриенты, студенты, рынок труда.

**N.V. Hlabystova,**

*Candidate of Sociology, Associate Professor of the Department of Sociology, Law and Personnel, Kuban State University of Technology, Krasnodar, ph.: +78612596592, e-mail: Hlabystova\_1@mail.ru*

**E.N. Netrebko,**

*Candidate of Sociology, Vice-Rector for Pre-University Work, Southern Institute of Management, Krasnodar, ph.: +78612338859, e-mail: rektorat@uim.ru*

## **TRANSFORMATION OF THE VALUE OF EDUCATION IN THE SYSTEM OF “UNIVERSITY – UNDERGRADU- ATE APPLICANTS – STUDENTS – LABOR MARKET” INTERACTION**

**Abstract.** The transition of Russian society to a market model of the economy creates a transformation of the entire social system. The nature of the producer-consumer interaction changes. These changes are also reflected in the institute of education: the commercial sector of educational services is emerging, as well as public institutions are beginning to provide educational services on a paid basis. Due to these changes, education in Russia has become a special commodity, the main consumers of which are undergraduate applicants, students and employers (labor market). Therefore, research aimed at studying the institute of higher education in interaction with its main consumers becomes important.

In the article, the authors carry out a secondary analysis of sociological research in order to study the transformation of the value of education in the main consumers of the institute of education. The study of the requirements of applicants, students and employers is today particularly relevant, as competitiveness of the institution of higher education in the market of educational services depends on the extent to which the university meets the requirements of contemporary society.

In this article, the authors tried to answer the question of how the value of education in the thinking of consumers of educational services was transformed in connection with the transition of Russian society to a market model of the economy. They rightly stress that the value of education today is transforming from terminal value to instrumental value for all consumers of educational services.

Thus, undergraduate applicants are oriented towards higher education to improve social status and material well-being. When choosing a university and a training direction, a resource-saving strategy is used. For undergraduate applicants the determining factors of choice of educational institution are: prestige of the university and high level of quality of education.

Students, as consumers of educational services, are oriented towards acquiring practical experience in the process of studying at a university. Therefore, the value of education in the perception of students is determined by the possibility of further successful employment.

The transformation of the value of education also takes place in the thinking of employers. The contemporary employer in employment draws attention to the universal competences of the applicant: ability to analyze the situation, work in the collective, make independent decisions, and be always able to innovate, communicable and creative.

**Keywords:** institute of higher education, value of education, university, consumers of educational services, undergraduate applicants, students, labor market.

На всех этапах своего развития институт образования эволюционировал в соответствии с изменяющимися требованиями потребителей.

Так, в Советском Союзе с командной экономической системой взаимодействие в системе «вуз – абитуриенты – студенты – рынок труда» складывалось на основе государственного заказа. Именно государство определяло, специалисты каких направлений подготовки и в каком количестве необходимы стране. После окончания обучения в вузе выпускники распределялись по предприятиям. В период профессионального самоопределения абитуриенты выбирали специальности, которые им нравятся и являются интересными, целью получения образования было желание нести пользу для общества. В процессе обучения ценность образования для студентов определялась получением теоретических знаний и практических навыков. Ожиданиями работодателей было получить знающего специалиста. Вузу для удовлетворения требований потребителей образовательных услуг необходимо было вести качественную подготовку специалистов, в соответствии с планом набора, который определялся государством.

Ситуация изменяется в период перестройки, образование теряет свою актуальность и становится невостребованным в конце 80-х – начале 90-х гг. прошлого века.

Со второй половины 1990-х гг., с переходом российского общества на рыночную модель экономики, трансформацию претерпевает вся общественная система, появляются новые социальные слои населения: предприниматели и бизнесмены. Изменяется характер взаимодействия «производитель – потребитель». Данные изменения отражаются и на институте образования, появляется коммерческий сектор образовательных услуг: негосударственные школы, техникумы и вузы, а также предоставление образовательных услуг государственными учреждениями на платной основе. В связи с этим образование в современном российском обществе стало

рассматриваться как особый товар, основными потребителями которого являются абитуриенты, студенты и работодатели (рынок труда). Данные трансформации являются актуальными, в первую очередь, для государственных вузов, так как сокращение мест, финансируемых из средств федерального бюджета, побуждает высшие образовательные учреждения конкурировать на рынке образовательных услуг за потребителей. Поэтому на сегодняшний день приобретают значимость исследования, направленные на изучение института высшего образования во взаимодействии с его основными потребителями. Взаимодействие «вуз – абитуриенты – студенты – работодатель» представляет собой сложную, динамичную систему. Неудовлетворенность одного из потребителей образовательных услуг приводит к неудовлетворенности и остальных потребителей. Например, невостребованность выпускников вуза на рынке труда снижает привлекательность образовательного учреждения в представлении абитуриентов и студентов. Стоит отметить и трансформацию ценности образования в системе взаимодействия «вуз – абитуриенты – студенты – рынок труда», что только увеличивает значимость изучения данной проблемы.

