



ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ  
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**Основная образовательная программа бакалавриата по направлению  
подготовки 040100 «Социология»**

**Профиль «Экономическая социология»**

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА

**Конкурентоспособность ВУЗов на рынке высшего образования: экономико-  
социологический анализ**

**Выполнила:**

Крылова Мария Дмитриевна

**Научный руководитель:**

Кандидат социологических наук,  
Доцент кафедры экономической социологии  
Никифорова Ольга Александровна

Санкт-Петербург

2017

## Содержание

Generating Table of Contents for Word Import ...

## **Введение**

### **Актуальность работы**

Высшее образование становится с каждым годом все более значимым в жизни общества. Во-первых, важно отметить роль высшего образования для рынка труда молодежи. В ситуации конкуренции оно дает преимущества при получении работы в сравнении с теми, у кого уровень образования ниже, а также может компенсировать отсутствие опыта в той или иной сфере, давая теоретические знания, применимые в разных областях. Во-вторых, образование становится целой рыночной системой, которая устанавливает свои законы конкуренции агентов внутри этого рынка. Можно сказать, что сформировался целый рынок высшего образования, от которого зависит ситуация на тынке труда. Наконец, важно изучать образование, потому что оно является капиталом. В условиях, когда доступ к материальному капиталу не стабилен, высшее образование становится «устойчивой валютой», помогающей добиться успеха и быть уверенным в своем будущем. Поэтому изучение ВУЗов и их конкурентоспособности так актуально на данный момент.

Можно утверждать, что молодые люди сейчас стремятся получить не просто высшее образование в любом университете, только чтобы иметь документ, подтверждающий их квалификацию, а получить образование, которое будет более конкурентоспособным при трудоустройстве.

### **Проблема**

Описанная выше современная ситуация в России не дает понимания того, как университеты могут поддерживать свою конкурентоспособность. Для определения мер, которые должен предпринимать ВУЗ для того, чтобы иметь успех у студентов, необходимо определить механизмы или возможные линии поведения выпускников школ и факторы, определяющие их выбор в пользу какого-либо университета. Важно выявить все критерии, которые молодые люди учитывают, выбирая место обучения, и понять, какие критерии являются определяющими, а какие – второстепенными.

Таким образом, целью работы является определение главных критериев конкурентоспособности ВУЗа на рынке высшего образования в России.

**Объект данной работы:** система высшего образования в России.

**Предмет работы:** социально-экономические факторы формирования критериев конкурентоспособности ВУЗов в России.

Для достижения обозначенной цели поставлены следующие задачи:

1. Рассмотреть образование как социальный институт;
2. Проанализировать систему высшего образования, ее структуру и функции;
3. Представить выпускников школ как социальную группу;
3. Проанализировать современную ситуацию на рынке высшего образования в России;
4. Сформулировать критерии выбора университета молодыми людьми на основе прикладного исследования;
5. Выявить главные критерии, определяющие конкурентоспособность ВУЗов России.

**Степень изученности проблемы: авторы и теории**

Образование – один из важнейших социальных институтов общества, поэтому вопросами его развития и проблемами занимались многие ученые. Так, теоретические исследования в этой области проводили М. Вебер, Э. Дюркгейм, Дж. Дьюи, Т. Парсонс. В российской социологии данные вопросы прорабатывались такими авторами, как Н. Кареев, П. А. Сорокин. Современные исследователи так же уделяют много внимания изучению молодежи. Среди социологов, изучающих данные вопросы можно выделить А.К. Лукину, В. Т. Лисовского, В. И. Добрынину, И. С. Кона, С. Н. Иконникову.

**Теоретико-методологическая база работы**

Институциональный подход Т. Веблена дает возможность понять структуру, функционирование и значение образования для общества и конкретного человека. Рассмотрение образования в рамках изучения института праздного класса помогает понять, чем руководствуются люди при выборе университета.

Концепция градов Л. Болтански и Л. Тевено так же объясняет поступки людей, связывая их с различными идеалами и пониманием блага. Подход П. Бурдьё дает понимание того, как накопленный опыт людей влияет на их решения, в зависимости от вида этого опыта или капитала.

### **Методы исследования**

В работе использованы общенаучные методы: анализ документов, анализ литературы по теме. Также использованы специальные методы: в рамках работы использовался метод анкетного опроса. Обработка и анализ полученных данных проводились с использованием программного пакета SPSS.

**Гипотеза:** Для выпускников школ России привлекательность Вуза формируется не на основе экономических показателей спроса и предложения или мировой системы рейтингов, а путем формирования ценностной структуры личности.

### **Структура работы**

Структура работы соответствует поставленным цели и задачам. Во введении описаны актуальность темы, проблема, объект, предмет, цели и задачи работы, степень изученности проблемы, а также теоретико-методологическая база исследования, гипотезы и структура работы и ее теоретическая и практическая значимость.

В первой главе раскрывается понятие образования как социального института, проводится анализ рынка образования и выявляются отличительные особенности молодежи как социальной группы.

### **Теоретическая и практическая значимость работы**

Теоретическое значение данной работы заключается в формировании структуры ценностей выпускников школ как социальной группы, выявлении критериев привлекательности вузов для молодежи. Результаты работы могут быть использованы при чтении курсов: социология образования, социология рынков, социология труда и др.

Практическая значимость работы заключается в разработке рекомендаций университетам по повышению конкурентоспособности на рынке высшего образования.

## Глава № 1 Теоретико-методологические основы изучения образования

### 1.1 Образование как институт

Общество можно представить как совокупность отношений и взаимодействий между людьми, которые организованы определенным образом. С развитием общества происходит и его усложнение, поэтому появляются системы норм и организации для структурирования этих отношений. Эти системы называются институтами, данное понятие ввел Торстейн Веблен в работе «Теория праздного класса». «Институты – это, по сути дела, распространенный образ мысли в том, что касается отдельных отношений между обществом и личностью и отдельных выполняемых ими функций».<sup>1</sup> Можно сказать, что институтами называют общественные обычаи в той или иной сфере. Основными институтами считаются семья, государство, собственность, религия и образование. Конечной целью существования всех институтов является удовлетворение социальных потребностей.

Образование – один из наиболее важных объектов изучения социологов. Оно является основным социальным институтом, приобщающим людей к базисным ценностям и практикам.

В социологии выделяют несколько важных функций образования:

1. гуманистическая (интеллектуальное, нравственное и физическое развитие личности);
2. профессионально-экономическая (подготовка профессионалов, необходимых обществу);
3. социально-политическая (распределение людей в статусной иерархии общества);
4. культурная (прививание культурных ценностей, накопленных в обществе);

---

<sup>1</sup>Веблен Т. Теория праздного класса / Под ред. В. В. Мотылева. М.: Прогресс, 1984. С.202.

5. адаптационная (помощь во вхождении человека в общество).<sup>2</sup>

Система образования состоит из множества компонентов. Согласно Федеральному закону "Об образовании в Российской Федерации" от 29 декабря 2012 года в нее включены организации, осуществляющие образовательную деятельность; стандарты образования, соответствующие государственным требованиям; органы, осуществляющие управление в данной сфере и проверку качества предоставления образовательной услуги; педагогические работники, обучающиеся и их родители; физические и юридические лица, как работодатели в сфере образования.<sup>3</sup> Все эти элементы регулируются совокупностью норм, организующих взаимодействие людей по поводу обучения.

В России образование делится на три основных уровня: общее, профессиональное и дополнительное образование.

Целью работы было поставлено изучение конкурентоспособности ВУЗов, поэтому основным рассматриваемым уровнем будет высшее образование, которое является составляющей профессионального уровня. В современном мире выпускникам школ предлагается огромный выбор университетов и специальностей, поэтому можно говорить о наличии конкуренции между ВУЗами и критериев, по которым абитуриенты предпочитают одно заведение другому.

Проблему выбора университета выпускниками затрагивали не только ученые, занимавшиеся социологией образования, но и многие другие. К основным теоретикам, касающимся данного вопроса можно отнести Торстейна Веблена, Пьера Бурдьё, Люка Болтански и Лорана Тевено.

Торстейн Веблен в своей работе «Теория праздного класса» изучал институт праздного класса, его понятие, происхождение, особенности и проявление в разных сферах жизни общества. Праздным классом автор называет группу общества, не занятую производительным трудом и ориентированную на постоянное потребление, которое чаще всего носит показной, демонстративный характер. В одной из глав Т. Веблен рассматривает проявления культуры

---

<sup>2</sup>Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 2003. С.76.

<sup>3</sup><http://zakon-ob-obrazovanii.ru/10.html>.

демонстративного потребления в высшем образовании. Эти черты помогут понять, какими мотивами могут руководствоваться выпускники школ при выборе университета. Автор связывает происхождение образования еще со временами поклонения сверхъестественным силам, когда жрец получал тайные знания, недоступные другим членам общины, которые выделяли его из толпы, делали посредником между двумя мирами. Знания ритуалов и обрядов передавались закрытому кругу лиц, так образование получает статус элитного, возвышенного занятия и постепенно становится институтом.

В образовании до сих пор присутствует элемент сокрытого, те, кто имеет высшее образование, получают вместе с ним авторитет, возможность влиять на других людей. Знания, накапливаясь, начинали подразделяться на эзотерические и экзотерические, где эзотерические – те, что не связаны с производственной жизнью и бесполезны в производственном плане, а экзотерические – это знания о привычных явлениях, о том, что окружает людей и учит создавать материальную часть жизни. Праздным классом была выдвинута точка зрения, что все знания, связанные с процессом производства, являются низшими, недостойными для изучения высшими слоями, и необходимо стремиться к обладанию эзотерическими знаниями. Многие люди считают такой взгляд единственно правильным даже в современном обществе и выбирают классические, чаще гуманитарные направления, или же те, что служат как руководство по управлению людьми или предприятием. Сюда можно отнести такие популярные в наше время специальности, как юриспруденция, управленческие науки (менеджмент), политология, экономика. Люди с такими идеалами скорее поступят в государственный университет с высоким конкурсом на поступление.

Представители праздного класса не интересовались самим процессом познания, хотя именно те, кто имеет средства и свободное время должны, по мнению автора, становиться великими учеными. Образ мысли праздного класса был основан на завистнических представлениях о достоинстве и статусе, ему нужно было что-то более демонстративное, чем знания, чтобы показать свое положение и могущество.



В наше время представление о престижности гуманитарных и технических специальностей изменилось, но Веблен считал, что такое возможно и это не меняет образ мышления людей. Важно не то, новые или старые знания будут в почете, а то, по каким критериям их начинают считать значимыми. Современное общество все еще находится в системе статусов, поэтому люди определяют популярные специальности не по их полезности для общества, а по тому, какие выгоды принесет получение какой-либо специальности, какой статус будет получен вместе с дипломом.

Данные выводы можно использовать, как объяснение мотивов поступления людей в тот или иной ВУЗ на различные специальности. Можно сказать, что классические университеты сейчас становятся предметом «демонстративного потребления», потому что открывают выпускникам доступ к новому статусу, связям или престижной профессии. Студенты часто выбирают неинтересную им специальность, лишь бы был диплом престижного ВУЗа. Бывает и другая ситуация, выбор университета зависит от наличия в нем популярной специальности, и абитуриенты не смотрят на качество образования, понимая, что в дипломе будет указана та же специальность, что и при обучении в других университетах.

Еще один социолог, чьи работы помогают понять, исходя из каких критериев, люди выбирают университет, это Пьер Бурдьё. Автор считает, что все люди в течение жизни накапливают разные виды капитала, который используют для получения выгод и преимуществ, повышения своего статуса, профессионального и личностного роста. Под капиталом автор понимает ресурсы материального и нематериального характера, на основе которых люди структурируют социальные отношения.<sup>4П.</sup> Бурдьё выделял культурный,

---

<sup>4</sup>Шматко Н.А. Генетический структурализм Пьера Бурдьё // Отв. ред. и сост. Ю.Н. Давыдов. История теоретической социологии. В 4-х т. — СПб.: РХГИ, 2000. — Т. 4. — С. 386—403.

социальный, символический и экономический капиталы.<sup>5</sup> Все виды капитала имеют свои особенности и проявления, поэтому могут по-разному влиять на ценности человека, определять его жизненный выбор в той или иной сфере, например, в выборе университета и специальности.

Культурный капитал может проявляться в трех формах: инкорпорированный, институализированный и объективированный. Инкорпорированный капитал представляет собой свойства, знания, навыки, умения, которые неразрывны с их носителем. Приобретение такого вида капитала требует затрат времени, самосовершенствования, поэтому он так ценится. Его нельзя приобрести в актах дарения, обмена, потому что он является частью личности, поэтому его часто не считают капиталом, но нужно учитывать его ценность, например, при его дефиците. Человек, имеющий уникальные знания, нужен обществу хотя бы как возможность передать эти знания следующему поколению. Объективированное состояние соединяет в себе культурный и экономический капитал, это, например, предметы искусства, коллекции, которые можно передать, обменять, как часть экономического капитала, но культурный капитал, накопленный от их использования, передать нельзя. Третье состояние культурного капитала – институализированное, – это звания, квалификации, принятые в обществе. Они не требуют постоянного доказательства, как капитал самоучки, который нельзя измерить. Здесь есть определенные критерии, известные по своей значимости, но часто за таким состоянием капитала может не быть того уровня инкорпорированного капитала, который ожидается от человека с определенным званием. Все эти состояния накапливаются в процессе социализации и образования.

Социальный капитал – это совокупность всех ресурсов, связанных с отношениями людей друг с другом. Он определяет принадлежность человека к группе и его место в сети социальных связей. Существуют специфические виды

---

<sup>5</sup> Экономическая социология. Том 6. №3. Май 2005. С. 60-74. Перевод М.С. Добряковой. Научное редактирование — В.В. Радаев. // Электронная публикация: Центр гуманитарных технологий. — 18.09.2009. URL: <http://gtmarket.ru/laboratory/expertize/2009/2601>.

социального капитала в зависимости от группы: семейный, политический, религиозный.

Экономический капитал включает в себя материальные вещи и финансы.

