



На правах рукописи



Дарда Ирина Ивановна

**ВЛИЯНИЕ ИНСТИТУЦИОНАЛЬНОЙ СТРУКТУРЫ
СОВРЕМЕННОГО ОБЩЕСТВА НА ПОТРЕБЛЕНИЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

22.00.04 - Социальная структура,
социальные институты и процессы

Автореферат
диссертации на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Новочеркасск - 2005

Работа выполнена в государственном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Южно-Российский государственный технический университет (Новочеркасский политехнический институт)) на кафедре «Гуманитарные и социальные науки»

Научный руководитель

доктор социологических наук, профессор Бондаренко Ольга Васильевна

Официальные оппоненты:

доктор социологических наук, профессор Марченко Татьяна Александровна;
кандидат исторических наук, профессор Чапек Виктор Николаевич

Ведущая организация — Московский государственный университет сервиса

Защита состоится 14 мая 2005 г. в 12⁰⁰ часов на заседании диссертационного совета К 212304.01 по социологическим наукам в Южно-Российском государственном техническом университете (Новочеркасском политехническом институте) по адресу: 346500, г. Шахты Ростовской области, пл. Ленина, Шахтинский институт (филиал) ЮРГТУ (НПИ), ауд. 324.

С диссертацией можно ознакомиться в научно-технической библиотеке Южно-Российского государственного технического университета (Новочеркасского политехнического института) по адресу: 346428, г. Новочеркасск, Ростовской области, ул. Просвещения, 132.

Автореферат разослан 14 апреля 2005 г.

Ученый секретарь
диссертационного совета



Щербакова Л.И.

ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

Актуальность проблемы. История развития мировой цивилизации позволяет утверждать, что приоритетной ценностью, обеспечивающей социальный прогресс общества, является образование. Оно имеет практическую значимость во всех сферах жизнедеятельности человека - от усвоения образцов культуры до грамотного и квалифицированного исполнения сложных форм труда.

Обращение человека к сфере образования обусловлено необходимостью его вхождения в целостную систему, какой является общество. По мере развития и усложнения социальной системы, изменяются роль и престиж профессионального образования, диверсифицируются его формы и методы, расширяется спектр возможных профессий, сама возможность получения профессионального образования превращается в массовую, предоставляя широкому кругу людей возможность выбора своего места в социальной системе. Активно пропагандируемый в современном обществе жизненный успех вынуждает современного человека искать образовательные услуги, соответствующие уровню его природных способностей, личных притязаний и социальных амбиций.

События последних пятнадцати лет, происходящие в нашей стране, кардинально изменили все общественное устройство, включая механизмы социализации, отношение человека к окружающей действительности, параметры оценки труда. Переход страны к рыночной экономике, вхождение ее в мировое сообщество, стремительное развитие науки и техники - все эти факторы предъявляют новые требования к уровню подготовки выпускников российских учебных заведений. Эти требования, в свою очередь, обуславливают необходимость изменения подхода личности к своему образованию, а также необходимость изменения образовательных программ профессиональной подготовки специалистов, внедрения современных технологий обучения, направленных на повышение качества получаемых студентами знаний, приобретение ими профессиональных навыков, адекватных новым реалиям. Общество «быстрого» развития создает потребность в новых людях и, следовательно, в системе образования, способной ответить на вызов времени.

В результате обострения проблем безработицы и социально-психологических потрясений после экономического кризиса 90-х гг. XX века возникла проблема правильного выбора молодежью профессиональных образовательных учреждений и, соответственно, выбора профессии, отвечающей жизненным стратегиям и тенденциям развития общества. В связи с вышеизложенным, представляется актуальным выяснить, какие социальные институты современного общества оказывают влияние на принятие людьми решения о получении тех или иных образовательных услуг.

Таким образом, основная исследовательская гипотеза предполагает, что формирование спроса и потребительской активности в сфере образования детерминируются институциональной структурой данного общества и изменяются вместе с ее трансформацией. Отсюда вытекает необходимость выявить: насколько изменяется потребительское поведение в сфере образования в периоды стабильного развития и кризисных периодов.

