

ности к стрессовым и другим жизненным ситуациям чрезвычайно многообразны – от активных, гибких и конструктивных копинг-стратегий до пассивных, ригидных и дезадаптивных механизмов психологической защиты.

Для того чтобы творческая продуктивность индивида сохранялась и развивалась, он должен владеть копинг-стратегиями. Развитие у будущего специалиста качеств творческой личности, в равной мере владеющей как формами и методами понятийно-рационального познания мира, так и интуитивно-образными формами его постижения, благодаря использованию копинг-механизмов способствует успешному позиционированию индивида в смысловом пространстве, генерированию и комбинированию идей и образов.

### **Список литературы**

1. Пивоваров А. М. Коммуникативные механизмы креативного процесса / А. М. Пивоваров // Коммуникация в социально-гуманитарном знании, экономике, образовании: материалы 3-й Международной научно-практической конференции, Минск, 2012 г. / Белорус. гос. ун-т. Минск, 2012. С. 305–308.

2. Рассказова Е. И. Копинг-стратегии в психологии стресса: подходы, методы и перспективы исследований [Электронный ресурс] / Е. И. Рассказова, Т. О. Гордеева // Психологические исследования. 2011. № 3 (17). Режим доступа: <http://publications.hse.ru/articles/74792008>.

3. Weber H. Belastungsverarbeitung / H. Weber // Zeitschrift fur Klinische Psychologic. 1992. Bd. 21. H. 1. S. 17–27.

УДК 37.01

**Л. А. Журавлева**

**L. A. Zhuravleva**

## **Сущностные противоречия современного образования**

### **The essential contradictions of modern education**

*Аннотация.* Анализируются противоречия социального института образования. Исследуются его амбивалентные тенденции и тренды, выявляются явные и скрытые (латентные) функции и дисфункции, осмысливаются особенности и способы проявления противоречий в кризисном социуме.

*Abstract.* The article analyses the contradictions of the social institution of education. The author explores its ambivalent tendencies and trends, identifies obvious

*and hidden (latent) functions and dysfunctions, conceptualizes the peculiarities and ways of manifestation of contradictions in the crisis society.*

**Ключевые слова:** образование, социальный институт, кризисный социум, дисфункциональные явления, проблемы развития, имидж университета.

**Keywords:** education, social institution, crisis society, dysfunctional phenomena, development problems, the university image.

Усложнение социальной реальности, перманентно находящейся в условиях кризиса, повышение уровня неопределенности и рисков ведут к трансформации социальных институтов. В «текущие времена», по выражению З. Баумана, обнажается парадоксальная природа социальных институтов, повышается дисфункциональность их проявлений, нарастает тенденция к дерегуляции социальных отношений [2]. Эвристичность институционального подхода дает возможность исследовать многие актуальные проблемы и социальные реалии. Особенно этот подход эффективен при анализе противоречий современного образования.

Амбивалентность существования социальных институтов проистекает из их природы: они консервативны, являются устойчивыми ценностно-нормативными комплексами с жестко соотнесенными агентскими позициями, ролями, определяющими ожидания людей и прямо влияющими на стабильность общества, его порядок, и то же время они изменчивы, эволюционируют вслед за изменениями культуры и общества, реагируют на новые потребности людей и инновационные социальные практики. В случае слабой динамики возникает процесс «старения» институтов, что снижает их адаптивные функции, делая их нежизнеспособными и аномичными. Эту тенденцию мы можем наблюдать в большинстве европейских стран.

Для многих современных институтов России (и политических, и социальных, и экономических) характерна гибридизация советского содержания и новых («цивилизованных») форм, что так или иначе сказывается на их функционировании. Например, институт здравоохранения перешел на рельсы страховой медицины в ее советском варианте, что лишь ухудшило качество медицины и сделало ее менее доступной для большинства населения. Институт рынка формировался как гибрид ценностей «дикого» рынка в условиях недоверия экономических субъектов к действиям друг друга и постоянного вмешательства государства в рыночные механизмы (в популистских целях и подыгрывая патерналистским ожиданиям и советским стереотипам электората).

Еще одной проблемой можно считать изменение вектора функционирования институтов в условиях «социального хаоса», возникающего в кризисные и переходные периоды. В этой ситуации сама действительность становится девиантной, а основу самоорганизации общества начинают составлять не искусственно созданные носители социальности (социальные институты), а изначально данные естественные структуры (малые контактные группы во всем их многообразии: семья, соседские, дружеские и партнерские группы). При этом нарастающий беспорядок вызывает ответную реакцию, стимулируя управленческую и организующую функции институтов, которые стремятся усилить регламентирующее влияние на социальную деятельность и общественные отношения через ужесточение санкций и другие меры социального контроля, распространяя идеологемы о необходимости «сильной руки» в попытке обеспечить определенный уровень стабильности в обществе.

Противоречивость социальных институтов может проистекать и из ситуации переноса модели институтов из других стран с другой культурой и ментальностью, что в эпоху глобализации не редкость, особенно для стран с догоняющей экономикой. В конце XX в. сложилась специальная междисциплинарная область исследования данного феномена – политическая транзитология (от англ. *transition* – переход).

Переход нашей страны (и ее социальных институтов) из советского (с редиистрибутивным типом экономики) состояния в рыночное не обошелся без таких заимствований. Прежде всего это коснулось экономических институтов (собственности, рынка, производства, рекламы и др.), но поскольку все социальные институты взаимосвязаны и могут усиливать или ослаблять друг друга, стремясь к определенной нормативной и идеологической унификации для достижения синергетического эффекта, возникла ситуация, когда институты, успешно работающие в условиях развитых западных стран, в нашем обществе приводили к воспроизводству массовых форм девиантности, потере управляемости и нарастанию деструктивных проблем. Это связано с тем, что иные конкретно-историческая ситуация (судьба), культура, базовые ценности, традиции, ментальность, идентичность, стереотипы, интересы субъектов деятельности вступают в противоречие и конфликт с чужеродными ценностно-нормативными предписаниями, блокируя или снижая эффективность деятельности заимствованных институций, порождая тенденцию превращения институтов в теневые и отклоняющиеся.

Так, например, институт рынка, формировавшийся в нашей стране в период перестройки без сложившегося института гражданского общества (и других институтов демократического общества), стал причиной воспроизводства девиантных практик (включая коррупционные и криминальные действия). Он не побуждал появившихся предпринимателей к внедрению инноваций и честной конкуренции. Поэтому «лихие 90-е» прочно ассоциируются у нас с институционализацией девиантных практик и разгулом криминала.

Этот тренд характерен для целого ряда институтов: образования (деформированного Болонской декларацией, основные цели которой конфликтовали со сложившейся потребностью работодателей и субъектов образовательного социума), семьи (с появившимися нетрадиционными стилями и укладами, начиная от добрачного сожителства и заканчивая гомосексуальными «семьями»), производства (с невыплатой зарплат и другими массовыми нарушениями прав наемных работников, деформацией трудовой мотивации, сворачиванием производства). Более подробно остановимся на анализе этой тенденции на примере института образования как наиболее типичного традиционного института социализации личности.

Социальный институт образования представляет собой автономную устойчивую социальную практику, регламентирующую взаимодействие социальных общностей по поводу приобретения, усвоения знаний и компетенций, необходимых для эффективного функционирования социума. Одна из задач института образования – формирование человеческого потенциала, адекватного задачам и ценностям конкретного общества. Это относительно консервативный институт, нацеленный на сохранение устойчивости общества, и в то же время способный оказывать мощное инновационное (или деструктивное) влияние на все его сферы (через качество и интеллектуальный потенциал трудовых ресурсов).