Объединяет все виды капитала символический капитал, который может быть представлен в разных формах (экономический, культурный, социальный) и формируется в зависимости от видения мира человека, количества уже накопленного им капитала и принятых в определенной группе знаков. Любые вещи, действия и информация могут стать символом, важным для определенной социальной группы или всего общества, например, если для семьи важно накопление культурного капитала, он становится символом успеха, то ребенок, который растет в такой семье, будет выбирать университет исходя из того, насколько качественное в нем образование. В случае если экономический капитал становится символом успеха в семье, основной ценностью для ребенка будут деньги и он, скорее всего, выберет ВУЗ и специальность, которые в будущем позволят получать большой доход.

Абитуриенты выбирают университет и специальность исходя из того, в каком количестве накоплены разные виды капитала к моменту окончания школы. Важно то, какой капитал человек получает от своей семьи, друзей, учителей и СМИ, потому что благодаря им формируется личность ребенка, его основные ценности и жизненные ориентиры. При преобладании социального капитала, человек будет выбирать ВУЗ, учитывая принятые в его окружении нормы и знаки уважения, так, например, ребенок идет по стопам родителей и выбирает такую же профессию. Если преобладает экономический капитал, люди исходят из финансовой возможности поступить на какую-либо специальность, смотрят на примерную заработную плату выпускников того или иного университета и выбирают наиболее выгодный вариант. Преобладание культурного капитала, то есть знаний и навыков, которые уже имеются у человека, заставляет его выбирать тот ВУЗ и специальность, которые могут дать качественные знания в той области, которая интересна или к которой у человека есть предрасположенность, несмотря

на то, что эта специальность может не давать гарантии получения высокого дохода или не приниматься окружающими.

Образование само по себе является источником накопления всех видов капитала, оно дает возможность подниматься вверх по профессиональным и статусным иерархиям. Современный мир построен на рыночных отношениях, в ситуации конкуренции образование является капиталом более устойчивым, чем экономический при общей нестабильности рынка. Можно сказать, что люди хотят получить высшее образование не только по экономически-рациональным причинам (например, высокий доход), а еще и для получения социальных привилегий. С накоплением капитала идет и накопление прав, власти, возможностей, уважения, то есть разных символов.

Ученые Люк Болтански и Лоран Тевено, как и Пьер Бурдьё изучают основания, по которым люди делают тот или иной выбор в своей жизни. В работе «Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов» раскрывается вопрос о различных ценностях, присущих людям. Эти ценности, по мнению авторов, обусловлены их «градом», то есть миром, в котором есть свои идеалы.<sup>6</sup> Под «градом» понимается теория справедливости или инструмент социологического анализа поведения людей, того, как они оправдывают свои действия определенным набором ценностей. Авторы выделяют несколько таких градов, и, чтобы понять систему ценностей в них, приводятся книги, в которых раскрывается суть того или иного мира. Ценность теории «градов» для данной работы в том, что в каждом из них существуют определенные порядки величия, то есть порядки обоснования ценности, согласно которым люди объясняют свои действия. Аргументация, которую используют люди при принятии решения, зависит от моральных и нравственных требований, предъявляемых законами «града». Социальная жизнь рассматривается как одновременное существование нескольких градов, а предметом изучения является «многообразие форм

---

<sup>6</sup>Болтански, Л., Тевено, Л. Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов / Люк Болтански, Лоран Тевено; пер. с фр. О.В. Ковенева; науч. ред. перевода Н.Е. Копосов. — М.: Новое литературное обозрение, 2013. — 576 с.

сосуществования людей друг с другом, одной из которых является режим публичного обоснования справедливости»<sup>7</sup>.

Первый рассматриваемый град – град благодати и вдохновения, где человек поступает так, как, по его мнению, угодно Богу (Августин, «О граде Божьем»). Люди, которые принимают ценности такого мира, отвергают эгоизм, гордость в своем поведении и высшим благом считают повиновение и служение Богу и людям. Применимо к современному миру, люди с такими установками принимают свою судьбу, действуют согласно прописным истинам, а в выборе профессии опираются на ее полезность для общества. Выпускники с такими установками выбирают специальность, учитывая пользу, которую они принесут миру, а на престижность университета могут не обратить внимание.

Следующий мир – град «патриархальный», его основные ценности можно найти в книге «Политика» Бюссюэ. В этом мире степень величия человека связана с принципом иерархии. Все люди, чьи установки соответствуют данному «граду», считают, что у каждого человека есть определенное место в обществе и статус, которому нужно соответствовать. По отношению к другим людям человек должен действовать с учетом их положения в социальной иерархии. Для человека, принимающего ценности данного града, характерен выбор специальности, связанной с государственной службой, как подтверждение признания существующей системы иерархий.

Мир «репутационный» – это град, где величие человека зависит от мнения других, причем, значение здесь имеет не только количество людей, оказывающих доверие кому-либо, но и их собственная репутация, - чем она выше, тем больше влияет мнение авторитетного человека на других. Мир известности – это целая система оценок, согласно которым выстраивается статусная иерархия. Ценности этого мира описываются в книге «Левиафан» Гоббса.

---

<sup>7</sup>Болтански, Л., Тевено, Л. Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов / Люк Болтански, Лоран Тевено; пер. с фр. О.В. Ковенева; науч. ред. перевода Н.Е. Копосов. — М.: Новое литературное обозрение, 2013. — С - 50.

В гражданском граде основной ценностью является действие согласно общественному договору. Идеалы данного мира описаны в книге «Общественный договор» Руссо. Величие человека определяется, как его согласие действовать коллективно, данный мир не принимает протестов и отклонений от нормы. Человек – всегда часть общности, поэтому можно сделать предположение, что выбор университета для людей с такими идеалами зависит от близкого окружения и его приоритетов.

В мире рынка или рыночном граде величие человека, его успешность зависит от того, умеет ли он адаптироваться к быстро меняющимся условиям, жить по законам рынка, побеждать в отношениях конкуренции. Законы и ценности данного града описаны в книге «Богатство народов» Адама Смита. Касательно выбора университета, люди, принимающие идеалы рыночного града выберут престижный, популярный ВУЗ, который позволит быть конкурентоспособным и получать высокий доход, причем интересы и имеющиеся способности человек почти не учитывает при выборе.

Наконец, мир «индустриальный», где степень величия определяется производственной эффективностью, полезностью труда и организованностью человека. Ценности данного града описаны в книге «Индустриальная система» Сен-Симона. Применительно к абитуриентам, придерживающимся такого порядка величия, можно сказать, что для них будет характерен выбор практической специальности или вообще отказ от поступления на высшее образование и получение среднего профессионального.

Таким образом, можно сделать вывод, что образование является развитым социальным институтом, который имеет большое значение как для сохранения стабильности и развития общества, так и для профессионального и личностного роста каждого человека. Проблема выбора университета актуальна для большинства людей, так как высшее образование становится все более ценным в условиях конкуренции на рынке труда. В социологии вопрос мотивов, ценностей и установок, на которые ориентируются люди, достаточно полно изучен. Применительно к проблеме данной работы, можно сказать, что важен опыт или

«капиталы», которые накопил человек к определенному моменту своей жизни. Для современного мира характерно сохранение принципов, по которым жил праздный класс, а именно «демонстративного потребления», поэтому нельзя сказать, что выпускники школ всегда рационально выбирают университет, ориентируясь на качество получаемых знаний. В понимании людей, престиж и статус ВУЗа часто играют определяющую роль при выборе места для поступления. Больше влияние так же оказывают ценности человека, сформированные в его мире или «граде», именно с ними не должны вступать в конфликт действия человека, потому что по этим ценностям каждый определяет, что для него является благом.

## 1.2 Система образования в России

В России до 20 века функция воспитания выполнялась чаще всего семьей, но с развитием и институционализацией образования ребенок начинает все меньше времени проводить с родителями. Создается целая система образовательных учреждений, которые дети обязаны посещать с самого раннего возраста. Замена обучения в семье на профессиональное означает перенос функции социализации личности с семейного уровня на государственный. Социализация, по мнению Толкотта Парсонса, представляет собой единый сложный процесс, посредством которого личности становятся членами социетального сообщества.<sup>8</sup> Питирим Сорокин в своей статье «Кризис современной семьи» говорит о последствиях институционализации образования, выделяя позитивные стороны данного процесса. Автор говорит о том, что образовательные учреждения помогают человеку быть более «социализированным», то есть усвоить гораздо больше норм и ценностей общества, чем он мог бы узнать в семье.<sup>9</sup> Можно сделать вывод, что образование дает человеку не только знания в определенных областях, но и формирует его установки и ценности, что важно для понимания принципов, по которым люди делают тот или иной выбор в своей жизни, например, выбор университета и будущей профессии.

При рассмотрении понятия образования как социального института в первом параграфе была представлена его организационная структура, согласно которой система образования в России делится на три основных уровня: общее, профессиональное и дополнительное образование. Каждый из этих уровней подразделяется на более мелкие составляющие.

К общему образованию относят:

---

<sup>8</sup> Парсонс Т. Понятие общества: компоненты и их взаимоотношения, THESIS, 1993, вып. 2 С–104.

<sup>9</sup> Сорокин П. Кризис современной семьи // Ежемесячный журнал литературы, науки и общественной жизни. 1916, № 1. С – 171-174.



1. дошкольное образование;
2. начальное общее образование;
3. основное общее образование;
4. среднее общее образование.

К профессиональному:

1. среднее профессиональное образование;
2. высшее образование - бакалавриат;
3. высшее образование - специалитет, магистратура;
4. высшее образование - подготовка кадров высшей квалификации.

Дополнительное образование включает в себя дополнительное образование детей и взрослых и дополнительное профессиональное образование.<sup>10</sup>

Детский сад и школа – это организации, дающие общее, а иногда и дополнительное образование. Ребенок начинает учиться с 3-5 лет, это возраст, когда идет активный процесс усваивания норм общества. Детский сад и школа адаптируют и социализируют человека, именно после школы многие молодые люди начинают жить самостоятельно.

Помимо социализации, школа выполняет ряд других функций:

#### 1. Обучающая

Школа существует для того, чтобы дать возможность человеку приобрести знания прошлых поколений, освоить какой-либо навык. Ребенок проводит большую часть времени в школе, привыкая к постоянному процессу обучения, что заставляет многих продолжать учиться на протяжении всей жизни. Эта функция помогает развитию человека и общества в целом, позволяя каждому добиться успехов в том, к чему есть способности.

#### 2. Социальная дифференциация

Известно, что школа помогает продвинуться более целеустремленным, талантливым людям, давая постоянную возможность обучения и успешного

---

<sup>10</sup><http://zakon-ob-obrazovanii.ru/10.html>.

поиска работы в будущем. Это одна из важнейших функций общества – социальное структурирование. Школа – это только один из социальных институтов, наряду с семьей, армией, профессиональными организациями, которые позволяют продвинуться вверх по социальной «лестнице» тем, кто имеет талант и возможность успешно осуществлять свои социальные и профессиональные функции. П.А. Сорокин считал школу вторым по значимости механизмом тестирования возможностей и способностей социального индивида и присвоения им определенного социального статуса. В своей работе «Структурная социология» он говорит, что школа – следующий после семьи этап перепроверки способностей, и часто определение статуса человека семьей и школой не совпадают. Эту функцию также можно определить как функцию социального контроля, селекционирующую.<sup>11</sup>

Эти функции включают в себя множество процессов, связей и отношений в обществе. Благодаря школе решаются такие проблемы, как вхождение человека в общество, социальная дифференциация, социальная мобильность и многие другие.

Вплоть до середины 18 века у людей не было особой потребности в образовании, оно не являлось ценностью и видом капитала, как в настоящее время. Первые школы давали знания по различным предметам, но затем усилилась и их воспитательная функция. Процесс обучения носит социальный характер. Он обязательно включает в себя общение ученика с одноклассниками, учителями. Воспитание – это процесс формирования личности, а не просто знания по различным предметам. Школа предполагает всестороннее развитие, усвоение норм и ценностей общества.

После окончания школы у человека есть возможность перейти на уровень профессионального образования или пойти работать. Современные выпускники школ все чаще стараются продолжить образование, понимая, что иначе не смогут быть конкурентоспособными на рынке труда. Если на начало учебного года в 2000

---

<sup>11</sup>Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / Общ.ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов: Пер. с англ. — М.: Политиздат, 1992. — 543 с.

году в России было 4741 тысяч студентов<sup>12</sup>, поступивших в ВУЗы, то в 2016 году – 5209 тысяч человек<sup>13</sup>.

Выпускники средних учебных заведений относятся к социальной группе молодежи. Эта группа имеет определенные характеристики, которые могут повлиять на выбор ее членами того или иного университета. Молодежь – социально-демографическая группа, которую отличают обусловленные возрастом особенности социального положения, место и функции в социальной структуре общества, специфические интересы и ценности.<sup>14</sup>

В. Т. Лисовский был первым, кто выделили молодежь как отдельную социальную группу в 1968 году. Молодёжь — поколение людей, проходящих стадию социализации, усваивающих, а в более зрелом возрасте уже усвоивших, образовательные, профессиональные, культурные и другие социальные функции.<sup>15</sup> Отличительными чертами молодежи являются: высокий уровень мобильности в группе, активность, амбициозность, желание выделиться, свобода от предрассудков.

Частью данной социальной группы являются выпускники средних учебных заведений. Они сохраняют общие черты группы, поэтому можно выявить несколько тенденций в их поведении, касающихся образования.

Во-первых, чем раньше школьник определяется с будущей специальностью, тем более разборчиво он подходит к образованию в школе, эту тенденцию нельзя оценивать однозначно, потому что, получая углубленные знания по нескольким предметам, остальные остаются неизученными, то есть снижается уровень общей

---

<sup>12</sup>[http://stat.edu.ru/scr/db.cgi?act=listDB&t=2\\_6\\_1a&ttype=2&Field=All](http://stat.edu.ru/scr/db.cgi?act=listDB&t=2_6_1a&ttype=2&Field=All).

<sup>13</sup>[http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2015/rus15.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/rus15.pdf).