Степень разработанности проблемы. Проблемы профессиональной социализации современной студенческой молодежи в настоящее время исследованы достаточно широко, однако институциональный аспект влияния на выбор тех или иных образовательных услуг системно не изучен. При разработке теоретико-методологической части нашего исследования мы опирались на разработки институционального подхода, содержащиеся в работах Т. Парсонса, С.Г. Кирдиной, М.И. Бобневой, Ю.А. Тихомирова, Т.И. Заславской.¹

Рассматривая обращение населения к образовательным услугам как вид потребительского поведения, которое, как и любой другой детерминировано существ-

¹ См.: Бобнева М.И. Социальные нормы и регуляторы поведения. М. 1978. 300 с; Заславская Т.И. Современное российское общество: Социальный механизм трансформации. М. 2004. 400 с; Кирдина С.Г. Институциональные матрицы и развитие России. М.: ТЕИС, 2000; Кирдина С.Г. Институциональные матрицы: макросоциологическая объяснительная гипотеза // Социологические исследования. 2001. №2; Кирдина С.Г. Институциональная модель политической системы России // Куда идет Россия? - М: Логос, 1999; Кирдина С.Г. Позволяют ли новые институциональные теории понять и объяснить процессы преобразований в современной России? // Социологические исследования. 2001. № 3; Парсонс Т. Система координат действия и общая теория систем: культура, личность и место социальных систем// Американская социологическая мысль. М., 1995; Тихомиров Ю.А. О механизмах регулирования общественного поведения // Психологический журнал. 1987. №5.

вующими социальными нормами, использованы теоретические наработки В.И. Верховина, В.И. Зубкова, И.Ю. Алешиной, Н.И. Толмачева.²

Раскрыть особенности потребительского поведения в сфере образования в различных (стабильных и нестабильных) социальных условиях нам удалось, привлекая идеи, содержащиеся в работах И.Е. Дискина, Н.И. Лапина, И.В. Мостовой, А.Д. Некипелова, Н. Смелзера, М.Х. Титмы, Е.В. Щепкиной.³

Исследования М.А. Лукашенко, Ю.С. Колесникова и А.М. Юркова⁴, раскрывающие суть рыночных преобразований в сфере образования, позволили нам проследить влияние института рынка на происходящие в ней изменения. Исследования Л.В. Тарасенко, В.Н. Введенского, Ю.Г. Волкова⁵ в области дополнительного и непрерывного образования позволили нам описать формы и направления диверсификации образовательных услуг, получивших развитие в результате развития рыночных отношений.

На основании исследований рыночной экономики Х. Ламперта и социологии рынков В.В. Радаева, исследований рыночной ориентации личности Э. Фромма, В.Ф. Езловецкого в работе предпринята попытка рассмотреть рыночную ориентацию личности при выборе образовательных услуг.⁶ Для этой цели приведены мате-

² См.: Алешина И.Ю. Поведение потребителей. М., 2000. Верховин В.И., Зубков В.И. Экономическая социология. М., 2002; Толмачев Н.И. Менталитет потребителя. Ростов н/Д, 2001. С. 27.

См.: Дискин И.Е. Социальная составляющая развития переходной экономики // Общество и экономика. 1997. №1-2; Лапин Н. Базовые ценности населения и российская либерализация // Общество и экономика. 2002; Некипелов А.Д. Российские реформы: результаты и перспективы // Проблемы прогнозирования. 1995. №4; Смелзер Н. Социология. М., 1994; Титма М.Х. Ценности, влияющие на выбор профессии // Вопросы философии. 1969. №4; Щепкина Е. Опыт историко-социологического анализа мотивации студентов // Высшее образование в России. 1997. №2.

См.: Лукашенко М. Рыночная трансформация системы образования в России // Общество и экономика. 2002; Колесников Ю.С. Парадоксы формирования «рыночных» стандартов поведения студенческой молодежи // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Общественные науки. 1997. №4. С. 80-83; Колесников Ю.С., Юрков А.М. Каков реальный спрос на образовательные услуги высшей школы в регионе? // Университеты России. Проблемы автономии и регионального самоуправления. Ростов н/Д. 1995.

См.: Введенский В.Н. Непрерывное профессиональное образование // Социально-гуманитарные знания. 2004. №3; Волков Ю.Г. Дополнительное профессиональное образование - новый социальный институт в России // Социально-гуманитарные знания. 2004. №3; Тарасенко Л.В. Дополнительное профессиональное образование: становление нового социального института. Автореф. дисс... докт. соц. наук. Ростов н/Д. 2001.