Образование, по выражению П. Сорокина, представляет собой «социальный лифт» – канал вертикальной восходящей мобильности, по которому осуществляется селекция людей в стратификационном пространстве. Именно образование определяет социальную позицию, статус и образ жизни человека, способствует выравниванию шансов представителей различных общностей и групп. Эту важнейшую функцию института образования можно назвать стратогенезом, распределением людей в обществе в соответствии с их социальным и человеческим капиталом. В случае эффективной работы этого «лифта» происходит продвижение креативных, талантливых людей,

во властные и профессиональные структуры приходят культурные, нравственные, хорошо обученные и самореализовавшиеся личности, имеющие навыки самообразования и саморазвития. В случае поломки «социального лифта» эта важная функция не реализуется, результатом чего становится «поточная серость» (лавинообразное производство необразованных людей с дипломом и другими формальными признаками соответствия).

В рамках институционального подхода образование рассматривается как элемент системы общественных отношений, взаимодействующий с другими социальными элементами: наукой, общественным производством, запросами работодателей; анализируются взаимоотношения между образовательными подсистемами: дошкольными учреждениями и школой, школой и организациями профессионального образования и т. д.

Образование, реагируя на социальный заказ общества, выступает одним из средств социализации личности, реализуя через свои организации процесс усвоения социальных ролей, необходимых для активного включения в социальную жизнь (профессиональную, экономическую, политическую, культурную). Образование релевантно уровню экономического развития общества, его задачам и трендам, неотъемлемо от развития науки. Общественное производство для поддержания своего воспроизводства и развития формирует социальный заказ на профессиональные, интеллектуальные и моральные качества трудовых ресурсов. Т. И. Заславская полагает, что «по сравнению с советским временем социально-культурный потенциал россиян заметно снизился» [5, с. 20]. Это выражается, по ее мнению, в следующем: во-первых, «в сознательном и активном разрушении государством институциональной, материально-финансовой и кадровой базы развития науки, образования и культуры»; во-вторых, «во все более глубокой сегрегации разных слоев общества по социально-культурным критериям (характеру ценностей, интересов, образу и стилю жизни), что по сути дела означает возрождение сословности»; в-третьих, «в безусловном и очень резком снижении общественной морали и нравственности: личная выгода все чаще становится выше доводов совести, неуклонно падает авторитет закона и права, вульгаризируется повседневная массовая культура» [5, с. 20]. Данные тенденции свидетельствуют о кризисе института образования.

Философский подход к анализу социального института образования предполагает его исследование в единстве амбивалентных тенденций, выделение его явных и скрытых (латентных) функций, а также дисфункций,

определение характера, содержания, способа проявления противоречий и поиск путей их адекватного разрешения.

Среди важнейших явных функций социального института образования можно назвать следующие:

- стабилизационная – обеспечение устойчивости социального порядка через подготовку обучающихся к исполнению предсказуемых социальных ролей, поощрение конформного поведения и преемственности поколений;

- социализирующая – обеспечение развития личности и социального и культурного потенциала общества;

- экономическая – формирование трудовых ресурсов и профессиональной структуры общества;

- селективная – реализация социальных перемещений (в соответствии с уровнем образования и квалификацией).

Можно заметить, что большинство этих функций сегодня выполняется частично, не в полном объеме и не всеми организациями системы образования. Реализация данных функций затруднительна в условиях анонимности кризисного состояния общества, приводящего к ценностному конфликту различных групп населения. Образование как образ общества не может не отражать его тенденции и противоречия.

Подготовка будущих специалистов в системе высшего профессионального образования к технологической конкуренции затруднена не только из-за скудности финансирования, но и из-за невостребованности общественным производством, ибо высокотехнологичное производство не налажено и наша страна приобретает статус государства с преобладанием сырьевой экономики.

К латентным функциям института образования отнесем те, что не входили в намерения руководителей данной системы, не соответствуют ожиданиям населения, не осознаются ее участниками. К латентным функциям образования в условиях кризиса можно отнести функцию самосохранения, имитацию занятости части населения, сохраняющую рынок труда от избыточного предложения; поддержание стабильных рабочих мест, подкрепленных государственным финансированием и платными услугами населению.

Когда скрытые функции начинают доминировать, налицо институциональный кризис – кризис механизмов, обеспечивающих социальное взаимодействие в той или иной сфере, что приводит к функциональным

сбоям в работе социального института. В этой ситуации появляются параллельные структуры и теневые организации с дублирующими функциями, на базе которых формируется теневой социальный институт, направленный на реализацию социальной потребности, которая перестала удовлетворяться в должной мере традиционным институтом.

Дисфункции – «это те наблюдаемые последствия, которые уменьшают приспособление или адаптацию системы», блокируя ее нормальное функционирование [11, с. 428]. Изучение непреднамеренных последствий социальной практики института образования позволяет понять тенденции и тренды его развития.

Дисфункции института образования вытекают, по нашему мнению, из противоречий между внутренними («замкнутыми») интересами образовательной системы и интересами общественного производства. Так например, организации высшего образования заинтересованы в открытии специальностей, привлекательных в глазах потребителя (юриспруденция, экономика, антикризисное управление, дизайн одежды и прически и др.). В результате выпускаемые специалисты не востребованы в общественном производстве, переполняют рынок труда, не могут найти работу по специальности, вынуждены переучиваться, получать второе высшее образование. Этот дисбаланс приводит к отчуждению работодателей от профессиональной школы и вынуждает их вести внутрифирменную подготовку и переподготовку персонала под нужды производственного процесса.

Кризисные явления в институте образования вызваны процессами демотивации преподавателей, работающих в условиях высокой эмоциональной нагрузки, не подкрепленной соответствующей зарплатой и системой стимулирования профессиональной деятельности. Возникает ситуация невостребованности компетентных преподавателей, идет их вытеснение из системы образования.

Кроме того, нетрудно заметить и возросшую демотивацию учащихся и студентов, уповающих на то, что плата за образование позволит им получить искомый диплом в любом случае и без особых интеллектуальных усилий. Даже в самых престижных университетах наблюдается рост предоставления студентами «покупных» или скачанных из Интернета рефератов, курсовых, дипломных работ. Все вузы обклеены объявлениями об оказании услуг такого рода. Демотивация основных субъектов образовательного пространства лежит в основе многих деструктивных тенденций развития данного института.

*Деструктивный тренд института образования определяется кризисом общества, зависит от эндогенных и экзогенных факторов, которые в совокупности «диктуют» направление его развития или стагнацию.*

Разнонаправленность влияния внутренних и внешних детерминатов приводит к амбивалентности результатов. Среди экзогенных факторов особенно сильное влияние оказывают интернационализация и унификация мировой системы образования (Болонская декларация, переход на двухступенчатую модель, ЕГЭ, академические кредиты ECTS).

Наиболее важными эндогенными факторами можно считать системный кризис общества и его базовых ценностей: демографическую «яму», коммерциализацию образования (превращение его в услугу), разрыв связей с институтом науки, духовно-нравственный релятивизм, культурную трансформацию, доминирование аудиокультуры, аудиовизуальной коммуникации, виртуального общения (в первую очередь в молодежной среде), формирование новых культурных интернет-стилей («олбанский» язык, письменный и разговорный стили в духе форум-текстов, чатов), потерю культурной самобытности, снижение требований к русскому языку, его псевдомодернизацию.