<sup>14</sup>Плугарь О.А., Плугарь О.А., Кононова Т.М., Горева О.М. Молодежь как социальная группа: определение, социально-демографические характеристики и перспективные направления исследования // Современные проблемы науки и образования. – 2015. – № 2-2.;

URL: <http://www.science-education.ru/ru/article/view?id=22074>

<sup>15</sup>Социология молодёжи. Под ред. В. Т. Лисовского. СПб.: Изд-во СПбГУ. 1996. С – 32.

образованности молодежи. Поиск себя, своего профессионального пути часто является незаконченным к моменту выпуска из школы.

Во-вторых, можно сказать, что выпускники пытаются разобраться во всех проблемах самостоятельно, не учитывают опыт прошлых поколений. Согласно М. Мид, общество с высокой динамикой развития называется префигуративной культурой, где молодое поколение успевает меняться, а старшее – не всегда. В такой культуре опыт поколений не передается, потому что он не применим к быстро меняющимся условиям.<sup>16</sup> Отказ от принятия опыта и ценностей прошлых поколений может привести к эмоциональной неустойчивости, необдуманном решениям и серьезным проблемам в формировании личности.

Наконец, прагматичное отношение к знаниям, то есть молодые люди хотят учиться не для самого процесса, а имея определенную цель. Образование перестало быть основной ценностью, оно лишь ступень для получения профессии. При этом понятие «призвание» почти ничего не значит для учеников, если оно не принесет дохода в будущем.

Исходя из этих тенденций, можно определить, что для выпускников школ, как части социальной группы молодежи, характерен выбор специальности по следующим критериям:

1. Возможность получения престижной профессии;
2. Получение высокого дохода;
3. Качество образования и уровень знаний преподавателей;
4. Высокая оценка своих способностей по выбранной области знаний.

Выбор будущей специальности и в дальнейшем профессии во многом зависит от осведомленности учеников. Важно, чтобы молодые люди понимали, к чему они имеют склонности, какую область знаний нужно изучить, чтобы стать профессионалом своего дела. Вдобавок к этому, необходимо дать ученикам информацию, какие профессии популярны и перспективны, где открыто много вакансий и куда сложно попасть. Всем этим занимается профессиональная ориентация – система научно-обоснованных мероприятий, направленная на

---

<sup>16</sup>Мид М. Культура и мир детства М.: Наука, 1988. С.359-361

подготовку молодежи к выбору профессии<sup>17</sup>. Такие мероприятия в России начали проводить еще в 20-х годах 20 века. Были организованы бюро профессиональной консультации, Межведомственный координационный совет по профессиональному подбору и профессиональной консультации, различные организации, чья цель – помощь в определении интересов и склонностей, осведомление о существующих профессиях, о том, какие из них востребованы, а какие – нет, пропаганда рабочих профессий, помощь при трудоустройстве.

Сейчас профориентационные мероприятия проводятся в каждой школе, что говорит о действенности этого метода помощи. Многие школьники уже в средней школе понимают, кем хотят быть.

Профориентацию можно разделить на несколько направлений по методу работы:

1. Профинформация;
2. Профагитация;
3. Профпросвещение;
4. Профконсультация;
5. Профдиагностика.

Все эти методы выполняют одни задачи:

Профессиональное просвещение — информирование учащихся о мире различных профессий и их востребованности;

Профессиональное воспитание — прививание ответственного отношения к трудовой деятельности;

Профессиональное консультирование – помощь при выборе конкретной профессиональной деятельности;

Профессиональное развитие личности – подготовка к смене профессии или расширению квалификации.

---

<sup>17</sup>Лукина А.К. Социальная педагогика. Учебное пособие Сибирский Федеральный Университет, 2011

Изучение молодежи является одним из основных направлений современной социологии. Именно эта социальная группа определяет, каким будет будущее страны, так как создает большинство инноваций, получает образование по определенным специальностям, что характеризует направление развития страны в целом. Система образования в России дает возможность молодым людям выбирать из множества профессий, специальностей и ВУЗов, оказывает профориентационную помощь, чтобы молодые люди понимали, насколько сильно их жизнь зависит от полученного образования. Учитывая все особенности молодых людей, нельзя сказать, что их поступки всегда рациональны, что является важным фактором при изучении критериев выбора университета выпускниками школ. Рынок образовательных услуг в настоящее время настолько развит и многообразен, что без профориентации молодежь может просто не знать о существовании каких-либо образовательных учреждений или специальностях. В следующем параграфе будет проведен анализ рынка высшего образования, с целью оценить, в какой ситуации находятся молодые люди, сталкиваясь с выбором университета.

### 1.3 Рынок образовательных услуг

Россия имеет свою специфику развития и условий предоставления образовательных услуг. В настоящее время высшее образование является одной из составляющих рынка образовательных услуг. Данный рынок появился в последние десятилетия, поэтому процесс его формирования можно считать незавершенным. В СССР все образовательные учреждения были под контролем государства, существовали механизмы регулирования работы школ и ВУЗов, распределения студентов, только что получивших образование по местам работы. В настоящее время можно говорить о наличии рынка высшего образования как части рынка образовательных услуг. Одно из определений рынка – саморегулирующийся механизм спроса и предложения.<sup>18</sup> При существующей экономической системе взаимодействие хозяйственных агентов регулируется только законами рынка, поэтому у них нет гарантии, что производимый товар или услуга будут востребованы и реализованы. В связи с этим организации вынуждены вступать в борьбу за потребителей или конкуренцию. Конкуренция – это действия двух и более участников рынка, нацеленные на получение одного и того же ограниченного ресурса, доступного при определенных усилиях с их стороны.<sup>19</sup> Образовательные учреждения, как и другие организации, участвуют в этой борьбе, формируя определенный образ, привлекающий потребителей, в данном случае – студентов. Современная ситуация дает возможность изучать конкурентоспособность ВУЗов и способы ее формирования, для этого требуется выделить границы и особенности рынка высшего образования, провести анализ данного рынка.

---

<sup>18</sup>Boyer, R. The Variety and Unequal Performance of Really Existing Markets: Farewell to Doctor Pangloss // Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions / J.R. Hollingsworth, R. Boyer (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 1999. P. 62-65

<sup>19</sup>Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. — М.: ГУ ВШЭ, 2003.

Высшее образование становится все более популярной и востребованной услугой, как в России, так и во всем мире. Его относят к рынку образовательных услуг, в который также входят начальное, среднее, дополнительное и послевузовское профессиональное образование. Все эти услуги, а также здравоохранение и культура образуют социально-культурный сектор сферы услуг. Рынок высшего образования представляет собой обмен между образовательным учреждением, выступающим в качестве продавца, и физическими лицами, приобретающими образовательную услугу.

Образовательная услуга – это неосязаемые действия, направленные на сознание индивида, обеспечивающие реализацию потребности человека в получении определенного вида знаний, умений, навыков, в приобретении профессии или квалификации; обеспечивают удовлетворение спроса на рынке труда.<sup>20</sup>

Высшее образование является одновременно общественным и частным благом. Значение такого вида образования для общества заключается в создании определенных норм жизни в обществе и усвоение их обучающимися, а также в выпуске специалистов, обеспечивающих воспроизводство и развитие общества. В качестве частного блага высшее образование гарантирует профессиональный успех, способствует самореализации и развитию личности и защищает людей на рынке труда. Именно из-за этой двойственности образование должно регулироваться как государством, так и рыночными отношениями.

Действующими агентами на данном рынке можно считать учреждения, предоставляющие образовательную услугу и потребителей услуги, которыми являются как абитуриенты, приобретающие образование, так и работодатели, приобретающие выпускников, как «продукцию ВУЗа».

---

<sup>20</sup>Долятовский, В.А., Мазур, О.А., Кузнецова, И.В., Сакиев, Э.Е., Рябченко, Т.Н. Стратегическое планирование деятельности вуза на рынке образовательных услуг. Монография. / Под ред. В.А. Долятовского, О.А. Мазура. — Ростов-на-Дону-Невинномысск: СКНЦ ВШ-РГЭУ «РИНХ» - НИЭУП, 2005. — С – 14.



На 2015 год число образовательных учреждений, предоставляющих возможность получения высшего образования, составило 950. Из них государственными являются 548 ВУЗов.<sup>21</sup>

Максимальное число ВУЗов страна имела в 2009 году – 1134, но затем пошли резкие сокращения с целью улучшения качества образования. Каждый год становится все меньше университетов, некоторые из них объединяются, некоторые закрываются за несоответствие стандартам. В основном, под сокращения попадают государственные учреждения.

Количество студентов в России к 2015 году составило 5209 тысяч человек. При этом 85% студентов учатся в государственных и муниципальных учреждениях.<sup>22</sup>

Процесс купли образовательных услуг может осуществляться за счет самого покупателя или за счет государства, которое в свою очередь может выступать и продавцом, формирующим цены на услуги. Существует бесплатное образование с ограниченным количеством мест, за которое готово платить государство или само учреждение, и платное образование, где обычно больше мест, но и цена может варьироваться от самой доступной до крайне высокой.

Государство оказывает существенное влияние на современный рынок высшего образования. В его функции входит поддержка положительного мнения об образовательных учреждениях, финансирование их, регулирование приоритетных специальностей, форм и методов обучения, аттестация и мониторинг качества образовательных услуг и информационное обеспечение учреждений.<sup>23</sup>

Экономическая характеристика.

Из-за особенностей политического характера современный рынок высшего образования формируется до сих пор, в нем все больше проявляются законы

---

<sup>21</sup>[http://www.gks.ru/free\\_doc/new\\_site/population/obraz/vp-obr1.htm](http://www.gks.ru/free_doc/new_site/population/obraz/vp-obr1.htm)

<sup>22</sup>[http://www.gks.ru/free\\_doc/doc\\_2015/rus15.pdf](http://www.gks.ru/free_doc/doc_2015/rus15.pdf)

<sup>23</sup>Старовойтова Т.А. Формирование и развитие рынка образовательных услуг в России // Российское образование. – 2009. – № 5. – С. 33.

рынка, появляются новые агенты, формы обучения, предложение сейчас превышает спрос на услуги. Университеты рассматривают студента как клиента, поэтому идет увеличение и рост конкурентной борьбы ВУЗов.

Все существующие ВУЗы можно классифицировать по таким признакам, как:

1. Предлагаемые специальности и направления;
2. Местоположение ВУЗа;
3. Стоимость обучения;
4. Размер и количество студентов;
5. Форма обучения.
6. Цена и факторы ее формирования.

Сложно определить среднюю цену на обучение, она зависит от множества факторов и может варьироваться от 20 тысяч рублей до 350 тысяч. Основными факторами, формирующими цену высшего образования можно считать<sup>24</sup>:

1. Высокое место в рейтингах ВУЗов;
2. Популярность специальности;
3. Влияние государства;
4. Связи ВУЗа и возможность трудоустройства после учебы;
5. Техническая оснащенность университета;
6. Территориальное расположение.

Рынок высшего образования постоянно расширяется, что приводит к возрастанию конкуренции. Складывается сложная конкурентная ситуация по ряду популярных специальностей, что требует от ВУЗов активных действий, чтобы оставаться конкурентоспособными и востребованными. Основные тактики, которые используют в этих целях университеты, это постоянное обновление образовательных программ и расширение спектра образовательных услуг в соответствии с современными тенденциями; эффективное использование имеющихся ресурсов; повышение качества предоставляемых услуг. Эти стратегии

---

<sup>24</sup>Е.В.Балацкий. Административная конкуренция на российском рынке высшего экономического образования // «Экономика образования», №4, 2013. С. 12–23

требуют больших затрат и могут разорить университет, поэтому государство сокращает количество учебных заведений, тем самым ослабляя конкурентную борьбу.

Университет, предоставляя свои услуги, несет большие издержки по содержанию зданий, техническому обеспечению, созданию имиджа университета через рекламу и PR и самую большую часть издержек составляет заработная плата преподавателям, административному и обслуживающему персоналу.

Рынок высшего образования поддерживает активную связь с рынком среднего (общего и профессионального) образования, рынком труда, и рынком инноваций.

Институциональная структура рынка.

Рынок высшего образования имеет достаточно сложную институциональную структуру, обусловленную включенностью большого количества людей и государственных структур. Основными субъектами на рынке выступают образовательные учреждения, физические и юридические лица и работодатели. Все они связаны как формальными институтами, так и неформальными. К первым относятся законы, указы и регламенты, поступающие от Министерства образования РФ, региональных органов управления образованием, существующей институционально-правовой матрицы (законы, касающиеся образования), президента и Правительства РФ и от научно-производственных и культурно-просветительских организаций. Формальные институты на данном рынке имеют большое значение, но не стоит принижать роль неформальных институтов, таких как традиции, этические нормы, религиозные догмы и теневой сектор. Примеры таких норм: уважительное отношение к преподавательскому составу, предоставление результатов именно своего труда.

Социологическое описание рынка.

В концепции социального действия М. Вебера получение образования может быть традиционным действием, например, вся семья имеет высшее образование, одноклассники хотят его обязательно получить и человек поступает

так же, потому что привык действовать, как остальные; ценностно-рациональным – если, например, человек хочет продолжить дело своих родителей, для него это ценность, несмотря на то, что у него, возможно, недостаточно способностей или интереса к выбранному делу; целерациональным, если, к примеру, человек знает, что его доход будет высоким, если он станет квалифицированным специалистом, поэтому он учится для конкретной цели.<sup>25</sup> П. Бурдые выделил различные виды капитала, которые человек накапливает в течение жизни. Образование позволяет накапливать культурный, социальный, символический капитал, то есть не только знания, а уважение, власть, права и другие социальные привилегии. Т. Веблен считал, что образование дает возможность стать частью элитарной группы, носителями сокрытого знания, способными понять общество и управлять им. Сейчас образование стало модным, получить его – почти норма для людей, имеющих различный доход, положение и возможности.

Доверие потребителей формируется на основе того образа, который сформировался за время работы ВУЗа, поэтому доверия к новым неизвестным учреждениям меньше, чем к проверенным временем. На уровень доверия потребителей также влияют рейтинги ВУЗов и конкурс на места – если они высоки, учреждению можно доверять. Можно также выделить факторы, которые формируют доверие на рынке:

1. Место, занимаемое ВУЗом в рейтинге ВУЗов;
2. Мода на учебные заведения и специальности;
3. Имидж и успехи выпускников ВУЗа;
4. Имидж представителя ВУЗа, с которым имеет дело абитуриент;
5. Предметная среда, в которой происходит встреча абитуриента с представителем ВУЗа;
6. Эффективность рекламной компании ВУЗа и общения PR-специалистов ВУЗа с общественностью, целевыми группами, поддержание позитивного имиджа учебного заведения;

---

<sup>25</sup> Вебер М. Основные социологические понятия//Избранное: Протестантская этика и дух капитализма. - М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2006. - с. 470-475.