См.: Езловещий В.Ф. Личность в рыночном обществе. Автореф. дисс. ... канд. соц. наук. Саратов. 1995; Ламперт Х. Социальная рыночная экономика М. 1994. 219 с; Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М., 2003; Фромм Э. Личность // Психологическая типология. Минск - Москва. 2000.

риалы прикладных исследований, проведенных российскими социологами в разное время в период с 1990 по 2004 гг. (Бойко Л.И., Столяровой И.Е., Сорокиной Н.Д., Зборовского Г.Е., Шуклиной Е.А., Тейтельмана Н.Е.⁷), включая результаты собственного эмпирического исследования автора.

На основании данных, приведенных в общероссийских статистических ежегодниках, исследованиях о разных аспектах рынка образовательных услуг в современной России, особенностях современного потребительского поведения, автор пытается проследить влияние рынка образовательных услуг на их потребление современным российским населением.

Придерживаясь идеи о том, что рынок труда является одним из основных регуляторов общественного поведения в современных условиях наряду с рынком товаров и рынком капиталов, автор пытается проанализировать влияние этого института на выбор образовательных учреждений и услуг. На основании материалов исследований Анчарской В.А.⁸, удалось описать ситуацию, сложившуюся на российском рынке труда в период с 1993 по 2000 гг. Результаты исследований Г.Е. Зборовского и Е.А. Шуклиной, Л.И. Бойко позволили выявить рассогласованность между рынком образовательных услуг, рынком труда и потребительскими настроениями граждан, намеревающихся получать профессиональное высшее образование.

Объектом исследования выступает потребительское поведение социально активного населения в сфере образования.

Предмет исследования: институциональное регулирование потребительских предпочтений в сфере образования в условиях рыночной экономики.

Цель исследования: проследить изменения в потреблении образовательных услуг под влиянием изменений институциональной структуры общества.

Задачи исследования:

⁷ См.: Бойко Л.И. Трансформация функций высшего образования и социальные позиции студенчества // Социологические исследования. 2002. №3; Зборовский Г.Е., Шуклина Е.А. Профессиональное образование и рынок труда // Социологические исследования. 2003. №4. С. 99-107; Зборовский Г., Шуклина Е., Тейтельман Н. Образовательные потребности студентов в малом городе // Высшее образование в России. 2004. №9. С. 18-29; Столярова И.Е. Профессиональная направленность студентов вузов: опыт всесоюзного опроса // Социологические исследования. 1992. №3; Сорокина Н.Д. Перемены в образовании и динамика жизненных стратегий студентов // Социологические исследования. 2003. №10.

⁸ См.: Анчарская В. А нужен ли современной России молодой специалист // Alma-Mater. Вестник высшей школы. 2001. №5.

1. Определить структуру институциональных регуляторов потребительского поведения в сфере образования.

2. Выявить структуру институциональных регуляторов потребления образовательных услуг в условиях стабильного развития общества и в условиях социальных трансформаций.

3. Проанализировать влияние институтов рыночной экономики на изменения в сфере образования и описать направления диверсификации образовательных услуг в условиях рыночной экономики.

4. Раскрыть место рыночных механизмов в структуре институциональных регуляторов потребительского поведения в сфере образования.

5. Рассмотреть рынок образовательных услуг в современной России и определить его влияние на формирование потребительского поведения в сфере образования.

6. Сформулировать особенности функционирования института рынка труда в современной России и определить его влияние на изменения в потреблении образовательных услуг.

Теоретико-методологическая база исследования. Диссертационная работа базируется на принципах институционального подхода. Диссертант исходил из идеи о том, что потребительское поведение населения в сфере образования понимается как институционально обусловленное. Социологический анализ институциональной детерминации выбора и потребления образовательных услуг подразумевает рассмотрение особенностей обращения населения к образовательным услугам через призму ориентации населения на существующую в обществе институциональную структуру (семейно-родственную, производственную, обменную, образовательную). Методологическую базу дополнили концепты, содержащиеся в работах Т. Парсонса, В.И.Верховина и В.И.Зубкова, В.В.Радаева, Х.Ламперта, Т.И.Заславской, С.Г. Кирдиной.

Эмпирическую базу работы составили данные государственной статистики, результаты анализа вторичных социологических исследований мотивов поступления студентов в вузы России, проведенные в периоде 1990 по 2004 гг. в различных

регионах страны, а также материалы собственного эмпирического исследования, проведенного на экономических факультетах вузов России в сентябре 2004 г.

Научная новизна исследования состоит в выявлении институциональных аспектов обусловленности потребительского поведения россияне сфере образования.