Аномичное состояние социальной реальности приводит к отсутствию четких целей и задач, идеальной модели, образа будущего состояния образования, понятной для населения концепции образовательной политики государства, ценностной канвы проводимых реформ. Институт образования в нашей стране перестал быть «социальным лифтом», устойчивым каналом восходящей вертикальной мобильности и становится девиантогенным пространством, провоцирующим рост социальных отклонений.

Для успешного продвижения по карьерной лестнице человеку необходимо потреблять данный вид услуги, тем самым общество выдвигает свои условия включения человека в социальную группу личностей, стремящихся к успеху и лидерству. Привилегия университетского образования – потребность системы [3, с. 123]. Мы рассмотрим образование с позиций социологического подхода.

Социологию интересует социальная сторона образования: как благодаря образованию человек включается в те или иные социальные группы, занимает определенные позиции в социальной структуре общества, осваивает и выполняет разнообразные роли в обществе.



Социология образования – раздел социологической науки, который изучает закономерности функционирования образования как социального института (функции в обществе, взаимосвязь с другими институтами, социальную политику в области образования, ценностные ориентации специалистов, образовательные системы и структуры, отношение к образованию различных социально-демографических групп, вопросы управления и кадрового обеспечения образовательных организаций и т. п.).

Основы социологии образования были заложены Э. Дюркгеймом и М. Вебером, исследовавшими социальные функции образования, его связь с экономическими, политическими процессами. Позднее Т. Парсонс предложил изучать образование как институт социализации, а учебные заведения – как социальные системы [8, с. 72].

Нормальное функционирование любого общества сегодня невозможно без полноценной системы образования. Образование давно уже стало одним из первостепенных факторов экономического развития, важным инструментом политики любого государства.

Институт образования относительно самостоятелен и вместе с тем оказывает сильное, если не решающее, влияние на развитие общества.

Среди главных функций института образования можно выделить следующие:

1) трансляция и распространение культуры в обществе – наиболее существенная из функций образования. Она заключается в том, что посредством института образования происходит передача от поколения к поколению ценностей культуры, понимаемых в самом широком смысле этого слова (научные знания, достижения в области культуры, моральные ценности и нормы, правила поведения, опыт и навыки, присущие различным профессиям);

2) формирование у молодого поколения установок, ценностных ориентиров, жизненных идеалов, господствующих в данном обществе;

3) социальная селекция – одна из важнейших функций института образования. Структура образовательного процесса такова, что есть возможность уже на самых начальных этапах реализовать дифференцированный подход к обучающимся;

4) осуществление социальных и культурных изменений. Эта функция является прерогативой современного института образования. Она реализуется, во-первых, в процессе научных исследований, научных достиже-

ний и открытий, которые производятся в стенах вузов; во-вторых, при специализации различных видов педагогической деятельности. Здесь, как и в любой формальной организации, существует возможность для профессиональной карьеры. Специализация преподавательской деятельности позволяет осуществлять образовательный процесс с высокой степенью профессионализма и компетентности.

Еще один момент, сближающий образование с формальной организацией сложного типа, заключается в стандартизации учебного процесса.

Если институт вместо пользы приносит обществу вред, говорят о его дисфункции. К примеру, функция института образования – готовить всесторонне развитых специалистов. Но если он не справляется со своей задачей, то необходимых специалистов общество не получает. Школы и вузы выпускают в жизнь дилетантов. Функция превращается, таким образом, в дисфункцию; это влияет на конкурентоспособность и имидж университета.

Важно отметить, что основным видом деятельности организаций образования, действительно, является оказание образовательных услуг. Определим сущность образовательной услуги и ее отличие от других видов услуг.

Прежде чем дать определение термину «образовательная услуга», кратко обозначим суть понятий «услуга» и «образование».

Стало классическим определение, данное Ф. Котлером. По его мнению, услуга – любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой, и которые в основном неосвязаемы и не приводят к завладению чем-либо [7, с. 184]. Для того чтобы наиболее полно охарактеризовать такую категорию, как «услуга», отметим, что ей присущи некоторые отличительные черты. К ним можно отнести неосвязаемость. Услугу невозможно увидеть, услышать или попробовать на вкус до момента приобретения.

Следующей особенностью является неотделимость от источника. Услуга неотделима от своего источника, ее осуществление возможно только в присутствии производителя.

Непостоянство качества также характерно для услуг, так как зависит от производителя, его отношения к делу, времени и места оказания услуги.

Услугу невозможно хранить для последующей продажи или использования: несохраняемость также является ее отличительной чертой.

Сложно определить, что же конкретно следует считать образовательной услугой, так как мнения ученых по этому поводу расходятся. Постараемся раскрыть основные подходы к данному понятию.

Под образовательной услугой обычно понимается система знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения разнообразных потребностей человека, общества, государства.

Рассмотрим позицию Е. И. Скрипака. По его мнению, «экономическая категория – образовательная услуга, включающая в себя условие, желание, основу и ответственность за ее производство и потребление экономическими субъектами (домохозяйствами, фирмой, государством) подменяется более узким понятием “платные образовательные услуги”» [14]. Такое положение вещей, согласно его представлениям, связано с современными российскими условиями, при которых отсутствуют полноценный субъект инвестирования в человеческий капитал, механизмы реализации экономической ответственности за его формирование и накопление, полноценный финансовый рынок и механизмы кредитования, происходит сокращение бюджетных расходов на образование [14].

Образовательная услуга обладает рядом характеристик, которые отличают ее от других видов услуг:

- высокая стоимость (образовательные услуги обладают высокой потребительской стоимостью, так как наращивают потенциал личности, специалиста);
- относительная длительность оказания (так, например, в России получение высшего профессионального образования может занимать от 4 до 6 лет);
- отсроченность результата;
- необходимость дальнейшего сопровождения (диплом может стать бесполезным, если не предоставляется возможность применить полученные знания на практике);
- зависимость приемлемости услуги от места ее оказания и места проживания потенциальных обучающихся;
- невозможность перепродажи;
- относительно юный возраст потребителей.

Отметим специфические функции государства и государственных органов управления в сфере образования [1]:

- создание, поддержка и укрепление благоприятного общественного мнения, позитивного имиджа образовательных институтов;
- гарантирование гуманистичности образования, единства федерального и образовательного пространства, общедоступности и адаптивности образования, его светского характера, свободы и плюрализма, демократизма управления и автономности образовательных организаций;

- финансирование образования и предоставление гарантий для долгосрочных инвестиций других субъектов в эту сферу;
- применение налоговых льгот и иных форм регулирования рынка в целях развития приоритетных специальностей, форм и методов подготовки специалистов, образования в целом;
- лицензирование и аттестация образовательных организаций и программ по ассортименту и качеству услуг;
- информационное обеспечение образовательных организаций.

Абсолютно ясно, что оказание только качественных образовательных услуг может способствовать формированию положительного имиджа образовательной организации и обеспечению работодателей успешными, уверенными в своих силах выпускниками.

Парадокс современного общества в том, что процесс получения высшего образования не может приспособиться к темпам экспериментов, непредсказуемости перемен. Диплом, полученный после продолжительной учебы в университете, с трудом конкурирует с рыночной стоимостью повышения квалификации на рабочем месте [2, с. 168]. Получается, что необходимые для работы навыки и объем знаний можно освоить за выходные дни, проведя их с коллегами на туристической базе, прослушав курс лекций и посетив ряд тренингов. Если пересмотра ценностей в ближайшее время так и не произойдет, университетское образование вскоре может окончательно стать неконкурентоспособным.