7. Социальный опыт абитуриента, его принадлежность к той или иной социальной группе, опыт общения с ВУЗом и факультетом, их представителями;

8. Тип личности, особенности которого сказываются на уровне доверия к организации.

Справедливая цена.

То, насколько цена на образование является справедливой, можно судить по все возрастающему спросу на услуги. Несмотря на повышающиеся цены, родители готовы тратить большие деньги на образование детей. Минимальный уровень стоимости обучения для студентов на платном отделении определяется по тому, сколько тратится государством на студентов-бюджетников. По причине того, что не все ВУЗы и специальности одинаково востребованы, цена на образование может варьироваться и меняться в зависимости от значимости специальности и моды на определенные профессии.

Специфика рынка в России.

Уровень развития высшего образования в России можно оценивать по различным рейтингам.

В рейтинг лучших в мире вузов QS World University Rankings<sup>26</sup> 2015/2016 входит 21 российский вуз. Самые высокие позиции у МГУ им. Ломоносова (108-е место), Санкт-Петербургского государственного университета (256-е место) и Новосибирский Государственный Университет (317-е место).

В международном рейтинге университетов Times Higher Education World Reputation Rankings<sup>27</sup> (2016) МГУ занял 30-е место, а СПбГУ — 81-90-е места.

---

<sup>26</sup>[http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2015#sorting=rank+region=+country=+faculty=+stars=false+search=.](http://www.topuniversities.com/university-rankings/world-university-rankings/2015#sorting=rank+region=+country=+faculty=+stars=false+search=)

<sup>27</sup>[https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2016/reputation-ranking#!/page/3/length/25/sort\\_by/rank\\_label/sort\\_order/asc/cols/rank\\_only.](https://www.timeshighereducation.com/world-university-rankings/2016/reputation-ranking#!/page/3/length/25/sort_by/rank_label/sort_order/asc/cols/rank_only)

В академический рейтинг мировых университетов (ARWU<sup>28</sup>, Шанхайский рейтинг) в 2015 году попали два российских вуза — МГУ, занявший 86-е место, и СПбГУ, находящийся в рейтинге на позиции 301—400.

Таким образом, можно говорить о наличии отдельного рынка, предоставляющего такую услугу, как высшее образование. Современная ситуация на данном рынке, где предложение превышает спрос, запускает механизмы конкуренции, в которых университет вынужден существовать, постоянно создавая привлекательный образ для студентов, чтобы не остаться невостребованным. Основным показателем, отражающим положение ВУЗов на рынке, служат международные и внутригосударственные рейтинги университетов. По ним абитуриенты определяют престижность и качество образования в различных ВУЗах. Цена на рынке высшего образования так же определяется механизмом спроса и предложения, например, если спрос на какую-либо специальность растет, растет и стоимость обучения на ней. Университеты вступают в конкурентную борьбу за потребителей, а те ВУЗы, которые не могут поддерживать свою конкурентоспособность, уходят с рынка, соединяясь с более успешными или закрываясь.

---

<sup>28</sup><http://www.shanghairanking.com/ru/ARWU2015.html>

## Глава № 2 Критерии формирования конкурентоспособности ВУЗа

### 2.1 Критерии престижности ВУЗа для абитуриентов

Высшее образование становится все более необходимым условием для последующего трудоустройства молодых людей, поэтому они начинают тщательнее подходить к выбору университета и обращают внимание на различные характеристики и условия, предоставляемые ВУЗами. Процесс выбора того или иного учебного заведения – это сложный механизм, поэтому важно исследовать, по каким принципам выпускники школ выбирают университет, какие характеристики ВУЗа являются важными для них, а какие – второстепенными. Анализ критериев престижности университетов актуален, так как позволяет им оставаться конкурентоспособными, привлекательными для абитуриентов, что обеспечивает возможности для дальнейшего развития и расширения ВУЗа. Современная система аттестации учебных заведений принуждает университеты вступать в систему рыночных отношений, где каждый студент является потребителем услуги, а ВУЗы становятся конкурентами в борьбе за них. Одним из критериев успешности учебного заведения на рынке является его престижность. Данный фактор чаще всего отображается в рейтингах, составляемых как на мировом, так и на государственном уровне. Многие абитуриенты сейчас ориентируются именно на него, поэтому важно выяснить, какие критерии формируют мнение выпускников школ о ВУЗе, по каким характеристикам университет становится престижным.

В рамках данной работы было проведено исследование критериев выбора университета среди школьников Гимназии №3 города Ярославля. Программа исследования и пример анкеты – в Приложении 1. Было опрошено восемьдесят девять учеников от 16 до 18 лет. Целью исследования было установить, какие критерии выбора университета являются главными для школьников. Для достижения этой цели было проведено анкетирование.

Основные блоки вопросов анкеты:

1. Основные источники информирования о ВУЗах;
2. Возможность платного образования и переезда для обучения;
3. Критерии выбора университета;
4. Характеристики университета, имеющие значение для абитуриентов.

Ответы на первый вопрос анкеты «Чем Вы собираетесь заниматься после окончания школы?» сразу подтверждают актуальность исследуемой в данной работе проблемы. О своем будущем задумываются почти все молодые люди, 79% уже точно решили поступать в ВУЗ, 16% еще думают о месте обучения, и только 5% опрошенных собираются получить среднее специальное образование, как показано на Рисунке 1.

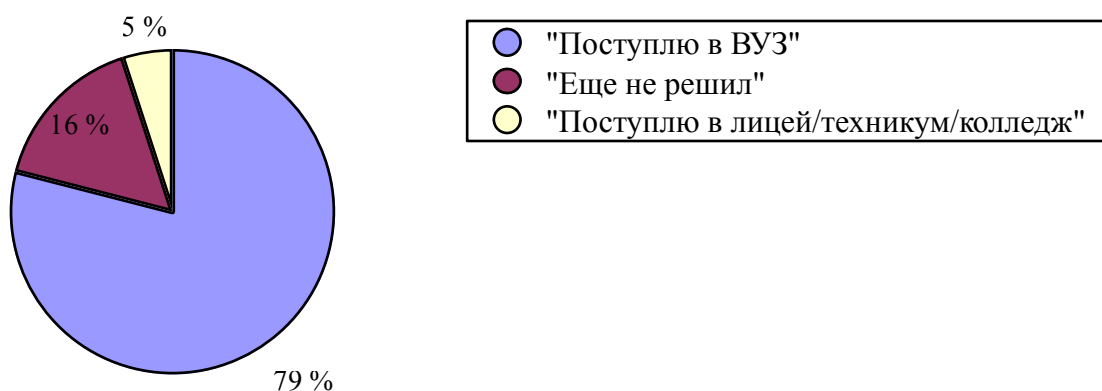


Рисунок 1. Планы выпускников школ на будущее

Данные ответы говорят о популярности такой услуги, как высшее образование. Если большинство продавцов данной услуги будут отвечать требованиям потребителей, ситуация несоответствия качества предоставления услуги разными агентами будет исправлена. На данный момент университеты обязаны поддерживать свою конкурентоспособность, поэтому требуется определить, какие характеристики университета являются важными и



привлекательными для абитуриентов, а какие – неприемлемыми и отталкивающими.

Следующий вопрос касался источников информации о ВУЗах. Респондентам предлагалось выбрать несколько источников, которыми они будут руководствоваться при выборе университета. Ответы на данный вопрос дадут ВУзам понимание того, какие мероприятия проводить по информированию о возможностях и преимуществах университета и какие варианты рекламирования использовать для большего привлечения студентов. По результатам можно сказать, что при выборе школьники будут прислушиваться к мнению родителей – 61% опрошиваемых выбрали этот вариант ответа, 62% будут искать информацию в интернете, газетах, радио, но при этом формировать итоговое мнение об университетах ученики собираются самостоятельно – 86,5% указали, что будут руководствоваться собственным мнением при выборе ВУЗа. Варианты ответа «советы друзей» и «рекомендации учителей» были выбраны 9% и 20% респондентов соответственно. Ответы отражены на Рисунке 2.

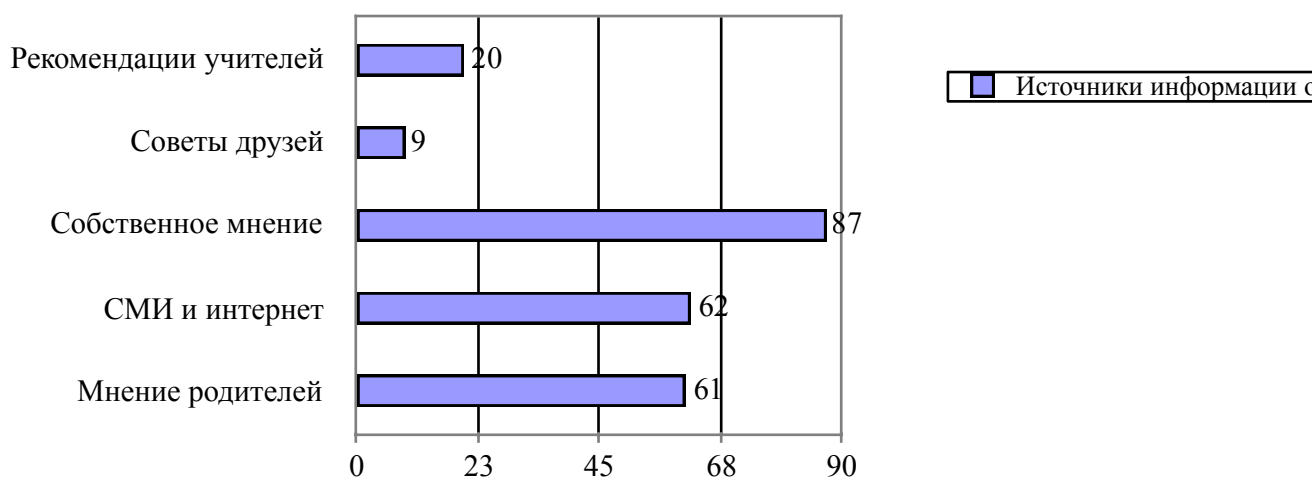


Рисунок 2. Источники информирования абитуриентов о ВУЗах

Данные ответы говорят о том, что семейные ценности оказывают высокое влияние на будущее молодых людей, на их предпочтения. Интернет-источники остаются популярными для поиска нужной информации об учебном заведении, именно на сайтах университетов будущие студенты могут ознакомиться с

условиями поступления и обучения, требованиями и характеристиками ВУЗа. Рейтинги университетов так же размещаются на сайтах, именно по ним школьники определяют, какие возможности открывает для них ВУЗ, будут ли они востребованы на рынке труда после получения диплома. Недоверие к мнению друзей и учителей можно объяснить тем, что молодые люди не имеют достаточного опыта и знаний, чтобы объективно порекомендовать ВУЗ, а учителя не вызывают доверия у подростков в целом, а не только касемо выбора дальнейшего жизненного пути.

Один из вопросов анкеты касался готовности школьников к переезду в другой город или страну, а также готовности оплачивать обучение в университете. В настоящее время большинство молодых людей стремятся поступить в престижные ВУЗы крупных городов, что сокращает количество молодых специалистов в остальных населенных пунктах. Можно говорить о том, что эта тенденция сохраняется, так как по результатам опроса школьников города Ярославля 79% респондентов готовы переехать в другой город для получения высшего образования, а 25% готовы даже уехать из страны. Таким образом, данная исследовательская работа может быть интересна ВУЗам, страдающим от нехватки абитуриентов, для разработки стратегии по привлечению большего количества студентов. Другая часть вопроса касалась оплаты обучения в случае отсутствия бюджетных мест на интересующую специальность или недостаточного количества баллов для поступления на нее. Только 30% респондентов готовы оплачивать свое обучение, несмотря на то, что на многие специальности вообще не выделяется средств для обеспечения бюджетных мест. Стоимость обучения – один из главных факторов, по которым определяется престижность ВУЗа, но в то же время и престижность начинает влиять на стоимость так, что поступить в известный университет становится все сложнее.

На вопрос «Исходя из чего Вы будете выбирать университет?» большинство анкетированных выбрали ответы: «Мои интересы» (66% респондентов) и «Мои способности» (66%). Данные варианты ответа говорят о том, что современные

школьники не ориентируются на спрос и предложение на рынке труда, а делают свой выбор скорее исходя из сформировавшейся ценностной структуры личности. Эту гипотезу так же подтверждает количество респондентов, выбравших ответ «Популярность специальности»: только 12% школьников думают о том, насколько востребована выбранная профессия и сильно ли переполнен рынок труда в данной отрасли. При этом можно проследить несоответствие с количеством тех, кто выбрал ответ «Возможность получать высокую заработную плату» - 52% опрошенных рассчитывают на хороший уровень дохода, но, как можно заметить, большинство из них не владеют информацией о наполненности рынка, а скорее смотрят на примеры людей, добившихся успеха в той или иной профессии. Ни один человек не собирается смотреть на профессию родителей, судя по данным исследования, что может говорить о трансформации современного рынка и образовании новых направлений, притягивающих будущих работников. Профессии, которые были популярны и распространены двадцать или тридцать лет назад, сейчас уже неактуальны, потому что количество специалистов в данных областях гораздо выше, чем количество рабочих мест. Ответы отражены на Рисунке 3.