Элементы научной новизны могут быть выражены в следующем:

- на основе институционального подхода выделены базовые (институт производства материальных благ, институты экономического обмена и распределения (рынок), институты политического устройства (государственная власть и идеология)) и дополнительные (существующая структура учреждений и организаций и объединений людей, выполняющих специфические функции, обладающих внутренней структурой и иерархией и отличающихся особым устойчивым характером внутренних и внешних связей; институт семьи; институты культуры и сам институт образования) институциональные факторы, влияющие на выбор учреждений и типа образовательных услуг;

- на основе анализа институциональных структур стабильно развивающегося и трансформирующегося общества показаны особенности адаптационно-инструментальной функции потребления образовательных услуг в условиях кризиса, позволяющей рассматривать профессиональное образование как базовое для освоения других профессиональных навыков и умений;

- при выявлении особенностей рыночной трансформации института образования показаны направления и формы диверсификации образовательных услуг в период рыночных реформ в России;

- на основе описания особенностей рыночной экономики и обусловленной ими специфики поведения личности выявлены социальные характеристики рыночной ориентации населения в потреблении образовательных услуг;

- рассмотрены особенности современного рынка образовательных услуг и показана его роль в определении потребительского выбора образовательных услуг, обоснована роль вузов в формировании потребительского спроса на образовательные услуги;

- проанализированы особенности современного рынка труда в России, его соотношение с рынком образовательных услуг и показана рассогласованность между институтом рынка труда, рынка образовательных услуг и потребительскими настроениями граждан в сфере образования.

Полученные в исследовании результаты позволили **вынести на защиту следующие положения:**

1. В структуре институциональных регуляторов, способных влиять на потребительский выбор в сфере образования можно выделить *базовые* - те, которые определяют характер и правила социального взаимодействия и социального поведения на макросоциальном уровне и *дополнительные* - те социальные институты, которые сами находятся под влиянием базовых институтов.

2. Образование представляет собой форму социального капитала личности. В качестве таковой в условиях социальной стабильности оно имеет больше инструментальную ценность, в условиях социальной нестабильности все больше рассматривается как способ социальной адаптации и как база для достижения личностных целей.

3. Рыночная трансформация в стране явилась стимулом для трансформации и пересмотра форм и направлений образовательного процесса, что явилось источником формирования рынка образовательных услуг.

4. Рыночная ориентация личности, которая является одной из основных при выборе человеком любых форм социального и экономического поведения в условиях рыночной экономики в сфере выбора образовательных услуг уступает место семейно-родственной.

Предложение рынка образовательных услуг как необходимый элемент рыночной системы управления сферы образования в условиях рынка является самостоятельным фактором формирования потребительского спроса на образовательные услуги. Центральным институциональным регулятором в сложившихся условиях потребительского поведения в изучаемой сфере являются сами высшие учебные заведения.

5. Рынок труда, рынок образования и настроения граждан в отношении получения образовательных услуг в настоящее время находятся в состоянии рассогласо-

ванности: рынок образования не соответствует потребностям рынка труда, а рынок труда, как сфера формирования предложения рабочей силы, не соответствует реальным потребностям производственных мощностей государства.

Достоверность и научная обоснованность результатов исследования обеспечена применением необходимой теоретико-методологической базы, реализацией методики системного познания, в рамках которой использованы методы и средства социологического анализа, опорой на достоверные и апробированные в других исследованиях теоретико-прикладные выводы и рекомендации, надежной эмпирической базой, репрезентативностью выборочной совокупности, сопоставлением полученных данных с результатами других исследований в процессе их интерпретации и возможностью исследования полученных результатов на практике.

Научно-практическая значимость работы заключается в постановке и анализе проблем взаимодействия института образования и общества. Результаты исследования могут быть использованы при разработке и чтении курсов по социологии, социологии образования, социологии молодежи, при организации и разработке программ эмпирических исследований проблем образования. Выводы могут послужить основанием для рекомендаций по реформированию системы и органов образования РФ.

Апробация результатов исследования осуществлена в маркетинговой практике средних и высших учебных заведений Ростовской области, в публикации материалов работы, выступлениях на научных конференциях, использовании полученных данных в курсах лекций гуманитарного цикла.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, двух глав по три параграфа, заключения, списка литературы и приложения.

ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

Во введении обосновывается актуальность темы диссертации, характеризуется степень разработанности проблемы, определяются цели и задачи диссертационного исследования, описываются научная новизна и практическая значимость работы, формулируются положения, выносимые на защиту.

В первой главе «**Исследование потребительского поведения в сфере образования: институциональный аспект**» раскрывается методология исследования и

обосновывается возможность рассмотрения потребительского поведения в сфере образования через призму его регулирования социальными институтами. В первом параграфе **«Структура институциональных регуляторов потребительского поведения в сфере образования»** описываются социальные институты, влияющие на потребление образовательных услуг и раскрывается их структура.

Автор, опираясь на исследование институциональных матриц С.Г. Кирдиной, выделяет и описывает *базовые и дополнительные* институциональные регуляторы, детерминирующие потребление образовательных услуг. К базовым регуляторам автор относит институт производства благ, экономические и политические институты. К дополнительным - институт семьи, религии, образования, и структуру формальных и неформальных организаций, осуществляющих непосредственное исполнение различных функций по воспроизводству социальной системы и непосредственно предоставляющих возможности для профессиональной реализации современного человека. Разница между базовыми и дополнительными институциональными регуляторами состоит в том, что вторые находятся в подчиненном положении по отношению к первым, определяющим основные ценностные ориентиры общества.

Выделение данной структуры, по мнению автора, позволяет выстраивать определенную мотивацию получения профессионального образования и потребления образовательных услуг. На разных этапах общественного развития могут преобладать и совершенно различные институциональные регуляторы поведения в данной сфере. Это, говорится в работе, зависит от различных обстоятельств, стабильности или нестабильности экономических и политических процессов, приоритетности тех или иных сфер деятельности, существующих социальных стереотипов.

Во втором параграфе **«Особенности потребительского поведения в сфере образования в условиях стабильного развития общества и в условиях социальных трансформаций»** предпринимается попытка проследить различия в мотивах потребления образовательных услуг на разных этапах общественного развития. В работе что сравниваются мотивы получения образования в периоды социальной стабильности и социальных трансформаций.

В результате анализа автор приходит к выводу, что в российском обществе ценность высшего образования в российском обществе остается стабильно высокой

независимо от того, находится ли общество в стабильном развитии или в состоянии кризиса. Также говорится, что с середины 80-х гг. XX века наблюдается снижение профессиональных мотивов в получении образования и повышении мотивов инструментальных, имеющих социально-статусную составляющую. Это, в свою очередь, говорит о том, что чем сильнее экономический кризис и социальная нестабильность в обществе, тем в большей степени образование рассматривается как способ социальной адаптации, изменения существующего социального положения: чем глубже кризис и чем сильнее размываются привычные функции социальных институтов, регулирующих поведение человека, тем сильнее выражена именно социально-статусная составляющая в мотивации получения образования.

Стремясь к определенной стабильности, человек, как правило, ищет защиты в тех сферах, где основные правила поведения и жизненные перспективы являются достаточно понятными. В результате происходит наделение этих сфер новыми функциями и полномочиями. Так, можно сказать, на основании проведенного анализа, что в условиях социальных катаклизмов, под влиянием трансформации основной институциональной структуры общества, изменяются и функции института образования. Если в условиях стабильности основная функция института образования - образовывать и воспитывать новые поколения людей и развивать их интеллектуальный и нравственный потенциал, а сам факт получения образования является своеобразным гарантом будущего устойчивого социального положения, то в кризисном обществе, одной из функций института образования становится спасение от дисфункциональности социальных институтов, функция социальной защиты населения, особенно подрастающих его поколений.

И если в условиях социальной стабильности вложения индивида в профессиональное образование являются залогом будущей социальной и профессиональной мобильности, то в условиях системных кризисов социальной системы и неясности функций социальных институтов образование утрачивает свою инструментальную ценность и перестает быть гарантом стабильного положения личности в обществе. В этих условиях оно становится, скорее базой для освоения других навыков и знаний.

В третьем параграфе «Рыночная трансформация института образования как фактор формирования образовательных потребностей населения» автор

ставит перед собой задачу выяснить: какие изменения произошли в сфере образования в связи с переходом к рынку и как они сказались на формировании потребительского поведения в сфере образования.

В работе описываются изменения вызванные переходом к рынку в сфере образования⁹. В результате изучения произошедших изменений автор приходит к выводу, что модель образования становится *диверсифицированной*.