В условиях рыночной экономики конкуренция присутствует и между образовательными организациями, оказывающими практически одинаковые услуги. Жизнеспособность в этом случае означает конкурентоспособность. Конкурентоспособная образовательная организация – это организация, которая обеспечивает устойчивый уровень качества образовательных услуг. Конкуренция на рынке образовательных услуг представляет собой соперничество между образовательными организациями в привлечении желаемых клиентов. Каждый вуз стремится оказывать образовательные услуги лучше, чем конкуренты, предоставлять дополнительные возможности, льготы.

Конкурентная борьба между вузами – это совокупность действий, направленных на достижение конкурентного преимущества, на завоевание прочных позиций на рынке образовательных услуг. «Суть создания конкурентного преимущества – в формировании характеристик рыночной деятельности компании, которые создают определенное превосходство над

конкурентами. С точки зрения маркетинга создание конкурентного преимущества связано с разработкой и реализацией комплекса маркетинга, превосходящего по эффективности комплекс маркетинга конкурентов по одному или нескольким направлениям...» [10, с. 92]. Конкурентоспособность вуза – это его способность быть выделенным среди других высших учебных заведений в силу наилучших социально-экономических показателей, таких как качество обучения, предложение уникальных, востребованных специальностей, цена, формы и методы, условия обучения, месторасположение, престижность и др. Открытие любого вуза, специальности, оказание новой образовательной услуги, а также выбор маркетинговой стратегии невозможны без тщательного изучения и анализа конкурентной среды.

Для анализа конкурентоспособности вузов используют разнообразные методы статистики и экономики, разрабатывают специальные таблицы, в которых содержатся данные об образовательной организации и основных конкурентах. Анализ материалов этих таблиц позволяет установить истинное положение образовательной организации, ее место на рынке, определить ключевые факторы успеха.

Информация о конкурентах, сгруппированная по определенным показателям, поможет образовательной организации лучше понять стратегию конкурентов, методы их учебно-бытовой, коммерческой, ценовой, рекламной деятельности. Изучение образовательных услуг, оказываемых конкурентами, позволяет выявить не только их, но и свои слабые и сильные стороны. Многие образовательные организации изучают и учитывают в своих профессиональных разработках достижения конкурентов, осуществляют бенчмаркинг. Бенчмаркинг – это процесс постоянного исследования практик, которые определяют наиболее высокую характеристику конкурентоспособности [15].

Конкурентоспособность образовательных услуг и профессиональных программ во многом зависит от конкретных условий, складывающихся на рынке (состояние рынка, ассортимент образовательных услуг, цены, условия оплаты и др.). Иногда бывает достаточно предложить льготные условия платежа, чтобы образовательная услуга получила широкое распространение. И такой прием для привлечения клиентов нередко используют вузы.

В условиях конкуренции важной стратегической задачей образовательной организации становится опережение конкурентов в разработке и освоении новых образовательных услуг, новых педагогических технологий, но-

вых образовательных программ, нового уровня профессиональной практической подготовки, новой ценовой политики, нововведений в организации обучения, детализации образовательных направлений. Изучение конкурентной среды требует систематического наблюдения за главными конкурентами. Однако при этом нельзя не упуская из виду и потенциальных конкурентов.

Полученную информацию целесообразно накапливать в специальных банках данных. Анализ информации, ее интерпретация позволяют дать обоснованные оценки по каждому фактору конкуренции и охарактеризовать общее положение образовательной организации, ее место на рынке относительно конкурентов. Оценка конкурентоспособности является исходным пунктом мер, направленных на повышение ее уровня [12].

Для оценки конкурентоспособности используют различные методики. Одним из способов оценки конкурентоспособности вузов являются так называемые рейтинговые оценки, или способ ранжирования. В настоящее время предлагается достаточно большое число рейтингов вузов, которые размещены на различных сайтах в сети Интернет.

Оценка вуза складывается из нескольких показателей: качество образования, уровень сотрудников, уровень исследований, размер площадей, наличие иностранных студентов и др.

Основные параметры – потенциал вуза и его активность. Под потенциалом подразумевается все, что связано с интеллектуальной собственностью учебного заведения. В первую очередь это, конечно, кадры. Учитывается не только количество профессоров и академиков, но и перспективность молодых преподавателей, средний возраст преподавательского состава. Кроме того, под определение потенциала попадает все, что касается условий учебы и отдыха студентов.

Активность вуза – это то, что он дает на выходе: сколько выпустил студентов, кандидатов наук, докторов, как работает аспирантура, какими научными достижениями может похвастаться, сколько вышло учебников [6, с. 49].

Каждый вуз сам может проводить оценку своей конкурентоспособности в той нише рынка, в которой он функционирует, сравнивая свое положение с основными конкурентами. Эту оценку необходимо проводить в комплексе по различным критериям, включая анализ слабых и сильных сторон.

Перечень критериев конкурентоспособности для государственных образовательных организаций может отличаться от критериев, используемых для оценки конкурентоспособности негосударственных вузов. И это понятно,

поскольку конкурентоспособность государственного вуза в большой степени определяется масштабами его деятельности, а для негосударственного учебного заведения гораздо важнее выделиться по другим параметрам. Для потенциального студента решающую роль при выборе образовательной организации может сыграть наличие уникальных программ и методов обучения, комфортных условий обучения, удобство месторасположения. Это и должны учесть вузы, вырабатывая свою конкурентную позицию на рынке [9].

Качество образования на современном этапе является главным конкурентным преимуществом учебных заведений наряду с ценой.

В России проводится немного исследований по проблемам конкурентоспособности вуза. По мнению Е. В. Песоцкой, конкурентоспособность вуза обеспечивается [13]:

- конкурентоспособностью студентов;
- конкурентоспособностью выпускников;
- уровнем профессорско-преподавательского состава;
- методическими средствами обучения;
- техническими средствами обучения;
- наличием собственных основных средств (учебные и вспомогательные корпуса, оборудование);
- наличием собственной библиотеки.

Наблюдаются следующие закономерности изменения конкуренции между вузами:

- 1) конкуренция усиливается с увеличением количества соперничающих вузов;
- 2) конкуренция усиливается, когда крупные вузы присоединяют к себе другие вузы и принимают решительные меры по выходу в ведущие;
- 3) конкуренция сильна, когда спрос на услуги растет медленно;
- 4) конкуренция усиливается, когда затраты покупателей при переходе с потребления одной услуги на другие невелики;
- 5) конкуренция усиливается, когда один или несколько вузов не удовлетворены своей долей рынка;
- 6) конкуренция усиливается пропорционально росту прибыли от успешных стратегических решений;
- 7) ход конкуренции предсказуем, когда стратегии, ресурсы, организационные особенности, миссии вузов различаются в значительной мере и открыты большинству.

Анализ конкурентоспособности основывается на маркетинговых исследованиях, рассматриваются вопросы соблюдения нормативных показателей и информация внутреннего характера [13, с. 99]. Естественно, чрезвычайно важна конкурентоспособность предоставляемых вузом услуг.

Фактором, повышающим конкурентоспособность вуза, является его готовность предоставить образовательные услуги в инновационном режиме с использованием современных информационных технологий и ноу-хау. Более прочные позиции на рынке займут те вузы, которые наряду со сбалансированным деловым портфелем будут работать над созданием пользующейся доверием у потребителей торговой марки. То есть важным фактором, повышающим конкурентоспособность вуза, является его имидж.