При этом стоит отметить, что основная часть выпускников школ ориентируются на получение именно высшего образования. Так, Д.Л. Константиновский отмечает, что 90% выпускников школ планируют подавать заявления для участия в конкурсном отборе в вузы [1].

Д.Л. Константиновский, исследуя ценность образования, а также цели получения высшего образования российской молодежью, приходит к выводу, что в настоящее время:

– происходит обесценивание высшего образования как способа получения теоретических знаний и практических навыков и умений, необходимых для профессионального успеха;

– цель получения высшего образования молодежью сводится к получению диплома, а не профессиональных знаний, а также рассматривается способом повышения социального положения в обществе или как способ отсрочить проблему трудоустройства либо призыв в армию (для мужского населения) [2].

Однако данная тенденция была актуальна на период исследования Д.Л. Константиновского (1999 г.). Уже в 2007 г. наблюдаются изменения в целях молодежи получения высшего образования. В проведенных исследованиях Н.В. Хлабыстовой сохраняется тенденция получения образования для повышения материального благополучия, остальные цели (отсрочить проблему трудоустройства или призыв в армию) получения высшего образования выбирают незначительное количество респондентов.

Так, по результатам анкетирования было отмечено, что большая часть молодежи планирует подавать документы для поступления в вуз для того, чтобы занять высокое положение в обществе и зарабатывать много денег (57,2%); приобрести знания по любимой профессии (21,6%); самоутвердиться (14,8%); получить диплом (4%), не служить в армии (2,4%) [3]. Распределение ответов респондентов, таким образом, только подтверждает трансформацию ценности образования в представлении абитуриентов. На сегодняшний день стремление молодежи к материальному благополучию сохраняется, подтверждение можно найти в интервью, проведенном Н.В. Хлабыстовой в 2015 г. На вопрос: «Какова Ваша цель получения высшего образования?», были получены ответы, которые условно можно разделить на три группы: 1) получение образования как повышение своего социального статуса и материального благосостояния, самоутверждения в обществе; 2) приобретение знаний по выбранной специальности (направлению); 3) формальное получение

диплома [4]. Из 40 респондентов 29 человек считают, что диплом о высшем образовании поможет повысить их социальный статус. Таким образом, в представлении абитуриентов высшее образование является гарантом материального благополучия.

Как видно из анализа результатов социологических исследований, ориентация молодежи на получение высшего образования для повышения социального статуса и материального благополучия увеличивается.

Также новым явлением для абитуриентов стала ресурсосберегающая стратегия поступления, то есть выбирать негосударственные вузы для увеличения шансов быть зачисленными [5].

Если абитуриенты как потребители образовательных услуг при выборе образовательного учреждения рассматривают престиж вуза и высокий уровень качества образования, то студенты в процессе обучения ориентируются на приобретение практического опыта работы для дальнейшего успешного трудоустройства. Так, М.В. Артамонова, О.В. Богословская, Ю.В. Латов отмечают, что «...Российская система высшего образования приобретает характеристику получения связей и навыков как цель образования...». Именно так можно объяснить новое явление – «работающий студент очной формы обучения» [6].

В 2002 и 2004 гг. Ж.В. Жираткова провела исследование на базе Мордовского государственного университета имени Н.П. Огарева, направленное на изучение ценностей студенческой молодежи. Согласно результатам исследования студенты поставили на первое и второе места «наличие связей и знакомств» и «предприимчивость» в качестве инструментальных ценностей для достижения своих жизненных целей, а «качество образования» оказалось на третьем месте. Спустя год «высшее

образование» находилось на втором месте, а наличие перспективной специальности заняло пятое место среди факторов, влияющих на достижение жизненного успеха [7].

По результатам социологического исследования, проведенного в 2007 г. Н.В. Хлабыстовой, было зафиксировано, что во время обучения 30,8% студентов «работают систематически»; 32,8% – «иногда совмещают работу с обучением»; 36,4% – «не работают». В настоящее время студентам для дальнейшего хорошего трудоустройства и приобретения практических навыков необходимо начинать работать уже в университете. Возможно, студенты работают для того, чтобы повысить уровень практических знаний, т.к. считают получаемые навыки недостаточными [4].

Как видно из результатов исследования, студенты технического направления чаще совмещают работу с учебой, а среди технологического и экономического направлений больший процент опрошенных не работали во время обучения.