Диверсификация модели российского высшего профессионального образования проявляется, прежде всего в том, что в новых институциональных условиях получают развитие две системы образования: коммерческая, оплачиваемая из средств студентов, слушателей, предприятий, учреждений и бюджетная, оплачиваемая из средств государства. В работе говорится, что именно эти две системы предлагали в начале 90-х гг. XX века и предлагают в современный период основные образовательные услуги.

В работе также говорится, что в результате диверсификации, в сфере образования возникают две составляющие института рынка: спрос и предложение. Сама возможность диверсификации приводит к тому, что у населения появляется возможность выбора образовательных услуг, которые соответствуют личным желаниям и жизненным притязаниям конкретной личности, что порождает изменение в структуре производства и потребления образовательных услуг: отныне вузы при производстве и сбыте своей продукции вынуждены ориентироваться не на потребности отраслей и конкретных предприятий, а на потребности конкретной личности, обладающей платежеспособным спросом на эту продукцию. Это, в свою очередь, приводит к развитию рыночных отношений в системе образования. Следовательно, констатирует автор, развитие диверсифицированной модели образования явилось импульсом для развития рынка образовательных услуг, который, со своей стороны, также является институциональным регулятором, определяющим потребление образовательных услуг.

Современное рыночное устройство не позволяет государству замыкаться только лишь на производстве образовательных услуг для внутреннего потребления. При-

⁹ Лукашенко М. Рыночная трансформация системы образования в России // Общество и экономика. 2002. № 1. С. 147.

влечение как можно большего числа иностранных студентов, причем из развитых стран позволит не только вывести из кризиса систему отечественного образования, но поддерживать лидирующие позиции государства в мире. Однако это требует соответствующей мировым стандартам технологической оснащенности самого образовательного процесса. Следовательно, рыночная диверсификация, призванная обеспечить гибкость системы образования, должна затрагивать не только формы собственности образовательных учреждений и перечень оказываемых образовательных услуг, но также и формы организации самого учебного процесса, позволяющие современному человеку в максимально удобной для него форме повышать свой образовательный уровень.

Во второй главе «**Институт рынка как механизм регулирования потребительского поведения в сфере образования и его место в структуре других институциональных регуляторов**» автор пытается раскрыть особенности рыночного способа регулирования поведения человека в сфере образования.

В первом параграфе «**Рыночная ориентация личности и ее влияние на формирование образовательных потребностей**» ставится задача рассмотреть каким образом рыночная ориентация личности сказывается на получении высшего профессионального образования.

Анализируя некоторые особенности рыночной экономики, автор говорит о необходимости для личности соответствовать запросам рынка и приводит элементы рыночной ориентации личности Э. Фромма. На основании данной теории в работе делается вывод о необходимости прагматического подхода к выбору образовательного учреждения и будущей профессии. Необходимость такого подхода вызвана тем, что рынок постоянно требует от личности соответствия его запросам. В каждый момент времени индивид должен быть готов ответить рынку «Я тот, кто вам нужен». Поэтому и возможность получения образования должна рассматриваться не как таковая, сама по себе, а как способ повышения собственной меновой стоимости на рынке личностей¹⁰.

Далее автор анализирует мотивы, по которым молодежь выбирает те или иные образовательные услуги. На основании анализа данных исследований разных лет

¹⁰Фромм Э. Личность//Психологическая типология Минск-Москва. 2000. С 281

автор приходит к выводу, что рыночная ориентация как фактор выбора образовательных услуг, хотя и является довольно значимой для современной молодежи, тем не менее, уступает место в данном вопросе более сильному институциональному регулятору - семейно-родственным связям. В результате проведенного исследования автор констатирует наличие противоречия между желаемыми и реальными мотивами выбора профессии. Если при желаемой мотивации выбора образовательных услуг в той или иной степени преобладают мотивы рыночной конкурентоспособности, то при реальном выборе в большей степени преобладают мотивы семейных традиций и авторитета родителей. Выбирая те или иные образовательные услуги, молодые люди в большинстве своем руководствуются не мотивами реального рыночного выбора, а в определенной степени воплощают надежды своих родителей - табл. 1,2.

Таблица 1

Какими желаниями Вы руководствовались, принимая решение о получении высшего образования?"