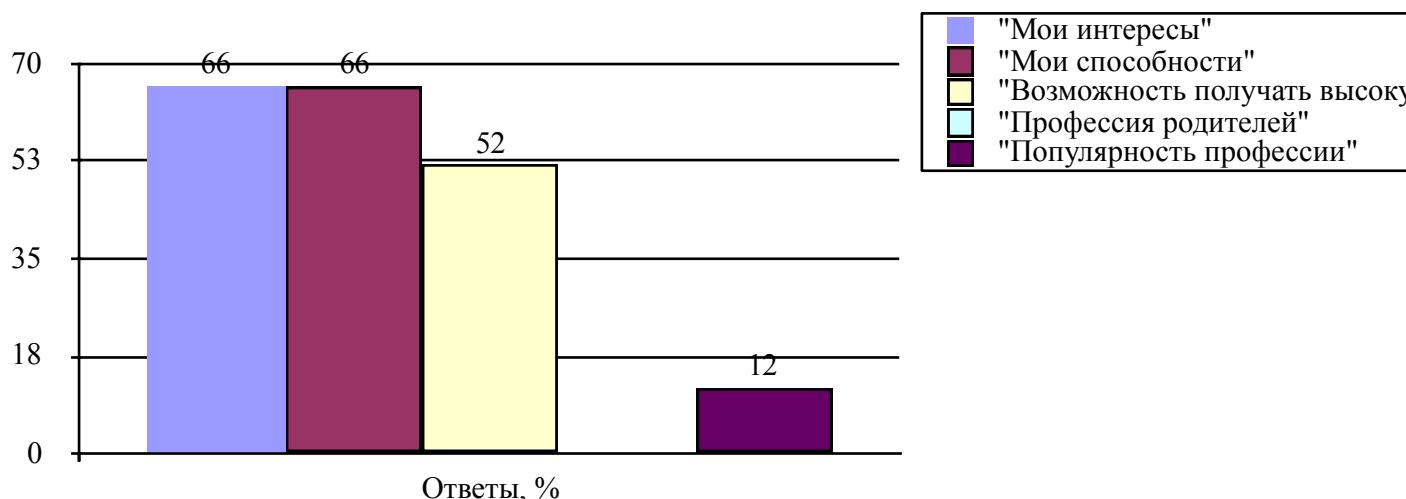


Рисунок 3. Критерии выбора ВУЗа выпускниками школ

В следующем вопросе школьникам предлагалось проранжировать различные характеристики университета по степени важности, то есть на что школьники будут обращать внимание при выборе ВУЗа.

Респондентам предлагался следующий набор характеристик:

1. Наличие высокого уровня преподавания;
2. Наличие диплома государственного образца;
3. Наличие военной кафедры;
4. Наличие бюджетных мест на выбранную специальность;
5. Гарантированное трудоустройство после окончания ВУЗа;
6. Техническая оснащенность ВУЗа;
7. Высокое место ВУЗа в рейтингах;
8. Близость учебного заведения к дому.

Данные характеристики дают понимание того, что школьники выделяют, как важное и необходимое, а что считают второстепенным для своего будущего места обучения. По ответам на данный вопрос можно сделать вывод о том, ориентируются ли учащиеся на получения качественного образования или же им важнее само наличие диплома о высшем образовании, а знания, которые за ним стоят, остаются второстепенными. Если следовать теории П. Бурдьё, данный вопрос дает понимание того, какой вид культурного капитала: инкорпорированный или институализированный – является приоритетным для молодых людей в настоящее время. При условии, что школьники выберут получение качественного образования в качестве основного критерия, можно сделать вывод, что для них важен инкорпорированный вид культурного капитала. Такой капитал является более ценным для человека, потому что отражается именно в знаниях и навыках, приобретаемых в течение всей жизни. Ответ: «Наличие диплома государственного образца» указывает на то, что предпочтение отдается институализированному виду капитала, то есть званиям и квалификациям, принятым в обществе, которые не нужно доказывать. Касательно данной работы, первый вид капитала подтверждает гипотезу о том, что молодые

люди при выборе ВУЗа не ориентируются на спрос и предложение на рынке, а выбирают место учебы исходя из сформированной ценностной структуры личности. Для таких людей важен сам процесс образования, они задумываются не о том, насколько высок будет их доход в будущем, а над качеством и полезностью получаемых знаний и навыков. Остальные критерии позволяют выяснить, какие характеристики учебного заведения имеют большее значение для абитуриентов, на что ВУЗу стоит обратить внимание, чтобы привлечь студентов и повысить свою конкурентоспособность.

Ответы были распределены в три основные группы:

1. Самые востребованные характеристики (ответы, которые чаще всего попадали на 1-3 место);
2. Характеристики, не имеющие значения для студентов (ответы, которые чаще всего попадали на 6-8 место);
3. Характеристики, на которые ВУЗам стоит обратить внимание (ответы, которые чаще всего попадали на 4-7 место).

По ответам на данный вопрос можно сделать несколько выводов. Получение диплома государственного образца играет для школьников меньшую роль, чем получение качественного образования. Следуя теории П. Бурдье, школьники предпочитают накапливать инкорпорированный культурный капитал, который проявляется в полученных знаниях и навыках. Семьдесят шесть процентов респондентов выделяют наличие высокого уровня преподавания одной из главных характеристик университета, и только пятьдесят один процент опрошенных говорят о том, что для них важно получение диплома, как подтверждение своей квалификации. Данный вывод актуален в настоящее время, так как в ситуации высокой конкуренции на рынке труда, молодым людям будет недостаточно официального подтверждения их знаний, их нужно будет подтверждать на практике. Работникам ВУЗа данная информация поможет оценить уровень преподавания в их учебном заведении, необходимость

мероприятий, которые дадут абитуриентам понимание, какая программа, преподаватели и организация ждет их при выборе данного учебного заведения.

В первую группу ответов также попали следующие характеристики ВУЗа: наличие бюджетных мест на выбранную специальность и гарантированное трудоустройство после окончания ВУЗа. Бюджетная основа обучения важна для большинства студентов, потому что она является определенным «маркером» для студента, что он имеет больше знаний и выиграл в условиях конкурсного отбора. Для некоторых студентов платное обучение недоступно из-за уровня доходов. Что касается гарантированного трудоустройства, школьники хотят быть уверенными в том, что получение образования – это вклад в их будущую карьеру, и что они с легкостью получат достойную работу после окончания университета. Многие ВУЗы сейчас заключают договоры с организациями для прохождения студентами практики или целевого направления после окончания обучения. Классическим университетам следует учитывать, что после получения образования молодым людям нужно будет его применять на практике, поэтому, чем разнообразнее и качественнее будет практика в университете, тем более привлекательным будет ВУЗ в глазах абитуриентов.

В группу характеристик, не имеющих значения для школьников, попали: наличие военной кафедры, техническая оснащенность ВУЗа и близость учебного заведения к дому. По мнению школьников, отсутствие данных критериев не влияет на процесс получения образования и не влияет на престижность университета. Данные результаты не значат, что ВУЗу не стоит уделять внимание улучшению данных характеристик, но при выборе университета молодые люди их чаще всего не учитывают. Тем не менее, каждый студент хотел бы обучаться на современном оборудовании, не проходить военную службу после окончания обучения и не тратить большое количество времени на дорогу.

Третья группа – характеристики, которые не являются первостепенными, но их можно рассматривать как дополнительные источники для повышения уровня престижности университета. К ним относятся наличие диплома государственного

образца и высокое место ВУЗа в рейтингах. В целом, можно сказать, что школьники обращают внимание на то, что диплом должен быть именно государственного образца, но, как говорилось выше, качественное образование играет большую роль, чем факт получения диплома. По этой причине государственные ВУЗы и являются более престижными, студенты считают, что государственное учебное заведение подразумевает высокое качество образования. Такой перенос одной характеристики на другую не имеет объективных объяснений, кроме того, что такого же мнения придерживаются работодатели, которые при приеме на работу отдают предпочтение выпускникам, окончившим государственный ВУЗ. Вторая рассматриваемая характеристика так же является дополнительной возможностью для университета повысить уровень привлекательности для абитуриентов. Высокое место в мировом рейтинге ВУЗу занять достаточно сложно, но есть рейтинги, составленные для страны, региона и конкретного города, которые также важны для многих студентов.

## 2.2 Критерии престижности российского ВУЗа для иностранных студентов

Многие развивающиеся и расширяющиеся университеты уделяют большое внимание международным связям. Привлечение иностранных студентов дает ВУЗу множество различных возможностей. Во-первых, студенты из других стран лучше видят недостатки и достоинства университета, структуры и системы обучения, что является уникальным источником информации для улучшения и реорганизации работы ВУЗа. Если проводить исследования и опросы иностранных студентов, их полезный, а иногда просто необходимый учебному заведению опыт будет учтен, что приведет к повышению качества предоставляемых ВУЗом услуг. Во-вторых, программы обмена – это возможность сотрудничества с учебными заведениями других стран. В настоящее время такие программы интересны большинству студентов, многие из которых готовы даже остаться жить в другой стране. Наконец, иностранные студенты повышают престижность университета, делают его более привлекательным для русских абитуриентов. Таким образом, ВУЗу необходимо уделять внимание выяснению причин, по которым иностранцы выбирают место обучения, или критериев престижности университета.

В рамках изучения данного вопроса было проведено исследование мнений студентов, приехавших по программе обмена из других стран. Было проведено анкетирование 37 студентов из стран: Франция, Япония, Италия, Финляндия, Нидерланды, Республика Корея, Австрия, Швейцария, Польша, Чехия, Литва, Канада, Китай. Можно заметить, что ВУЗ в большей степени поддерживает связи с европейскими странами, что объясняется расположением города Санкт-Петербург и схожестью систем образования после перехода на систему бакалавриат-магистратура. Респондентам предлагалось ответить на вопросы, касающиеся их впечатлений о России, русской культуре, Санкт-Петербурге, университете, а также их ожиданий от программы обмена. Программа исследования и вопросы анкеты – в Приложении 2. На основе данного исследования можно сделать выводы о причинах выбора конкретного



университета, города и страны для обучения, выделить критерии привлекательности ВУЗа для иностранных студентов и определить основные проблемы, мешающие успешности программ обмена.

Первый вопрос касался впечатлений о России и русской культуре, пятнадцать человек отметили, что культура сильно отличается от всего, что они видели в своей стране, это дает большой потенциал для развития студенческого обмена во всех городах и университетах. Россия – неоднородная страна, в которой совмещается влияние Востока и Запада, поэтому каждый город может удивить иностранцев своей уникальной атмосферой, что является сильным привлекающим фактором, который может быть использован университетами для повышения престижности в глазах русских студентов. Одиннадцать человек говорили об особенностях менталитета русских людей, как сильно их поведение отличается от привычного иностранцам. Данный акцент может привлекать как иностранных, так и русских студентов, желающих понять чужую культуру, завести новые знакомства или переехать в другую страну на постоянное место жительства. Университет, развивающий международные связи, всегда будет престижнее остальных, так как дает большие перспективы развития и трудоустройства для своих студентов.

Следующие вопросы, заданные в рамках исследования, затрагивают особенности Санкт-Петербурга и Санкт-Петербургского Государственного Университета, на примере которых можно рассмотреть любой ВУЗ страны и то, какие возможности для привлечения студентов открывают международные связи.

Первое впечатление о Петербурге, согласно данному исследованию, в основном, положительное, а иногда даже превосходящее ожидания иностранцев. Двадцать три человека сказали о своем восхищении культурой города, его богатой историей и неповторимой архитектурой. Большинство городов России имеют богатое наследие в виде достопримечательностей и природных объектов. При использовании правильно организованных рекламных мероприятий любой город может повысить интерес к своим учебным заведениям. Из отрицательных мнений

можно выделить недовольство погодой в Санкт-Петербурге, об этом говорили пять человек, а также отрицательные эмоции от масштабов города, девять человек отмечали, что теряются в городе.

Санкт-Петербургский Государственный Университет приятно удивил иностранных студентов своей архитектурой и историей, о чем сказали тридцать три респондента. Работники ВУЗа представляются вежливыми и готовыми помочь в трудной ситуации (восемнадцать ответов), а сам университет – большим, но при этом хорошо организованным (десять ответов). Сама программа обмена, по мнению респондентов, организована плохо, у восьми опрошенных возникли сложности с оформлением документов по приезду в город. В целом, можно сказать, что данные комментарии – знак того, на что нужно обратить внимание всем ВУЗам страны, а именно: прием студентов, организация программы обмена, отношение работников к иностранцам. При качественной организации пребывания в городе оставит хорошие впечатления у студентов, что будет стимулировать дальнейшее развитие программы.

Ожидания студентов от обучения в другой стране были исследованы в следующем вопросе. Двадцать пять студентов надеются повысить уровень владения языком, девятнадцать – познакомиться с культурой России и завести новые знакомства. Для двадцати пяти человек важен сам процесс обучения, они хотят получить новый опыт и качественное образование. Данные ответы говорят о том, что программы обмена должны быть хорошо продуманы, чтобы отвечать всем требованиям приезжающих студентов.

Из основных критериев выбора университета для стажировки иностранные студенты выделяют:

1. Качественное образование;
2. Совершенствование русского языка для развития карьеры;
3. Знакомство с русской культурой;

Санкт-Петербургский Государственный Университет на данный момент является одним из самых престижных ВУЗов страны, поэтому другим учебным заведениям стоит воспользоваться опытом этого университета для привлечения как русских студентов, так и иностранных. Респонденты (двадцать один человек) говорили о том, что другие студенты советовали выбрать именно этот университет, значит, СПбГУ пользуется уважением в академической среде. Сама программа обучения во время стажировки отвечает требованиям мирового научного сообщества, поэтому привлекательна для студентов из большинства стран.

Таким образом, иностранные студенты являются потенциальными потребителями высшего образования, а их наличие – критерием престижности университета, поэтому каждому ВУЗу необходимо учитывать, какие возможности открывают программы обмена и развитие связей с иностранными учебными заведениями. Для повышения конкурентоспособности работникам университета нужно обращать внимание на качество предоставляемых услуг, программа должна быть современной, а знания – применимыми в любой стране. Для комфортного пребывания в чужой стране необходимо организовывать помощь студентам в знакомстве с городом, его инфраструктурой, маршрутами и устройством самого университета. Каждый город России обладает уникальной культурой, которая также может быть интересна иностранцам в качестве предмета изучения и возможности познакомиться с особенностями, историей и архитектурой другой страны. При правильном акценте на эти критерии любой ВУЗ страны может повысить уровень своей престижности и стать более привлекательным в глазах русских и иностранных студентов.