В 2015 г. на вопрос: «Приходилось ли Вам совмещать работу с обучением в вузе?», ответы студентов распределились следующим образом: 35% студентов «работают систематически»; 37% – «иногда совмещают работу с обучением»; 28% – «не работают» [4].

По сравнению с результатами, полученными в 2007 г., в 2015 г. количество работающих студентов увеличилось.

Д.Л. Константиновский в своем исследовании указывает на интересный факт: «доля работающих студентов варьируется в зависимости от профиля вуза. В среднем 39,1% респондентов указывают на совмещение обучения в вузе с работой, но в политехнических вузах эта цифра доходит до 88,9% опрошенных» [8].

В 2007 г. ответы на вопрос: «Вы уже нашли себе работу?», распределились следующим образом: 56,8% нашли место работы; 43,2% – нет.

Несмотря на то, что 63,6% респондентов совмещают работу и обучение в вузе, работу нашли только 56,8% из работающих студентов [4].

В 2015 г. ответы на вопрос: «Вы уже нашли себе место работы?», распределились следующим образом: 55% респондентов нашли постоянное место работы, 45% – не нашли [4].

Несмотря на высокий процент работающих студентов и на ориентацию при выборе специальности «рассчитываю на конкретное место работы», чуть больше половины знают, где будут работать после окончания вуза. Примерно такие же результаты были получены в социологическом исследовании 2007 г. (56,8% нашли постоянное место работы).

При этом стоит отметить, что причиной совмещения обучения в вузе и трудовой деятельности не являются материальные трудности семьи.

Ответы студентов на вопрос: «К какому классу можно отнести вашу семью?», распределились следующим образом: 2,7% человек отнесли себя к «высшему классу»; 53,2% студентов обозначают свою принадлежность к «среднему классу»; 39,2% респондентов выбрали вариант ответа «живем хорошо, не хуже других»; 4,9% – «нуждающийся класс». Стоит отметить, что вариант ответа «испытываем крайнюю нужду» не выбрал ни один респондент [9].

Таким образом, по результатам социологического исследования можно судить о том, что более половины студентов ориентированы на приобретение практического опыта работы в процессе обучения в вузе, а ценность образования в представлении студентов определяется возможностью дальнейшего успешного трудоустройства. И для соответствия требованиям студентов администрации вуза необходимо учитывать данную тенденцию, возможно посредством увеличения количества встреч работодателей и

студентов в целях более уверенного позиционирования молодых специалистов на рынке труда.

Трансформация ценности образования происходит и в представлении работодателей. В настоящее время человеческий ресурс приобрел новый параметр – конкурентоспособность. Система образования, и в частности – подготовка кадров внутри системы, стали постоянной составляющей деловой стратегии предприятий. Это привело к тому, что конкуренция вынуждает руководителей предприятий вмешиваться в образовательный процесс, предъявляя институту образования собственные требования.

Примером подобного влияния является тот факт, что главная задача образования, по мнению владельцев крупнейших промышленных корпораций, заключается в обеспечении подготовки человеческого ресурса к его окупаемому, прибыльному использованию в постоянно изменяющихся условиях.

В современном российском обществе образование и подготовка кадров рассматриваются промышленными корпорациями в качестве стратегических инвестиций, которые являются жизненно важными компонентами их дальнейшего развития. Таким образом, очевидной становится необходимость усиления взаимосвязи между учреждениями образования и промышленности в целом.

В целом подобная стратегия должна способствовать приспособлению системы образования к

требованиям современного рынка труда, который действует в условиях формирования мирового рыночного пространства. Существуют определенные требования новой модели экономического развития, в соответствии с которыми экономическому развитию должно соответствовать содержание высшего образования.

По мнению Д.Л. Константиновского, современного работодателя интересуют не профессиональные знания и умения специалиста, а насколько эффективно прошел процесс социализации в период обучения [1].

В.В. Мельситова, Н.Л. Сергиенко, Н.В. Хлабыстова в статье «Ценностные притязания современного рынка труда к молодым специалистам» также отмечают, что происходит изменение ценности образования в представлении работодателей. На основе экспертного опроса авторы приходят к выводу о том, что современный работодатель при трудоустройстве обращает внимание на универсальные компетенции соискателя: умение анализировать ситуацию, работать в коллективе, принимать самостоятельные решения, быть всегда способным к инновационной деятельности, быть коммуникабельным и креативным [10].

Таким образом, на основе анализа вторичных исследований видно, что ценность образования на сегодняшний день трансформируется из терминальной ценности в инструментальную для всех потребителей образовательных услуг.