Варианты ответов	% к числу опрошенных
Стать высококлассным специалистом	25,7%
Получить необходимые знания и навыки для дальнейшего профессионального и карьерного роста	24,2%
Считаю, что получение высшего образования помогает достичь определенных жизненных целей	22,7%
Стать образованным, культурным человеком	3,0%
Получить профессию, специальность	3,0%
Возможностью получить интересную работу	3,0%
Получить диплом о высшем образовании	13,6%
Устроиться на работу в конкретные государственные или коммерческие структуры	1,5%
Развить свой личностный потенциал	1,5%
Добиться успеха в жизни	1,5%

Во втором параграфе «**Становление рынка образовательных услуг как способ регулирования потребительского поведения в сфере образования**» ставится задача описать существующую в настоящее время ситуацию на рынке образо-

Исследование проведено в сентябре 2004 г. среди студентов экономических факультетов 6 вузов России. Опрошено 198 человек.

вательных услуг в России, а также показать его способность регулировать поведение потребителей образовательных услуг.

Таблица 2

Что в конечном итоге повлияло на Ваш выбор вуза и специальности?¹²

Варианты ответов	% к числу опрошенных
Мнение родных (семья)	33,3%
Мнение друзей и одноклассников	4,5%
Изменение обстановки в стране	7,5%
Стремление изменить существующее социальное положение	28,7%
Открытие новых престижных специальностей	1,5%
Престиж выбранной профессии	18,1%
Любовь к выбранной профессии	6,0%

В работе говорится, что рынок образовательных услуг является структурным элементом базового социального института - института рынка как формы экономического обмена. Он обладает всеми необходимыми для этого регуляторами: предложением, спросом и ценой на оказываемые услуги, а его развитие в России в начале 90-х годов XX века было вызвано необходимостью оптимизировать подготовку специалистов с высшим образованием.

В результате развития рынка образовательных услуг возникло довольно много новых образовательных учреждений, преимущественно, негосударственных, которые способствовали росту численности студентов. Общее количество студентов государственных и негосударственных вузов за период с 1994/95 уч. г. по 2001/02 уч. г. увеличилось более чем в два раза с 2644,6 тыс. чел. до 5426,9 тыс. чел.¹³. Это позволяет сделать вывод, что рынок образовательных услуг уже сам по себе является фактором формирования потребительского поведения и привлечения студентов в вузы. Приток студентов в негосударственные вузы, за счет которых и осуществляется прирост их численности, объясняется тем, что негосударственные вузы заполняют собой те «лакуны», которые не может заполнить система государственного образования: они дают знания и возможность учиться тем, кто их желает получить, но

¹² Исследование проведено в сентябре 2004 г. среди студентов экономических факультетов 6 вузов России. Опрошено 198 человек.

¹³ Российский стат. ежегодник. Стат.сб./ Госкомстат России. М. 2002.

кому государство не предоставляет такой возможности. В 1999 г. 63% студентов считали, что негосударственным вузам более присущ инновационный подход в обучении, а 65% студентов полагали, что негосударственные вузы в большей степени, чем государственные приближают учебный процесс к запросам студентов¹⁴.

В результате рассуждений автор приходит к выводу, что в условиях развития рынка образовательных услуг значимым институциональным регулятором потребления этих услуг являются сами вузы, заинтересованные в приросте студентов. Это обязывает вузы выстраивать соответствующую политику на рынке по привлечению клиентов. В конечном итоге, делается вывод, что вузы в современных рыночных условиях предстают в роли посредников между населением, стремящимся получить профессиональное образование и рынком труда, на котором покупается и продается конечный продукт деятельности вуза - дипломированный специалист.

Третий параграф **«Институт рынка труда как фактор формирования потребительского поведения в сфере образования»** содержит рассмотрение взаимосвязи между населением, рынком образования и рынком труда. Автор ставит перед собой задачу выяснить, влияют ли тенденции развития института рынка труда на выбор населением образовательных услуг как залога дальнейшего успешного трудоустройства и приложения своих способностей, или же выбор образовательных услуг никак не соотносится с последующим выходом индивида на рынок труда. Здесь же раскрываются современные тенденции рынка труда, анализируются особенности подготовки молодых специалистов и подробно раскрываются ориентации молодежи при выборе профессий.

В результате несоответствия образовательных программ современным потребностям рынка труда происходит увеличение доли безработной молодежи, что, в конечном итоге, приводит к обострению проблемы выбора образовательного учреждения и профиля обучения. На основании материалов исследований проведенных за последние годы в различных регионах России, делается вывод о рассогласованности между предлагаемыми образовательными услугами, выбором этих услуг и конечным результатом - выходом молодого специалиста на рынок труда.