В современном обществе значительно снизилась ценность получения высшего образования. Самостоятельность и центральное место университетов сейчас находится под большим вопросом. В нашем мире уже не осталось сил, способных противостоять разрушительным социальным тенденциям. Следует признать, что мы живем в эру тотального потребления. В современных «обществах риска» потребности меняются гораздо быстрее, чем человек способен освоить те знания и навыки, которые прежде считались необходимыми [2, с. 11]. В результате этого снижается ценность традиционных образовательных организаций и происходит дифференциация между людьми, способными адаптироваться к переменам и новым требованиям и не способными на это. Так, образование в наши дни действительно воспринимается как определенная услуга, которую оказывает продавец в лице преподавателя вуза.

Получая образование, человек приобретает некие блага, которые, в свою очередь, помогают ему занять определенное положение в обществе. Французский социолог П. Бурдьё занимался изучением этого вопроса. Согласно его идеям, пространство, в котором мы обитаем, является социально структурированным, существуют различные категории капиталов, являющихся местом сосредоточения всех богатств, которые так стремится заполучить человек. В своей книге «Социальное пространство: поля и практики» он говорит о существовании следующих видов капитала: экономический, культурный, социальный и символический. Капитал является важной категорией в социологической концепции П. Бурдьё. Под капиталами он понимает макропредметные, обобщающие исходные социологические величины – активные свойства, положенные в основу построения со-



циального пространства [4, с. 499]. Речь идет о свойствах, способных придавать агентам силу и власть, понимаемую в самом общем виде – как способность добиваться результатов.

Под экономическим капиталом понимается обладание материальными благами, к которым можно отнести деньги и с помощью которых можно получить желаемое образование.

Культурный капитал – это и есть образование, которое человек получает в течение своей жизни, соответствующий диплом, подтверждающий его статус и квалификацию. Также к культурному капиталу относятся культурный уровень индивида, знания и традиции, привитые ему семьей и развивающиеся в процессе социализации, взросления его как личности.

Социальный капитал представляет собой ресурсы, определяющие принадлежность индивида к той или иной группе. Так, для работодателя человек, устраивающийся к нему на работу без высшего профессионального образования, относится к иной группе, чем человек, имеющий высшее образование.

В наши дни, не имея высшего образования, не так-то просто устроиться на работу (за исключением тех специальностей, где оно не требуется), но даже строителю необходимо обладать определенными знаниями, для того чтобы читать чертежи, правильно делать замеры и т. д.

И, наконец, символический капитал. Можно сказать, что он является разновидностью социального. Символический капитал по сути представляет собой некий авторитет, репутацию, престиж. Человек, получивший высшее образование, несомненно, обладает определенным статусом, занимает определенное место в обществе, может строить свою карьеру. У него гораздо больше возможностей в профессиональном плане, чем у человека, не имеющего диплома.

Образовательные организации, в свою очередь, тоже должны обладать хорошей репутацией и позитивным имиджем – это будет увеличивать социальный капитал их выпускников.

Все вышесказанное невозможно без непрерывающейся работы над имиджем как образовательной организации, так и самого человека.

Подводя итоги, еще раз подчеркнем, что образование как базовый социальный институт социализации личности серьезно дискредитирован в глазах российской общественности. У этой ситуации существуют объективные и субъективные предпосылки.

Среди основных сущностных противоречий выделим следующие:

- между целями и ценностями образования;
- между внутренней и внешней средой образования;
- между формой и содержанием;
- между потребностями основных субъектов образовательного социума и социально-профессиональными потребностями общества;
- между управлением и самоуправлением образовательных организаций.

Образование имеет ценностные основания, поскольку формирует ценностное восприятие мира и социальную жизнедеятельность через смысло-жизненные установки, которые вкупе с социально-профессиональными качествами и компетентностями помогают человеку эффективно функционировать в обществе.

В рыночной среде (вернее, псевдорыночной) образование утрачивает ценностное содержание, превращаясь в услугу, за которую устанавливается плата. Преподаватель – это уже не эксперт, не авторитет, а торговец знаниями, лицо, предоставляющее услугу, учащиеся – потребители услуги; образовательные организации становятся клиент-центрированными, где клиент всегда прав и диктует свои условия. Понятно, что маркетинговая концепция образовательной организации может повлиять на поведение клиента и его выбор, но потребители в целом не способны в силу некомпетентности понять и оценить качество предоставляемой услуги. Кроме того, интересы учащихся (клиентов) могут конфликтовать с интересами образовательных организаций и работодателей.

Образовательная услуга отличается большой вовлеченностью самого слушателя в процесс ее создания и потребления, что является основой для построения долгосрочных партнерских отношений и как результат – создания услуги более высокой ценности по сравнению с конкурентами.

Надо отметить и отсутствие объективных критериев и измерителей качества образования. ЕГЭ так и не стал таким показателем в силу сложившейся практики и заинтересованности основных субъектов образовательного социума (учащиеся, их родители, учителя и администрация школ, руководители муниципальных образований, областей) в искажении его результатов в сторону завышения. Пока по результатам ЕГЭ будут судить о работе области, города, школы и конкретного учителя, а ученики смогут поступать в престижные вузы, будет сохраняться объективная потребность в их улучшении даже не совсем честными способами. Хотя следует обра-

тить внимание на зарубежный опыт, где практика проведения таких экзаменов уже давно сложилась.

Образование как социальный институт является частью социетальной системы – институтом, организующим, поддерживающим и воспроизводящим сложившиеся социальные отношения.

Среди сущностных противоречий современного образования можно отметить и противоречивость социального заказа, и конфликт интересов основных игроков образовательного пространства. Интересы получающих образование (школьники, учащиеся, студенты) и их родителей отличаются от запросов бизнеса, работодателей, налогоплательщиков, ведомств. Если общество заинтересовано в формировании креативного класса, людей свободных, мыслящих и активно действующих, способных к самообразованию и саморазвитию, интеллектуальному прорыву и созданию нового продукта, то этот запрос и должен выступать целью образования. Сегодня в условиях неадекватной материальной базы и зарплаты преподавателей этот запрос не может быть удовлетворен в полном объеме, что приводит к воспроизводству институтом образования имитационных образовательных практик.

### *Профессионально-педагогическое образование в социологическом измерении*

Стратегическое управление университетом представляет собой перманентный процесс, обеспечивающий равновесие между основными целями, миссией образовательной организации и поиском ее новых возможностей, ресурсов и резервов в изменяющейся конкурентной среде. Эффективность управленческого проектирования возрастает в ходе коллективной рефлексии существующих проблем, после выявления мнений о возможных траекториях развития университета и основных субъектов образовательного пространства.

С целью сбора данных для информационного обеспечения оптимальных управленческих решений на ближайшие пять лет в марте 2013 г. было проведено социологическое исследование среди преподавателей Российского государственного профессионально-педагогического университета (РГППУ). Для выявления динамики развития университета мы сравнивали ответы респондентов на ряд вопросов с данными исследования, проведенного в этом университете по аналогичной методике в 2003 г.

Тип исследования – письменный сплошной опрос ключевых субъектов образовательного процесса (300 чел.), обладающих необходимой ин-

формацией, позволяющей им судить о возникающих в ходе работы проблемах, о тенденциях функционирования университета и генерировать идеи, касающиеся стратегии его развития. Предметом исследования являлись мнения преподавателей о тенденциях и динамике развития РГППУ и их оценка перспектив развития университета.