### 3. Оценка конкурентоспособности ВУЗа выпускниками университета

В социальной группе молодежи можно выделить отдельную часть, которая интересна для изучения. Выпускники университета – это молодые люди возрастом примерно двадцать один-двадцать два года, которые имеют собственные ценностные ориентации, мотивацию и критерии, в зависимости от которых совершают тот или иной выбор в своей жизни.

Касательно данной работы изучение мнения выпускников крайне важно. Во-первых, его можно сравнить с ответами выпускников школ и выявить тенденции, появляющиеся или пропадающие после обучения в университете. Во-вторых, выпускники ВУЗов – это люди, только начинающие строить свою карьеру, им нужно задумываться о том, насколько востребована их специальность, какую работу они могут получить, и хорошо ли она будет оплачиваться. Соответственно те критерии, по которым они выбирали ВУЗ, будучи выпускниками школы, отличны от тех, по которым они бы ориентировались в более зрелом возрасте. Наконец, можно сказать, что социальное пространство, в котором молодые люди находятся во все годы обучения, сильно отличается от их привычной жизни: это может быть как другой город со своими особенностями, так и другие люди, имеющие иные представления. Все факторы в совокупности влияют на ценности человека, меняя их. Следуя теории градов Л. Болтански и Л. Тевено, в зависимости от пространства, в котором находятся люди, меняется их понимание мира, и в зависимости от этого миропонимания людей можно отнести к разным градам.

Можно сделать предположение, что, выпускаясь из школы, молодые люди в большей степени принадлежат патриархальному граду, так как их положение в обществе и статус определялись их низким положением в иерархии, зависимость от родителей вынуждала детей принимать правила данного града. Выпуск из университета означает окончание трансформации системы ценностей, длившейся все время обучения. Люди за этот промежуток времени сталкиваются с множеством новых взглядов, мнений, ценностей, и сами начинают осознавать, как

правильнее для них организовать структуру ценностных ориентаций. Можно предположить, что большинство выпускников ВУЗов будут придерживаться ценностей, свойственных рыночному граду, а именно рассматривать большинство отношений как процесс обмена, учитывать свои конкурентные преимущества и слабости, следить за различными рынками, например, рынком труда. Данная гипотеза важна для правильного истолкования причин разницы в критериях выбора университета у выпускников школ и у выпускников ВУЗов.

В рамках данной работы было проведено исследование критериев выбора университета выпускниками ВУЗов на примере выпускников бакалавриата Санкт-Петербургского Государственного Университета, обучающихся по направлениям обществоведческих наук. Программа исследования и пример анкеты – в Приложении 2.

Было проведено интернет-анкетирование по основным блокам вопросов:

1. Источники информации о ВУЗе;
2. Основные критерии выбора ВУЗа;
3. Дополнительные программы, предоставляемые ВУЗом;
4. Удовлетворенность выбором ВУЗа.

По первому блоку вопросов можно отметить, что главными источниками информирования абитуриентов выпускники считают рейтинги ВУЗов – 64% респондентов, информацию из интернет-источников – 62%, и 40% опрошенных получали информацию от родителей, что отображено на Рисунке 4.

Источники информации о ВУЗах; Ответы, %

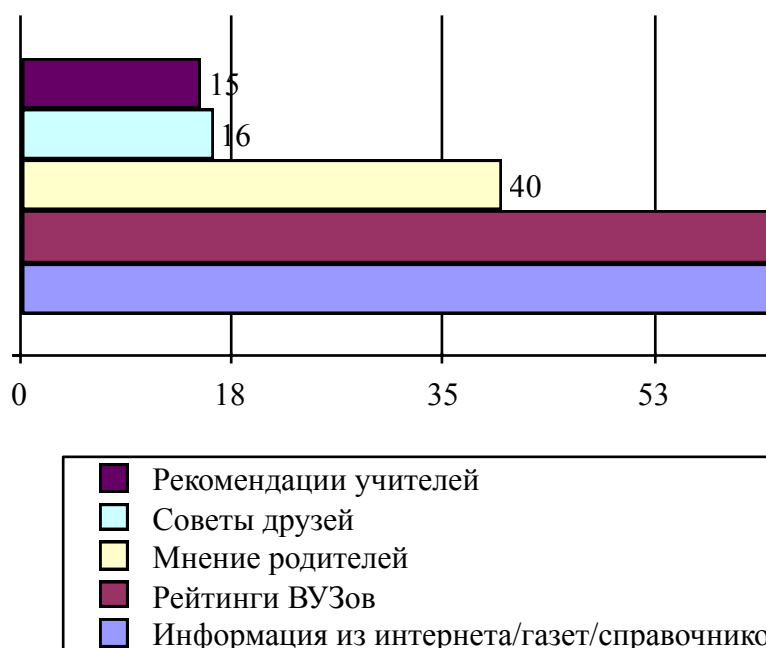


Рисунок 4. Источники информации о ВУЗах для выпускников бакалавриата

При этом на вопрос «Каким источникам Вы можете доверять?» выпускники ответили: рейтингам ВУЗов – 69%, мнению родителей – 37% а также рекомендациям учителей – 36%. Интересно, что учителей выделяют как группу, которой можно доверять, но их мнение не учитывается в достаточной степени при принятии решения о выборе места обучения. Вдобавок к этому, большинство выпускников просматривали информацию в интернете, сайты ВУЗов, но доверяют такой информации только 8% опрошенных.

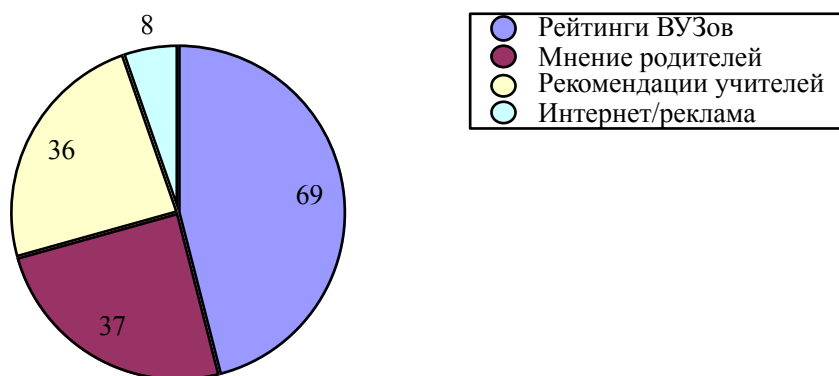


Рисунок 5. Уровень доверия выпускников бакалавриата различным источникам информации

Второй блок вопросов напрямую касался темы данной работы. Выпускникам предлагалось выбрать характеристики университетов, имеющие для них значение, а также критерии, по которым они выбирали ВУЗ. По результатам можно сказать, что высокое качество преподавания выпускники ставят на первое место – 85% респондентов отметили эту характеристику как «крайне важную». Второй по важности характеристикой стало получение диплома государственного образца – для 80% опрошенных это «крайне важно». Интересно, что только 28% студентов ответили, что для них имеет значение, какое место ВУЗ занимает в рейтингах. Был проведен корреляционный анализ ответов на данный вопрос (См. в Приложении 4), по его результатам можно выделить несколько зависимостей:

1. Высокий уровень преподавания студенты связывают с тем, является ли ВУЗ государственным. Это может говорить о стереотипе, что классические университеты, нацеленные на преподавание теоретических знаний, дают больше преимуществ, потому что работодатели обращают внимание на то, является ли ВУЗ государственным или нет. Хотя в настоящее время получение практических навыков гораздо важнее при устройстве на работу, а большинство коммерческих ВУЗов нацелены именно на практику.
2. Получение диплома государственного ВУЗа важно для людей, которые хотели поступить на бюджетные места. Достаточно логичная взаимосвязь, показывающая, что бюджетные места, которые существуют только в государственных ВУЗах, важны для людей, собирающихся поступать именно в них.
3. Можно выделить группу людей, ориентированных на будущее, для них важна возможность последующего трудоустройства и техническая оснащенность ВУЗа. Данная группа респондентов ориентирована на практическое применение получаемых знаний, поэтому им важно уметь пользоваться программами и оборудованием в ВУЗе, а затем и при устройстве на работу.

Следующий вопрос был о критериях выбора ВУЗа, все критерии были поделены на экономические и ценностные. Для данной работы важно выявить, какая группа критериев является определяющей для студентов. Ответы получились следующие:

По экономическим критериям:

1. Известность и престижность ВУЗа важна для 58% респондентов;
2. Получить диплом вне зависимости от специальности точно хотят 26% респондентов, 24% скорее хотят, чем нет;
3. На востребованность выпускника выбранного ВУЗа обращают внимание 38% респондентов;
4. Место ВУЗа в рейтингах учитывают 24% опрошенных.

По ценностным критериям:

1. Поступление именно на интересующую специальность важно для 62% респондентов.
2. Профессию родителей хотели бы получить только 5 %;
3. Мнение друзей и знакомых о ВУЗе имеет значение только для 20% опрошенных;
4. Желание получить качественное образование имеют почти все респонденты – 70% уверены в этом, 21% - скорее согласны, чем нет.

Таким образом, можно сделать вывод, что экономически ориентированные критерии имеют большее значение для выпускников, что подтверждает гипотезу о смене градов и переходе молодых людей с возрастом на ценности рыночного града. Выпускникам приходится учитывать, какое будущее их ждет при получении образования того или иного ВУЗа, смогут ли они найти работу с высоким уровнем дохода и подходящими условиями. Мнение родителей и друзей уходит на второй план, теряет свое значение, как и ценности града, согласно



которому молодые люди жили раньше. Основу современной жизни составляют рыночные отношения, поэтому интересы и способности людей часто не учитываются при выборе профессии, акцент скорее делается на анализе рынка труда, получении качественного образования, но вне зависимости от специальности, главным становится успешность и востребованность выпускника того или иного университета. Можно сказать, что выбор университета строится скорее на основе критериев спроса и предложения, чем тех ценностей, которые человек приобретал в течение всей жизни.

В рамках данного опроса был задан вопрос о том, какие дополнительные программы и условия являются актуальными и интересными для студентов. Большинство респондентов (69%) ответили, что для них важно наличие программ обмена и международных стажировок во время обучения, что подтверждает вывод из анкетирования иностранных студентов о том, что программы обмена – это критерий престижности ВУЗа и многие студенты обращают внимание на наличие таких программ. На втором месте по популярности оказался ответ: «Возможность получения дополнительных знаний и навыков (свободное посещение лекций других факультетов, дополнительные курсы)», – данная возможность интересна 63,5% опрошенных. Предоставление общежития актуально для 43% студентов, техническая оснащенность ВУЗа – для 32%, активная внеучебная деятельность – для 30%. Можно сделать вывод, что главным для студентов является качественное всестороннее образование с ориентацией на будущее успешное трудоустройство.

Классические ВУЗы нацелены давать больше теоретических знаний, а большинству студентов хочется понять, как их можно применять на практике. В данном блоке был задан открытый вопрос о том, какие дополнительные условия в ВУЗе не предоставляются, но были бы интересны. Большинство выпускников отмечают, что не хватает практических навыков, комфортных мест для самообразования (библиотек, зон отдыха), лекций от известных людей, стажировок в международных компаниях.

## Заключение

Анализ различных групп молодежи позволяет проследить то, какие критерии могут повлиять на конкурентоспособность университета. Выбор групп обоснован тем, что абитуриенты – это потенциальные потребители услуги получения высшего образования, иностранные студенты одновременно являются потребителями услуги и источником повышения привлекательности для ВУЗа. Выпускники бакалавриата интересны тем, как изменилось их мнение после окончания университета, захотят ли они продолжить обучение в магистратуре в данном университете или же выберут другой. По поводу основной гипотезы можно сказать, что факторы, мотивирующие молодых людей выбрать тот или иной ВУЗ, меняются с возрастом от ценностно-ориентированных к экономически-ориентированным. В рамках теории градов Л. Болтански и Л. Тевено можно сделать вывод, что с изменением социального пространства, меняется и основной град, определяющий ключевые ценности человека. Опрос группы выпускников школ показал, что для них важнее такие критерии выбора ВУЗа, как их собственные интересы, способности, мнение родителей, что говорит о преобладании ценностей града «вдохновения» и «репутационного» града. Университет будет привлекателен для данной группы молодых людей в том случае, если:

1. набор предлагаемых специальностей соответствует требованиям абитуриентов;
2. репутация ВУЗа подтверждает высокое качество образования;
3. существуют программы дополнительного образования;
4. разработана система информирования о преимуществах ВУЗа для родителей;

Группа молодых людей, уже получивших высшее образование, более тесно связана с рынком труда, ориентирована на получение конкурентоспособного образования. Для данной группы важнее получить подтверждение квалификации

в виде диплома, чтобы в дальнейшем иметь успех при поиске работы. Рассматривая выпускников в рамках социологии градов, можно сказать, что для них важными становятся ценности рыночного града, такие как конкурентоспособность на рынке труда, мобильность при изменяющемся спросе и предложении.

Таким образом, социальное пространство, в котором молодые люди находятся, будучи студентами, меняет их ценностные ориентации и принадлежность к градам. Следует отметить, что предположение Т. Веблена о существующей системе статусов актуально и в настоящее время, многие молодые люди выбирают не просто интересующую специальность в любом ВУЗе, а учитывают те привилегии, которые они смогут получить после окончания университета. Выпускники ВУЗа отмечают, что для них важна практическая часть обучения, которой в классических университетах уделяется меньше внимания, чем теоретической, что так же говорит об ориентации молодежи на будущее, их обеспокоенности ситуацией на рынке труда. Для повышения привлекательности в глазах данной группы молодежи университету следует:

1. организовывать практику в крупных компаниях, где молодые люди смогут применить свои знания на практике;
2. проводить встречи с потенциальными работодателями;
3. дать возможность получать дополнительное образование в виде курсов или свободного посещения лекций других факультетов;
4. создать комфортные условия для обучения (библиотеки, аудитории, современное оборудование);
5. информировать о возможностях участия в программах обмена, международных стажировках.