#### Примечания:

1. Константиновский Д.Л. От эмпирики к смыслам, от смыслов к осмыслению // Вопросы образования. 2012. № 4. С. 11-21.

2. Константиновский Д.Л. Динамика неравенства. Российская молодежь в меняющемся обществе: ориентации и пути в сфере образования (от 1960 к 2000). Москва: Эдиториал УРСС, 1999.

3. Хлабыстова Н.В. Трансформация требований основных потребителей образовательных услуг к институту высшего профессионального образования в современном российском обществе (на примере Кубанского государственного технологического университета) // Теория и практика общественного развития. 2015. Вып. 7. 229 с.

4. Хлабыстова Н.В. Ценность образования в системе взаимодействия «вуз – потребитель образовательных услуг – работодатель»: дис. ... канд. социол. наук. Майкоп, 2016. 174 с.

5. Нетребко Е.Н., Хлабыстова Н.В. Социокультурные факторы, определяющие стратегию поведения поступающих негосударственных вузов Краснодарского края // Мир науки. Социология, филология, культурология: сетевое научное издание. 2019. № 2, т. 10.

6. Артамонова М.В., Богословская О.В., Латов Ю.В. Институциональная трансформация российского высшего образования // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2006. Т. 4. № 3. URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnaya-transformatsiya-rossiyskogo-vysshego-obrazovaniya> (дата обращения: 11.09.2019).

7. Жираткова Ж.В. Формирование региональной системы социальной защиты и поддержки студенческой молодежи: дис. ... канд. социол. наук. Саранск, 2004. 197 с.

8. Константиновский Д.Л., Чередниченко Г.А., Вознесенская Е.Д. Работающий студент: мотивы, реальность, проблемы. Москва, 2009.

9. Хронова И.А., Хлабыстова Н.В. Особенности отношения власти и народа к социокультурному феномену «тунеядство» в различные исторические периоды // Социология и право. 2018. № 1. С. 57-69.

10. Мельситов В.В., Сергиенко Н.Л., Хлабыстова Н.В. Ценностные притязания современного рынка труда к молодым специалистам // Политематический журнал ФГБОУ ВПО «КубГТУ». 2016. №15. URL: <http://ntk.kubstu.ru/file/1302> (дата обращения: 03.09.2019).

#### References:

1. Konstantinovskiy D.L. From empirics through interpretations to understanding // Educational Studies. 2012. No. 4. P. 11-21.

2. Konstantinovskiy D.L. The dynamics of inequality. Russian youth in the changing society: orientations and lifecourses in the sphere of education (from 1960 to 2000). M.: Editorial URSS, 1999.

3. Khlabyystova N.V. Transformation of the requirements of the main consumers of educational services to the institute of higher vocational education in the modern Russian society (case study of Kuban State Technological University) // Theory and practice of social development. 2015. Iss. 7. 229 pp.

4. Khlabyystova N.V. The value of education in the system of interaction “university – consumers of educational services – employer”: Diss. for the Cand of Sociology degree: 22.00.06. Adyghe State University. Maikop, 2016. 174 pp.

5. Netrebko E.N., Khlabyystova N.V. Sociocultural factors determining the behavior strategy of entrants of non-state universities in the Krasnodar Territory // Network scientific publication “The world of science. Sociology, Philology and Cultural Studies”. 2019. No 2 (April – June). Vol. 10.

6. Artamonova M.V., Bogoslovskaya O.V., Latov Yu.V. Institutional transformation of Russian higher education. Economic Bulletin of Rostov State University. 2006. Vol. 4. No. 3. [Electronic resource]. Access mode: <http://cyberleninka.ru/article/n/institutsionalnaya-transformatsiya-rossiyskogo-vysshego-obrazovaniya> (access date: 11.09.2019).

7. Zhiratkova Zh.V. Formation of a regional system of social protection and support for student youth: Diss. for the Cand. of Sociology degree: 22.00.04: Saransk, 2004. RSL OD, 61: 04-22 / 335. 197 pp.

8. Konstantinovskiy D.L., Cherednichenko G.A., Voznesenskaya E.D. A working student: motives, reality and problems. M., 2009.

9. Khronova I.A., Khlabyystova N.V. Attitudes of the government and people to the sociocultural phenomenon of “parasitism” in various historical periods // Sociology and Law, 2018. No. 1. P. 57-69.

10. Melsitov V.V., Sergienko N.L., Khlabyystova N.V. Value claims of the modern labor market to young professionals // Polythematical Journal of FGBOU VPO “KubSTU”. 2016. No. 15 / December. [Electronic resource]. Access mode: <http://ntk.kubstu.ru/file/1302> (access date: 03.09.2019).