Основные задачи исследования:

- выявить мнения преподавателей о престижности и конкурентных преимуществах РГППУ и сравнить их с данными десятилетней давности для анализа динамики позиций преподавателей;
- выяснить отношение респондентов к работе в РГППУ;
- исследовать мнения и оценку респондентами основных достижений университета и оценку работы проректоров за прошедшие пять лет;
- изучить основные проблемы функционирования университета в его современном состоянии;
- выявить мнения респондентов о перспективах развития РГППУ в предстоящие пять лет.

### *Социально-демографические и статусные характеристики респондентов*

Большинство преподавателей, принявших участие в опросе, – женщины, их 71,8 %, мужчин среди респондентов 28,2 %, что отражает реально сложившуюся структуру преподавательского корпуса и свидетельствует о кризисных явлениях в системе высшего образования и падении его престижности (рис. 1).

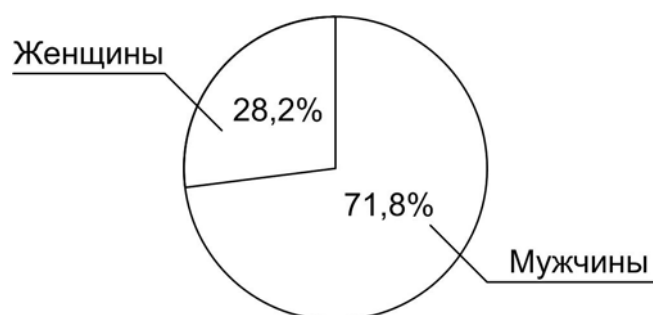


Рис. 1. Распределение респондентов по полу

Подавляющее большинство респондентов имеют стаж работы в РГППУ более 5 лет (87,9 %). Тех, кто работает в университете более 20 лет – 22,9 %, респондентов со стажем работы от 11 до 20 лет – 35,0 %, от 5 до 10 лет – 30,0 %. Доля респондентов, пришедших работать в РГППУ менее 5 лет назад, равна 12,1 % (рис. 2).

Более половины респондентов (52,1 %) имеют должность доцента, треть респондентов (33,1 %) – старшие преподаватели, 11,7 % – профессора и только 3,0 % – ассистенты, что подчеркивает экспертный характер взглядов респондентов на существующие проблемы.

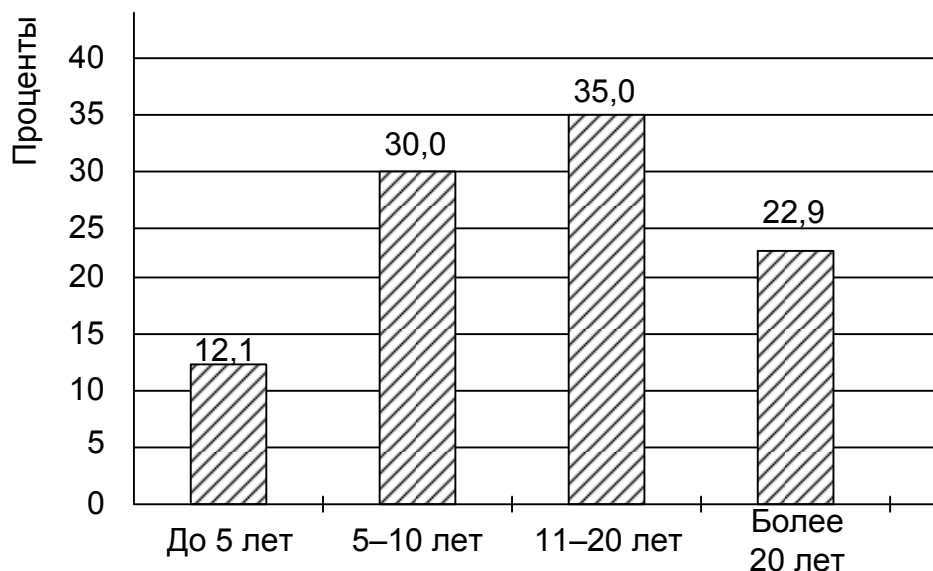


Рис. 2. Стаж работы респондентов

Наблюдается четкая взаимосвязь между профессиональным статусом и полом респондентов: чем выше должность (от ассистента до профессора), тем больше доля мужчин. Среди опрошенных ассистентов нет ни одного мужчины, мужчин – старших преподавателей 21,0 %, мужчин-доцентов 29,0 %, а среди профессоров доля мужчин наивысшая и равна 58,0 %.

### *Имидж РГППУ в оценках преподавателей*

Важнейшей задачей исследования было выяснение степени удовлетворенности преподавателей профессиональной деятельностью в РГППУ. Анализ полученных данных позволяет сделать вывод о достаточной степени удовлетворенности работой в РГППУ опрошенных преподавателей и в 2003 г., и 2013 г. (табл. 1). Это подтверждают и ответы респондентов в исследовании 2013 г. на контрольный вопрос «Связываете ли Вы перспективы своей дальнейшей профессиональной деятельности с нашим университетом?», на который положительно ответили 84,0 % опрошенных преподавателей. Существует устойчивая корреляционная зависимость между удовлетворенностью трудом и оценкой престижности РГППУ, высказываемой ключевыми субъектами учебно-воспитательного процесса.

Анализируя представленные в табл. 1 данные, можно сделать вывод о сохраняющейся на протяжении десятилетия тенденции высокой степени удовлетворенности работой в РГППУ большинства преподавателей, хотя при этом опрошенные довольно реалистично оценивают его престиж на рынке образовательных услуг.

Таблица 1

Удовлетворенность работой в РГППУ, в % от числа ответивших

| Степень удовлетворенности                | Год  |      |
|--|------|------|
|  | 2003 | 2013 |
| Удовлетворен полностью                   | 2    | 12   |
| Скорее удовлетворен, чем не удовлетворен | 61   | 47   |
| 50/50                                    | 27   | 28   |
| Скорее не удовлетворен                   | 10   | 11   |
| Полностью не удовлетворен                | 0    | 2    |
| <i>Итого</i>                             | 100  | 100  |

Как считают опрошенные преподаватели, РГППУ уверенно входит в пятерку лидеров рынка образовательных услуг Екатеринбурга и занимает в списке престижных вузов 2-ю (в 2013 г.) и 4-ю (в 2003 г.) позиции, обгоняя своих известных конкурентов – Уральский экономический университет (УрГЭУ) и Уральскую государственную юридическую академию (УрГЮА) (по данным 2013 г.).

Несомненным лидером в Екатеринбурге и самым престижным по оценкам респондентов сегодня является Уральский федеральный университет имени Б. Н. Ельцина (УрФУ), в исследовании 2003 г. первые места занимают объединившиеся в 2011 г. Уральский государственный университет (УрГУ) и Уральский государственный технический университет (УГТУ–УПИ) (табл. 2). Именно этот мега-университет лидирует в нашем исследовании по индексу популярности (частоте упоминания на первых позициях списка престижных вузов). Престиж входящих в его состав вузов, статус федерального университета, самого крупного и известного сложившимися научными школами, конкретными учеными с мировым именем, делают его своеобразным «брендом» Екатеринбурга и Урала.