Прежде всего, проблема выхода молодого специалиста на рынок труда видится в том, что подавляющее большинство поступающей в вузы молодежи и студенческой молодежи не задумываются о возможностях реального трудоустройства, а в процессе учебы проявляют достаточную пассивность при поиске работы. По данным исследования, проведенного в Ростовском государственном университете, при ответе на вопрос «Что вы предпринимаете для того, чтобы получить работу по специальности по окончании вуза?» в 2001 г. зафиксированы следующие мнения студентов (в %): «мне помогают родственники, друзья, знакомые» - 31%; «самостоятельно ищу работу» - 20%; «в поисках работы использую сведения из СМИ» - 17%; «мне оказывают помощь работники моего факультета, вуза» - 5%; «систематически посещаю службу занятости» - 3%; «ничего не предпринимаю для поиска работы» - 48%¹⁵ - табл. 3.

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Какой вариант трудоустройства Вас больше привлекает?» (%)¹⁶

Варианты трудоустройства	Годы							
	1993	1994	1995	1996	1997	1998	2000	2001
Определенность во всем, гарантированное трудоустройство, средняя зарплата	15	37	44	41	42	36	45	40
Значительная доля риска в решении проблем занятости, самостоятельный выход на рынок труда с равными шансами на успех и неудачу	60	33	30	32	32	40	24	24
Не знаю	25	30	26	27	25	32	31	36

¹⁵ Бойко Л И Указ соч - С. 81.

¹⁶ Бойко Л И Трансформация функций высшего образования и социальные позиции студенчества // Социс. 2002 №3 С. 82

В результате автор приходит к выводу, что сам рынок труда, как социальный институт не является ориентиром ни для самих потенциальных студентов при выборе будущей профессии или специальности, ни для современных вузов, ориентированных на максимальное привлечение студентов и материальных средств, позволяющих удерживаться на плаву в это непростое время. Такая несогласованность между производством образовательных услуг и их конечным потреблением – потреблением молодых специалистов системой материального производства приводит к перепроизводству специалистов на рынке труда, а, в конечном итоге, – к обесценению качества полученных услуг.

В заключении к диссертации подводятся итоги и делаются основные выводы исследования.

Результаты исследования опубликованы в следующих работах:

1. Дарда И.В., Дарда И.И. Рейтинговая система оценки знаний // Вопросы совершенствования машин, оборудования и технологий строительной индустрии: Сб. науч. тр. – Новочеркасск: НГТУ, 1996. – С. 122-124 (0,25).

2. Дарда И.И. Становление рынка образовательных услуг как способ регулирования потребительского поведения в сфере образования // Изв. вузов. Сев.-Кавк. регион. Техн. науки. 2004. – Приложение № 9. – С. 240-246 (0,4).

3. Дарда И.И. Диверсификация форм образования – фактор становления рынка образовательных услуг // Изв. вузов. Сев.-Кавк. регион. Техн. науки. 2004. – Приложение № 9. – С. 240-246 (0,4).

4. Бондаренко О.В., Дарда И.И. Институт рынка труда как фактор формирования потребительского поведения в сфере образования. – Ростов на/Д: Логос, 2004. – 17 с. (1,0).

5. Бондаренко О.В., Дарда И.И. Трансформация института образования в современном глобализационном процессе // Научные исследования в области экономики, техники и информационных технологий: Межвуз. сб. науч. тр./Институт открытого образования. – Новочеркасск: ЮРГТУ, 2004. – С.8-13 (0,3).

6. Дарда И.И., Бондаренко О.В. Особенности потребления образовательных услуг в условиях стабильного развития общества и социальных трансформаций // Актуальные проблемы экономики, социологии и права: Межвуз. сб. науч. тр./Институт открытого образования. – Новочеркасск: ЮРПУ, 2005. – С. 170-177 (0,45)

Отпечатано с готового оригинала

Подписано в печать 13.04.2005. Формат 60 x 84 1/16.

Бумага офсетная. Печать оперативная.

Печ. л. 1,4. Уч-издл. 1,4. Тираж 100 экз.

Заказ № 19.

Типография: ИПБОЮЛ «Бурыхин Б.М.».

Лицензия РЛД №65-186 от 10.01.2000 г.

Адрес типографии: 346500, г.Шахты, ул.Шевченко, 143

22 АПР 2005

1607