Можно сделать вывод, что качественное образование и накопление инкорпорированного капитала является главным критерием при выборе ВУЗа, но

для привлечения различных групп молодежи требуется уделять внимание как факторам, определенным ценностной структурой личности, так и факторам спроса и предложения. В процессе исследования выявилась еще одна группа критериев, имеющих значение, в основном, для иностранных студентов – это культурные факторы. Приезжающие по обмену молодые люди хотят не только получить образование по своей специальности, но также познакомиться с особенностями страны и города, в котором они находятся. Данный вывод позволяет дать рекомендации для ВУЗов по привлечению иностранцев в Россию, причем не имеет значения, в каком городе находится университет:

1. изучение русского языка в рамках программы обмена;
2. организация культурных программ для изучения города;
3. проведение развлекательных мероприятий совместно с русскими студентами;
4. соответствие программы обучения мировым стандартам.

Гипотеза, выдвинутая в данной работе, подтвердилась только для группы выпускников школ и иностранных студентов, на которых ВУЗам следует ориентироваться в первую очередь. Ценности, сформированные на протяжении жизни, и ближайшее окружение влияют на выбор университета выпускниками школ. С момента начала обучения в ВУЗе социальное пространство молодых людей меняется, они сталкиваются с новыми людьми, взглядами, проблемами, которые меняют их отношение к образованию и вынуждают больше ориентироваться на реальную ситуацию на рынке труда, нежели на собственные интересы.

### Список использованных источников

1. Андреев А.Л. Гуманитарное образование и интеллектуальные среды // Образование и наука в России: состояние и потенциал развития. Сборник научных трудов. М.: Центр социологических исследований, 2016 – С. 77-86.
2. Балацкий Е.В. Административная конкуренция на российском рынке высшего экономического образования // «Экономика образования». 2013. № 4. С. 12-23.
3. Бессокирная Г. Образование в повседневной деятельности работающего городского населения России.// Повседневная деятельность и бюджет времени населения России и их изменения / Отв. ред. В.Д. Патрушев. М.: Издательство Института социологии РАН, 2003.
4. Бестужев-Лада И.В. Нужна ли школе реформа? (XXI век: ожидаемые и желательные изменения системы народного образования России) / И.В. Бестужев-Лада. М.: Педагогическое общество России, 2000. 192 с.
5. Болтански Л., Кьяпелло Э. Новый дух капитализма / Пер. с фр. Под общей редакцией С. Фокина. М.: Новое литературное обозрение, 2011. 976 с.
6. Болтански Л., Тевено Л. Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов / Люк Болтански, Лоран Тевено; пер. с фр. О.В. Ковенева; науч. ред. перевода Н.Е. Копосов. М.: Новое литературное обозрение, 2013. 576 с.
7. Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. 539 с.
8. Бурдьё П. Формы капитала // Западная экономическая социология: Хрестоматия современной классики / Сост. и науч. ред. В.В. Радаев; пер. М.С. Добряковой и др. М.: Российская политическая энциклопедия (РОССПЭН), 2004. 523 с.

9. Вебер М. Основные социологические понятия // Избранное: Протестантская этика и дух капитализма. М.: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2006. 432 с.
10. Веблен Т. Теория праздного класса / В. В. Мотылев. М.: Прогресс, 1984. 367 с.
11. Геллерт К. Высшее образование: новые задачи и направления // Высшее образование в Европе. 1991. Т. 16. №3. С. 67-89.
12. Гудков Л., Дубин Б., Леонова А.. Образование в России: привлекательность, доступность, функции // Вестник общественного мнения . 2004. № 1. С. 23-34.
13. Диденко Д. В. Образование как товар// Непрерывное образование в политическом и экономическом контекстах / Отв. ред. Г.А. Ключарев. М.: ИС РАН, 2008. С. 38-77.
14. Долятовский В.А., Мазур О.А., Кузнецова И.В., Сакиев Э.Е., Рябченко Т.Н. Стратегическое планирование деятельности вуза на рынке образовательных услуг. Монография. / В.А. Долятовский, О.А.Мазур. Ростов-на-Дону-Невинномысск: СКНЦ ВШ-РГЭУ «РИНХ» - НИЭУП, 2005. 235 с.
15. Дюркгейм Э. Социология образования. / Под ред. В. С. Собкина и В. Я. Нечаева. М.: ИНТОР, 1996. 372 с.
16. Карпухин О. И. Молодежь России: особенности социализации и самоопределения // Социс. 2000. № 3. С. 124-128.
17. Клячко Т.Л. Модернизация российского образования: проблемы и решения // Отечественные записки. 2002. № 2. С. 48-56.
18. Козырева П.М. Образование и трудоустройство: возможности и реальность // Грани российского образования. М.: Центр социологических исследований, 2015. С. 378-400.
19. Константиновский Д. Опустеют ли аудитории вузов? Попытка опровержения прогноза // Россия реформирующаяся: Ежегодник - 2004 / Отв. ред. Л.М. Дробижева. - М.: Институт социологии РАН, 2004. С. 50-60.

20. Константиновский Д.Л. Динамика неравенства: Российская молодежь в меняющемся обществе: Ориентации и пути в сфере образования (от 60-х годов к 2000-му). М.: Эдиториал УРСС, 1999. 256 с.
21. Константиновский Д.Л., Вознесенская Е.Д., Чередниченко Г.А., Хохлушкина Ф. А. Образование и жизненные траектории молодежи: 1998 - 2008 годы. – М.: Институт социологии РАН, 2011. 277 с.
22. Константиновский Д. Л., Костюк В.Г. , Траскунова М.М. Молодежь Сибири: образование и выбор профессии. - Новосибирск: Наука, 1980. – 192 с.
23. Кочетов А.Н. Профессиональное образование и рынок труда: проблемы взаимодействия // Социолог. исследования. 2011. № 5. С. 82–90.
24. Латова Н. Роль профессионального образования в воспроизводстве российского рабочего класса // Общественные науки и современность. 2017. №1. С. 99-113.
25. Левченко Н. В. Образование в школе: традиции, инновации, воспитание граждан // Гуманитарные и социально-политические проблемы модернизации Кавказа. Сборник научных статей IV Международной конференции / Отв. ред. Проф. Сампиев И.М. Назрань, 2016. С. 420-433.
26. Лисовский В.Т. Социальные изменения в молодежной среде // CredoNew. 2002. № 1. С. 8-41.
27. Лисовский В.Т. Социология молодёжи. Под ред. В. Т. Лисовского. СПб.: Изд-во СПбГУ, 1996. 361 с.
28. Лукина А.К. Социальная педагогика. Учебное пособие. Красноярск. Сибирский Федеральный Университет, 2011. 306 с.
29. Маркс К. Размышления юноши при выборе профессии // Маркс К. Энгельс Ф. Сочинения. 2-е изд. М.: Гос. Изд-во полит. лит., 1978. Т. 40. С. 3-7.
30. Мешкова Л.И. Трансформация процесса социализации. Механизмы принятия решения о выборе образовательной и профессиональной траектории // Теория и практика общественного развития. 2017. №1. С. 36-42.

31. Мид М. Культура и мир детства: Избранные произведения. М.: Наука, 1988. 430 с.
32. Мкртчян Г.М. Стратификация молодежи в сферах образования, занятости и потребления // Социологические исследования, 2005. № 2. С. 9-31.
33. Московская А.А. Должно ли высшее образование соответствовать спросу на рынке труда? // Высшее образование в России. 2015. № 10. С. 75–84.
34. Несебря Н.А. Миграционные намерения студенческой молодежи Прикамья // Социальные практики современной молодежи: поиск новых идентичностей : материалы Всероссийской науч.-практ. конф. С международным участием. Барнаул, 21–22 мая 2009 г. / отв. ред. С.Г. Максимова. Барнаул : Изд-во Алт. ун-та, 2009. с. 68-70.
35. Овчинцева Л.А. Образование как инструмент социальных трансформаций: проблема интерактивных методик // Непрерывное образование в политическом и экономическом контекстах / Отв. ред. Г.А. Ключарев. М.: ИС РАН, 2008. С. 359-367.
36. Парсонс Т. Понятие общества: Компоненты и их взаимоотношения. М.: THESIS, 1993. № 2. С. 98-104.
37. Попова И. Профессиональное соответствие в трудовых карьерах работников // XVII Апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества / отв. ред. Е. Г. Ясин; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. Кн. 4. С. 279-288.
38. Пронина Е. Ожидаемые и желаемые изменения в системе образования России в представлениях различных субъектов образовательного процесса. // Актуальные проблемы образования. Сборник научных докладов / Научный редактор Д.Л. Константиновский, Г.А. Чередниченко - М.: Реглант, 2003. - 232 с.
39. Радаев В.В. Социология рынков: к формированию нового направления. М.: ГУ ВШЭ, 2003. 328 с.



40. Российская социологическая Энциклопедия. Под общей редакцией академика РАН Г. В. Осипова. М.: Издательская группа НОРМА-ИНФРА. – М, 1998. – 672 с.
41. Рощина Т. Г., Флоринская Ю. Ф. Миграционные намерения выпускников школ малых городов России // Мониторинг общественного мнения. 2005. № 2. С. 77-87.
42. Семенова Л.А., Андросова О.А., Зобина Е. Особенности профессионального выбора и его реализации в современном российском обществе // Общество и право. 2004. № 1(3). Краснодарская академия МВД России. С. 35-45.
43. Сорокин П. А. Человек. Цивилизация. Общество / Общ.ред., сост. и предисл. А. Ю. Согомонов: Пер. с англ. М.: Политиздат, 1992. 543 с.
44. Сорокин П. Кризис современной семьи // Ежемесячный журнал литературы, науки и общественной жизни. 1916, № 1. С. 171-174.
45. Социологическая энциклопедия: В 2 т. Т. 2. М.: Мысль, 2003. 863 с.
46. Старовойтова Т.А. Формирование и развитие рынка образовательных услуг в России // «Научные записки». 2009. № 2. С. 53-63.
47. Тевено Л. Какой дорогой идти? Моральная сложность «обустроенного» человечества // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. № 3. С. 84-111.
48. Чередниченко Г. А., Шубкин В. Н. Молодежь вступает в жизнь. - М.: Мысль, 1985. 240 с.
49. Чередниченко Г. Формирование образовательных стратегий молодежи // Грани российского образования. М.: Центр социологических исследований, 2015. С. 278-306.
50. Чупров В.И. Зубок Ю.А. Молодежь в общественном воспроизводстве: проблемы и перспективы. М.: РИЦ ИСПИ РАН, 2000. 116 с.
51. Шубкин В.Н., Астафьев Я.У. Социология образования в СССР и России // Мир России. 1996. Т. V. № 3. С. 161-178.

52. Экономическая социология: теория и история / Веселов Ю. В., Капусткина Е. В., [и др.] / под ред. Ю. В. Веселова и А. Л. Кашина. - СПб.: Нестор-История, 2012. 759 с.
53. Ядов В.А. Социологическое исследование: Методология, программа, методы, М.: Наука, 1987. 248 с.
54. Яишников А.Ю. Уязвимость как фактор риска вузовской социализации // Социодинамика. 2016. № 11. С. 61-68.
55. Boyer, R. The Variety and Unequal Performance of Really Existing Markets: Farewell to Doctor Pangloss // Contemporary Capitalism: The Embeddedness of Institutions / J.R. Hollingsworth, R. Boyer (eds.). Cambridge: Cambridge University Press, 1999. 382 с.

#### Электронные ресурсы

56. Абрамова Н. В. Оценочные исследования в социологии: история, методология и перспективы применения в сфере образования: автореф. дисс. к.соц.н. [Электронный ресурс] // Официальный портал ИС РАН. - 2017. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=4980>. (Дата обращения: 17.03.2017).
57. Итоговый отчет о Болонском семинаре на тему «Что представляет собой бакалавриат?». Санкт-Петербургский государственный университет, Россия 25-26 ноября 2004 г. // URL: <http://www.bp.spbu.ru/>. (Дата обращения: 28.03.2017).
58. Федеральный закон РФ «Об образовании» от 10.07.1992 N 3266-1 (ред. от 14.12.2016). URL: <http://www.consultant.ru/popular/edu/>. (Дата обращения: 11.03.2017).
59. Яницкий О. Высшее образование: проблемы, перспективы (размышление после дискуссии) // Официальный сайт ИС РАН. - 2009. URL: <http://www.isras.ru/publ.html?id=1390>. (Дата обращения: 08.02.2017).

60. Boltanski L. Thevenot L. Finding one's way in social space: a study based on games // Social Science Information, 1983. vol. 22 (4-5)/ p. 631-680. URL: <http://www.jourdan.ens.fr/~mariot/hopfichiers/PDF/Boltanski%20in%20%20SSI%20%201983.pdf> (Дата обращения 11.02.2017)

## Приложения

### Приложение 1.

#### **Программа социологического исследования на тему «Главные критерии выбора высшего учебного заведения у выпускников школ»**

**Тема:** Главные критерии выбора высшего учебного заведения у школьников

**Актуальность:** Высшее образование в наше время – неотъемлемая часть жизни многих людей. Оно влияет на выбор будущей профессии и уровень жизни людей, поэтому важно понять, какие факторы влияют на выбор университета школьниками. Эти факторы объясняют состояние рынка труда, и если их учитывать, ВУЗ может повлиять на количество поступающих на тот или иной факультет и, следовательно, на количество выпускаемых специалистов.

**Цель исследования:** выявить главные критерии выбора университета среди выпускников школы.

**Задачи исследования:**

- Выявить причины, по которым школьники выбирают университет;
- Выделить главные из этих причин с помощью проведения анкетирования школьников разных возрастов;
- Проанализировать результаты анкетирования и на основании их исследовать методы, которыми ВУЗ может регулировать поступление на разные факультеты;

**Объектом исследования** являются учащиеся школ возрастом от 16 до 18 лет.

**Предмет исследования** – критерии, по которым школьники выбирают ВУЗ.

Выбор университета – это дело каждого ученика, имеющего множество причин, начиная от собственных предпочтений и заканчивая ситуацией на рынке труда в определенной стране. К этому добавляются еще и внешние факторы, такие как мнение родителей или друзей, воспитание, уровень жизни семьи.