Анализ полученных в ходе исследования данных позволяет отметить повышение престижа РГППУ в оценках внутренней общественности, изменение в сторону повышения его ранга и индекса популярности. Преподаватели

осознают уникальность, конкурентные преимущества РГППУ: статус российского, профессиональное ядро кадрового потенциала, наличие престижных специальностей, статус головного университета по профессионально-педагогическому направлению, наличие Учебно-методического объединения (УМО) и совета по защитам и др. Российский государственный профессионально-педагогический университет регулярно признается авторитетными рейтингами ведущим вузом России, Уральского федерального округа и Свердловской области, а после присоединения Нижнетагильской государственной социально-педагогической академии РГППУ стал вторым после УрФУ по количеству обучаемых студентов вузом Екатеринбурга.

Таблица 2

Мнения респондентов о престижности вузов Екатеринбурга

| Высшее учебное заведение | Год  |                               |      |                               |
|--------------------------|------|-------------------------------|------|-------------------------------|
|                          | 2013 |                               | 2003 |                               |
|                          | Ранг | Индекс популярности (max – 5) | Ранг | Индекс популярности (max – 5) |
| УрФУ                     | 1    | 4,7                           | –    | –                             |
| УрГУ                     | –    | –                             | 1    | 4,4                           |
| УГТУ–УПИ                 | –    | –                             | 2    | 4,2                           |
| РГППУ                    | 2    | 2                             | 4    | 1,4                           |
| УрГЭУ                    | 3    | 1,3                           | 3    | 1,8                           |
| УрГЮА                    | 4    | 1,2                           | 5    | 1,3                           |

При этом опрошенные видят и реально оценивают факторы, снижающие привлекательность образа РГППУ в глазах общественности. В 2003 г. респонденты отметили следующие такие факторы: визуальный имидж организации (старое, требующее капитального ремонта и реорганизации здание, отсутствие раздевалок, нормальных социально-бытовых условий для студентов и сотрудников, отдаленность от центра, расположение в непрестижном районе), стереотипное восприятие нашего университета как «бывшего СИПИ – вуза для ПТУшников», недостаточная материальная база, отсутствие современной (компьютеризированной) библиотеки, недостаток учебных площадей, неустроенность близлежащей территории и др. Это объективные причины, обуславливающие снижение имиджа РГППУ, преодолеть которые оказалось очень сложно.

## *Мнения респондентов о проблемах и основных направлениях развития университета в ближайшие пять лет*

В 2013 г. 23,0 % респондентов отметили, что ситуация по многим направлениям деятельности РГППУ ухудшилась за последние пять лет, более половины опрошенных – 56,0 % – не заметили существенных изменений, а 20,0 % отметили устойчивую положительную динамику развития РГППУ.

Достаточно критическая оценка состояния дел в РГППУ преподавателями в марте 2013 г. дает возможность увидеть проблемные узлы и противоречия в развитии университета. При оценке основных направлений деятельности университета у респондентов преобладают средний и ниже среднего баллы (3 и 2).

Высшей оценки (средний балл 3,8) опрошенными удостоена организация питания студентов и преподавателей РГППУ; на втором месте качество преподавания в университете (3,7 балла); на третьем – организация культурно-массовой и спортивной работы (3,6 балла); на четвертом – организация учебного процесса (3,5 балла); на пятом – качество медицинского обслуживания студентов и преподавателей (3,3 балла); на шестом – организация научной деятельности преподавателей и студентов (3,2 балла); на седьмом – взаимоотношения трудового коллектива и руководства университета (2,99 балла); на восьмом – уровень информатизации управления учебным процессом и университетом (2,9 балла); на девятом – условия труда преподавателей и условия обучения студентов (2,8 балла); на десятом – уровень обеспеченности учебного процесса техническими средствами (2,3 балла).

Как мы видим, преподаватели достаточно объективно оценивают груз накопившихся проблем, доставшихся в наследство нынешнему руководству университета.

Причины негативных тенденций в развитии университета опрошенные в 2013 г. преподаватели увидели в следующем:

- излишняя бюрократизация – 76,0 %;
- невысокая эффективность работы управленческих структур университета – 43,0 %;
- ухудшение объективных условий функционирования вуза – 40,0 %;
- дефицит кадрового потенциала во многих системообразующих подразделениях – 35,0 %;
- невысокая эффективность работы ректората – 29,0 %;
- просчеты в определении стратегии развития университета – 18,0 %.



Отставание либо топтание на месте респонденты объясняют не только объективными, но и субъективными факторами, многие из которых могут стать точками роста и стратегическими направлениями развития университета на ближайшие пять лет.

Какие стратегические задачи нужно реализовать для обеспечения лидирующих позиций университета в образовательной, научно-исследовательской и инновационной, международной и кадровой деятельности? В табл. 3–6 приведены ответы преподавателей на этот ключевой вопрос нашего исследования. (Отметим, что отвечая на вопросы о стратегических направлениях развития университета в областях научной, инновационной, международной деятельности и кадровой и социальной политики, респонденты могли выбрать несколько вариантов.)

Таблица 3

Мнения респондентов о стратегических направлениях развития РГППУ  
в области образовательной деятельности

| Направление  | Ранг | Количество респондентов, в % |
|--|------|------------------------------|
| 1  | 2    | 3                            |
| Внедрение в образовательный процесс современных информационных ресурсов и технологий   | 1    | 71                           |
| Укрепление и расширение связей университета с предприятиями и организациями для оптимизации перечня специальностей и направлений подготовки в соответствии с запросами рынка труда | 2    | 62                           |
| Создание условий для развития академической мобильности ППС* на основе повышения квалификации и стажировок   | 3    | 49                           |
| Пополнение ППС за счет молодежи  | 4    | 33                           |
| Интеграция научно-исследовательской и образовательной деятельности в рамках научных школ РГППУ   | 5    | 28                           |
| Увеличение магистерских программ за счет развития научных школ РГППУ   | 6–7  | 26                           |
| Создание интегративных исследовательских структурных подразделений с промышленными предприятиями и образовательными организациями  | 6–7  | 26                           |

Окончание табл. 3

| 1   | 3  | 3  |
|---|----|----|
| Развитие сети университетских научно-образовательных центров подготовки педагогов профессионального обучения для рабочих профессий, ремесленников и специалистов среднего звена | 8  | 25 |
| Организация специальных программ по поддержке и пропаганде русского языка и российской культуры   | 9  | 23 |
| Развитие кластера непрерывного профессионально-педагогического образования  | 10 | 16 |

\* ППС – профессорско-преподавательский состав.

Таблица 4

Мнения респондентов о стратегических направлениях развития РГППУ  
в области научной и инновационной деятельности

| Направление  | Ранг | Количество респондентов, в % |
|--|------|------------------------------|
| Стимулирование научных исследований сотрудников, студентов и аспирантов университета, в том числе стимулирование публикационной активности ученых в изданиях с высоким импакт-фактором | 1    | 52                           |
| Обеспечение научных исследований современным оборудованием и программными средствами   | 2    | 48                           |
| Поддержка действующих научных школ   | 3    | 39                           |
| Расширение спектра прикладных научных исследований по профилю вуза   | 4    | 35                           |
| Формирование новых научных школ  | 5    | 32                           |
| Стимулирование увеличения объемов НИР*   | 6    | 30                           |
| Разработка в 2013 г. проекта «Университетские конкурсы и гранты»   | 7    | 24                           |
| Повышение эффективности работы аспирантуры   | 8    | 21                           |
| Создание в университете Проектного института и центров аккредитации и сертификации   | 9    | 17                           |
| Коммерциализация результатов НИР с использованием современных маркетинговых приемов  | 10   | 13                           |

\* НИР – научно-исследовательская работа.

Таблица 5

Мнения респондентов о стратегических направлениях развития РГППУ  
в области международной деятельности

| Направление  | Ранг | Количество респондентов, в % |
|--|------|------------------------------|
| Пропаганда достижений и возможностей РГППУ через участие в международных выставках, симпозиумах, конференциях и публикации в зарубежных изданиях | 1    | 61                           |
| Повышение уровня участия университета в международных научных и образовательных проектах   | 2    | 60                           |
| Разработка в 2013 г. проекта «Университет и его международные партнеры»  | 3    | 29                           |
| Развитие международной деятельности университета в соответствии с принципами Болонского процесса   | 4    | 23                           |
| Реализация мероприятий по увеличению численности иностранных студентов и аспирантов, обучающихся в РГППУ   | 5    | 19                           |

Таблица 6

Мнения респондентов о стратегических направлениях развития РГППУ  
в области кадровой и социальной политики

| Направление  | Ранг | Количество респондентов, в % |
|--|------|------------------------------|
| 1  | 2    | 3                            |
| Совершенствование системы оплаты труда и материального поощрения сотрудников   | 1    | 77                           |
| Дополнительные меры по повышению уровня благосостояния работников университета (помимо повышения, обеспечиваемого федеральными источниками финансирования) | 2    | 56                           |
| Увеличение внебюджетных средств университета для финансовой и социальной поддержки кадров  | 3    | 55                           |

Окончание табл. 6

| 1  | 2  | 3  |
|--|----|----|
| Поддержание благоприятного морально-психологического климата в университете  | 4  | 41 |
| Разработка программ поддержки молодых ученых   | 5  | 36 |
| Разработка программ поддержки ветеранов труда университета   | 6  | 35 |
| Предоставление коллективу университета возможности подключения к системе льготного кредитования на основе договоров с организациями банковского сектора и поставщиками товаров и услуг | 7  | 24 |
| Взаимодействие с негосударственным пенсионным фондом «Образование» для осуществления социальной защиты работников университета   | 8  | 21 |
| Поддержание и развитие корпоративной культуры РГППУ  | 9  | 18 |
| Разработка в 2013 г. проекта «Университет – территория здоровья»   | 10 | 13 |

Анализируя данные, приведенные в табл. 3, можно сделать вывод об установках респондентов на опережающую подготовку высококвалифицированных специалистов в соответствии с запросами рынка на основе внедрения в учебный процесс современных информационных ресурсов и технологий, интеграции науки, образования и бизнеса, повышения академической мобильности преподавателей.

В табл. 4 и 5 представлены ожидания респондентов в сфере организации в РГППУ международной, научной и инновационной деятельности, связанные с созданием в университете благоприятных условий, отвечающих требованиям современного исследовательского университета для интеграции исследований в мировые тренды развития науки и инноваций.

Удовлетворенность трудом преподавателей как главный ресурс университета во многом зависит от кадровой и социальной политики, поэтому так важно было выяснить представления респондентов об этой сфере деятельности.

Как видно из табл. 6, среди приоритетов кадровой политики опрошенные выделяют меры эффективного экономического стимулирования, связанные с совершенствованием системы оплаты труда, способствующие повышению уровня благосостояния преподавателей, целевые программы поддержки молодых преподавателей и ветеранов РГППУ.

Не менее важными, по мнению респондентов, являются благоприятный социально-психологический климат в коллективе и развитие внутрикорпоративной культуры. Целью социальной политики университета должна стать комфортная научно-образовательная и воспитательная среда – место работы, корпоративного общения, отдыха, занятий спортом преподавателей и студентов.

Полученные в ходе исследования данные будут положены в основу программы развития университета на ближайшую перспективу, помогут продвинуть бренд РГППУ как ведущего научно-образовательного центра профессионально-педагогического образования, уникального, динамично развивающегося, конкурентоспособного университета на региональном, федеральном и международном уровнях.

### *Список литературы*

1. *Ахтямов Т. М.* Оценка и формирование корпоративного имиджа предприятия / Т. М. Ахтямов, В. Д. Шкардун // *Маркетинг в России и за рубежом.* 2008. № 3. С. 68–77.

2. *Бауман З.* Индивидуализированное общество / З. Бауман. Москва: Логос, 2005. 390 с.

3. *Бодрийяр Ж.* Общество потребления / Ж. Бодрийяр. Москва: Республика, 2006. 269 с.

4. *Бурдье П.* Социальное пространство: поля и практики: перевод с французского / П. Бурдье; отв. ред. пер., сост. и послесл. Н. А. Шматко. Москва: Изд-во Ин-та эксперимент. социологии; Санкт-Петербург: Алетейя, 2005. 576 с.

5. *Заславская Т. И.* Человеческий потенциал в современном трансформационном процессе / Т. И. Заславская // *Общественные науки и современность.* 2005. № 4. С. 13–25.

6. *Корчагова Л. А.* Оценка конкурентоспособности вуза / Л. А. Корчагова // *Маркетинг в России и за рубежом.* 2007. № 5. С. 48–54.

7. *Котлер Ф.* Основы маркетинга / Ф. Котлер. Москва: Вильямс, 2007. 656 с.

8. *Кухтевич Т. Н.* Социология воспитания / Т. Н. Кухтевич. Москва: Изд-во Моск. гос. ун-та, 1989. 142 с.

9. *Куярова Л. Я.* Исследование востребованности маркетинговых услуг со стороны среднего бизнеса / Л. Я. Куярова, И. П. Пономарев // *Маркетинг в России и за рубежом.* 2004. № 1. С. 42–57.

10. Лукин А. А. Создание конкурентного преимущества на основе дифференциации / А. А. Лукин, А. В. Лукина // Маркетинг в России и за рубежом. 2007. № 3. С. 88–96.

11. Мертон Р. К. Явные и латентные функции / Р. К. Мертон // Американская социологическая мысль: тексты / под ред. В. И. Добренъкова. Москва: Изд-во Междунар. ун-та бизнеса и управления, 1996. С. 393–461.

12. Новосадов С. В. Повышение конкурентоспособности предприятий текстильной промышленности / С. В. Новосадов // Маркетинг. 2007. № 4. С. 102–110.

13. Песоцкая Е. В. Маркетинг услуг / Е. В. Песоцкая. Санкт-Петербург: Питер, 2004. 157 с.

14. Скрипак Е. И. К вопросу о понятии «образовательная услуга» [Электронный ресурс] / Е. И. Скрипак. Режим доступа: <http://www.history.kemsu.ru/>.

15. Стариков В. В. Бенчмаркинг – путь к совершенству / В. В. Стариков // Маркетинг в России и за рубежом. 2008. № 6. С. 81–90.

УДК 371.13:378.014.54

**А. Р. Дзиов,  
Н. Ю. Ланцевская**

**A. R. Dziiov,  
N. Y. Lantsevskya**

## **Высшее педагогическое образование в условиях рынка: актуальные проблемы и стратегии их преодоления**

### **Teachers' higher education in market conditions: topical problems and strategies for their solution**

*Аннотация.* Исследуются актуальные проблемы педагогического образования в контексте развития высшей школы в условиях рынка. Определяется значимость педагогической отрасли в системе образования, анализируются ведущие тенденции в развитии педагогического образования, отношение к нему на социальном микро- и макроуровне. Акцентируется внимание на необходимости создания рациональной концепции развития педагогического образования, определения его места и роли в системе высшего образования и в целом в жизни социума.

*Abstract.* The article analyzes urgent problems of teacher education in the context of higher school development in market conditions. It indicates the importance of