Все эти критерии можно разделить на экономические, психологические и социальные:

Экономические:

1. Наличие бюджетных мест в выбранном университете;
2. Возможность оплаты обучения;
3. Возможность трудоустройства с высокой заработной платой;

Социальные:

1. Мнение родственников;
2. Мнение друзей;
3. Мнение учителей;

Ценностные:

1. Склонности ученика;
2. Предпочтения, интересы ученика;
3. Готовность переехать в другой город или страну для получения желаемого образования;

**Гипотеза исследования:** ценностные и социальные критерии играют большую роль для выпускников школ, чем экономические.

**Вспомогательные гипотезы:**

1. Дети не хотят выбирать профессию родителей из-за того, что популярность профессии прошла, так как произошло перенасыщение рынка труда специалистами.

2. Дети становятся более независимыми психологически и готовы уехать учиться в другой город/страну.

**Выборка:**

Единица социологического анализа – школьники гимназии №3 города Ярославля, возрастом от 16 до 18 лет.

Рабочий план исследования (этапы работы):

Этапы
I. Подготовительный этап: -определение объекта исследования, -разработка программы исследования, -разработка вопросов для анкетирования;
II. Полевая работа: -проведение анкетирования среди школьников разных групп -обработка результатов
III. Подведение и обобщение итогов: -анализ полученных данных и формулировка выводов

Характеристика метода:

Выбранный метод – опрос анкетированием учеников 3 возрастных групп.

Пример анкеты:

*Уважаемые учащиеся!*

*Данная анкета проводится в рамках студенческого исследования привлекательности ВУЗов для школьников.*

*Вам будет предложено несколько открытых и закрытых вопросов, для каждого из них указано, в какой форме требуется ответить.*

*Необходимо ответить на все вопросы.*

*Ваше мнение очень важно для нас! Информация, указанная Вами, полностью конфиденциальна.*

*Заполнение анкеты займет у вас 5-10 минут.*

*Спасибо за участие в опросе!*

Вопрос 1. Выберите **один** вариант ответа

Чем Вы собираетесь заниматься после окончания школы?

1. Поступлю в колледж/техникум/лицей
2. Поступлю в ВУЗ
3. Буду работать
4. Пока не решил(а)
5. Другое:

Вопрос 2. Выберите утверждения, которые подходят Вашим взглядам.

Если я буду выбирать университет, то:

- ❖ Я готов платить за обучение
- ❖ Я готов переехать в другой город
- ❖ Я готов переехать в другую страну

Вопрос 3. Выберите **один** или **несколько** вариантов ответа:

При выборе университета я буду руководствоваться:

- Своим собственным мнением
- Рекомендациями учителей
- Советами родителей
- Мнением друзей
- Информацией из интернета/газет/справочников (рейтинги ВУЗов, статьи о ВУЗах)

Вопрос 4. Расставьте характеристики университета **в порядке убывания** важности для Вас:

- \_\_\_ Наличие высокого уровня преподавания
- \_\_\_ Наличие диплома государственного образца
- \_\_\_ Наличие военной кафедры
- \_\_\_ Наличие бюджетных мест на выбираемую специальность
- \_\_\_ Гарантированное трудоустройство после окончания ВУЗа
- \_\_\_ Техническая оснащенность ВУЗов (интерактивные доски, проекторы и т.

п.)

\_\_\_ Высокое место в рейтингах ВУЗов

\_\_\_ Близость к дому

Вопрос 5.

Выберите **один** или **два** варианта ответа.

Я буду выбирать университет исходя из:

1. Моих интересов, склонностей
2. Моих способностей и возможностей
3. Профессии моих родителей
4. Популярности той или иной специальности
5. Возможности получать высокую заработную плату после получения специальности
6. Другое:

Вопрос 6.

Укажите Ваш пол:

1. Мужской
2. Женский

*Спасибо Вам за уделенное время и предоставленную информацию!!!*



## **Приложение 2.**

### **Программа социологического исследования на тему «Главные критерии выбора высшего учебного заведения у выпускников ВУЗов»**

Можно утверждать, что молодые люди сейчас стремятся получить не просто высшее образование в любом университете, только чтобы иметь документ, подтверждающий их квалификацию, а получить образование, которое будет более конкурентоспособным при трудоустройстве.

#### **Теоретико-методологическая база**

За основу данного исследования взяты теории таких авторов, как Л. Болтански и Л. Тевено, П. Бурдьё. Социология градов дает понимание того, как социальное пространство влияет на ценности и приоритеты человека: что он считает благом. Теория капиталов объясняет, как в зависимости от количества капиталов разных видов, накопленных в течение всей жизни, люди принимают решения и делают выбор.

#### **Проблема**

Современная ситуация в России не дает понимания того, как университеты могут поддерживать свою конкурентоспособность. Для определения мер, которые должен предпринимать ВУЗ для того, чтобы иметь успех у студентов, необходимо определить механизмы или возможные линии поведения выпускников и факторы, определяющие их выбор в пользу какого-либо университета. Важно выявить все критерии, которые молодые люди учитывают, выбирая место обучения, и понять, какие критерии являются определяющими, а какие – второстепенными.

Таким образом, целью исследования является определение главных критериев конкурентоспособности ВУЗа на рынке высшего образования в России на примере Санкт-Петербургского Государственного Университета.

Задачи исследования:

1. Сформулировать критерии выбора университета молодыми людьми;
2. Выявить главные критерии, определяющие конкурентоспособность ВУЗов.

Гипотеза:

1. Для выпускников ВУЗов России привлекательность Вуза формируется не на основе экономических показателей спроса и предложения или мировой системы рейтингов (шанхайский и др), а путем формирования ценностной структуры личности.
2. Молодежь стремится получить не просто высшее образование, а ориентируется на конкурентоспособность Вуза.

Объект исследования: студенты 4 курса обществоведческого направления по программе бакалавриата СПбГУ.

Предмет исследования: критерии, влияющие на выбор университета молодыми людьми.

Методы исследования:

Для достижения поставленной цели и проверки гипотез будет проведен опрос выпускников бакалавриата Санкт-Петербургского государственного университета, обучающихся на гуманитарном направлении. Все факультеты данного направления были поделены на три основные группы:

1. Социальные науки,
2. Культура и искусство,
3. Экономика и управление.

Генеральная совокупность по всем группам составляет 935 человек, при доверительной вероятности в 90% и доверительном интервале в 5%, размер выборочной совокупности составляет 171 человек.

Анализ данных будет проводиться в Google Forms и SPSS с использованием корреляционного анализа.

## **Анкета для опроса:**

Анкета по изучению мотивации выпускников по выбору университета

Здравствуйтесь!

Я являюсь студенткой факультета социологии Санкт-Петербургского Государственного Университета. В рамках своей дипломной работы я провожу опрос среди выпускников бакалавров СПбГУ в целях изучения критериев, имеющих значение при выборе университета. Результаты исследования будут использованы для разработки рекомендаций по повышению конкурентоспособности университета. Нет никаких физических, социальных или психологических рисков, связанных с участием в исследовании.

Вы можете отказаться отвечать на какие-то вопросы или вообще отказаться от участия в исследовании в любое время. Большинство вопросов имеют уже готовые варианты ответов, расположенные так, чтобы Вам было удобно на них отвечать. Если Вам трудно выбрать подходящий ответ, отметьте, пожалуйста, тот ответ, который ближе всего к Вашему. Чаще всего вопросы о Вашем мнении и отношении. В таких вопросах нет правильных или неправильных ответов. Все ответы будут обрабатываться только в общем массиве, и никакие индивидуальные ответы не будут разглашены.

Заранее благодарю за сотрудничество!

1. Укажите Ваш пол: Отметьте только один овал.

- Мужской
- Женский

2. Укажите Ваш факультет:

3. Отметьте источники, которыми Вы пользовались при выборе ВУЗа:

(Отметьте все подходящие варианты.)

- Информация из интернета/газет/справочников
- Рейтинги ВУЗов
- Мнение родителей
- Советы друзей
- Рекомендации учителей
- Другое:

4. Каким из перечисленных источников Вы можете доверять:

(Отметьте все подходящие варианты.)

- Рейтинги ВУЗов
- Реклама (наружная, интернет/телевизионная/радио и др.)
- Мнение родителей
- Советы друзей
- Рекомендации учителей
- Другое:

5. Оцените важность характеристик ВУЗа по шкале от 1 до 5, где 1 - "Не имеет значения", а 5 - "Крайне важно". Отметьте только один овал в каждом ряду.

	1	2	3	4	5
Наличие высокого уровня преподавания	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Наличие диплома государственного образца	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Наличие военной кафедры	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Наличие бюджетных мест на выбранную специальность	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Гарантированное трудоустройство после окончания ВУЗа	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Техническая оснащенность ВУЗа (интерактивные доски, проекторы и т. п.)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Высокое место ВУЗа в рейтингах	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Близость к дому	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

6. При выборе ВУЗа Вы ориентировались на:

(Отметьте только один овал в каждом ряду)

	Да	Скорее да, чем нет	Скорее нет, чем да	Нет	Затрудняюсь ответить
Известность и престижность Вуза	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Наличие интересующей специальности	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Желание получить диплом о высшем образовании независимо от специальности	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Востребованность выпускника данного ВУЗа на рынке труда	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Желание получить профессию родителей	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Место ВУЗа в рейтингах	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Мнение друзей и знакомых о ВУЗе	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Желание получить качественное образование	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

7. Какие дополнительные условия, предоставляемые ВУЗом, интересны и актуальны для Вас? (Отметьте все подходящие варианты)

- Предоставление общежития
- Наличие программ обмена/международных стажировок
- Активная внеучебная деятельность

- Техническая оснащенность ВУЗа
- Возможность получения дополнительных знаний и навыков (свободное посещение лекций других факультетов, дополнительные курсы)
- Другое:

9. Какие дополнительные условия обучения не предоставляются в вашем ВУЗе, но были бы интересны для Вас?

10. Жалуете ли Вы о том, что поступили именно в этот ВУЗ?

Отметьте только один овал.

- Да (Перейдите к вопросу 11)
- Нет
- Другое:

11. Почему Вы жалуете о выборе ВУЗа?

Спасибо за участие!

### **Приложение 3.**

#### **Программа социологического исследования на тему «Главные критерии выбора высшего учебного заведения у выпускников ВУЗов»**

Программа исследования.

Программы обмена – это неотъемлемая часть современного образования. Каждый студент стремится получить знания и навыки, чтобы повысить свою конкурентоспособность на рынке труда. Россия является привлекательной страной для молодых людей не только из-за высокого уровня образования в большинстве ВУЗов, но и благодаря уникальной богатой культуре, которая отличается от стран Запада и Востока.

#### **Теоретико-методологическая база**

В основу данного исследования положена теория капиталов П. Бурдье. Иностранные студенты, приезжающие в Россию имеют свои ожидания и требования к предоставляемой программе и условиям жизни. Данные ожидания можно представить в виде капиталов: социального, культурного, символического и экономического. В рамках данной теории можно понять, какие виды капитала молодые люди хотели бы накопить в большей степени, а какие являются менее важными.

#### **Проблема**

Студенты, приезжающие по обмену в Россию, выбирают ВУЗ, имея определенные ожидания от города, людей, образовательной программы. При этом остается неясным механизм выбора университета, то есть, какие критерии являются важными, что именно студенты хотят получить в рамках программы обмена. Понимание данного механизма необходимо, чтобы ВУЗы могли повышать уровень привлекательности и престижности в глазах иностранных студентов.

Таким образом, целью исследования является определение главных критериев престижности ВУЗа для иностранных студентов на примере Санкт-Петербургского Государственного Университета.

Задачи исследования:

1. Выяснить, какое впечатление на студентов из других стран производит Россия и Санкт-Петербург;
2. Определить отношение студентов к выбранному ВУЗу и образовательной программе;
3. Проанализировать ожидания студентов от программы обмена;
4. Выявить главные критерии, определяющие престижность ВУЗов для иностранных студентов.

Объект исследования: студенты СПбГУ, приехавшие по программе обмена.

Предмет исследования: критерии, влияющие на выбор университета в рамках программы обмена молодыми людьми.

Методы исследования:

Для достижения поставленной цели будет проведено анкетирование иностранных студентов, выборка будет отобрана по методу «снежного кома».

Вопросы анкеты:

1. Your country?
2. Your home University?
3. Why did you choose SPbU as exchange destination? Which criteria influenced your decision to study in SPbU?
4. What is your first impression about Russian culture? Was there anything that surprised you?
5. What is your first impression about Saint-Petersburg? Does it meet your expectations?
6. What is your first impression about Saint-Petersburg University?
7. What are your expectations of the exchange period? What do you hope to get?





Приложение 4.

Таблица корреляции к исследованию выпускников бакалавриата СПбГУ.

		[Наличие высокого уровня преподавания ]	[Наличие диплома государственного образца]	[Наличие бюджетных мест на выбранную специальность]	[Гарантированное трудоустройство после окончания ВУЗа]	[Техническая оснащенность ВУЗа (интерактивные доски, проекторы и т. п.)]
[Наличие высокого уровня преподавания]	Корреляция Пирсона N	1 171	,449** 171	,198** 171	,025 171	,098 171
[Наличие диплома государственного образца]	Корреляция Пирсона N	,449** 171	1 171	,454** 171	,241** 171	-,158* 171
[Наличие военной кафедры]	Корреляция Пирсона N	-,067 169	,053 169	,073 169	,098 169	,090 169
[Наличие бюджетных мест на выбранную специальность]	Корреляция Пирсона N	,198** 171	,454** 171	1 171	,196* 171	,012 171
[Гарантированно е трудоустройство после окончания ВУЗа]	Корреляция Пирсона N	,025 171	,241** 171	,196* 171	1 171	,279** 171
[Техническая оснащенность ВУЗа (интерактивные доски, проекторы и т. п.)]	Корреляция Пирсона N	,098 171	-,158* 171	,012 171	,279** 171	1 171
[Высокое место ВУЗа в	Корреляция Пирсона	,066	,232**	,087	-,032	-,042

рейтингах]	N	171	171	171	171	171
[Близость к дому]	Корреляция Пирсона	-,165*	-,025	-,102	,210**	,012
	N	171	171	171	171	171