

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ВЫСШЕЙ ШКОЛЫ ACTUAL PROBLEMS OF HIGHER EDUCATION

Научная статья

УДК 378: 339.137.2

DOI: 10.17213/2075-2067-2023-6-275-292

### КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ УНИВЕРСИТЕТОВ И ПРЕСТИЖНОСТЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ С ПОЗИЦИЙ ТЕОРИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОГО ПОВЕДЕНИЯ

Татьяна Алексеевна Бельчик<sup>1✉</sup>, Елена Геннадьевна Попкова<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Кемеровский государственный университет, Кемерово, Россия

<sup>2</sup>Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы, Москва, Россия

<sup>1</sup>t.a.belchik@mail.ru ✉, ORCID: 0000-0001-5729-8475

<sup>2</sup>210471@mail.ru, ORCID: 0000-0003-2136-2767

**Аннотация.** Целью данного исследования является изучение ценностной ориентации молодежи, обучающейся в вузах РФ, и ее представлений об эффективности подготовки специалистов. В ходе проведения исследования дано обоснование получения высшего образования с позиции теории потребительского поведения, проведен пилотажный анкетный опрос обучающихся в университетах РФ с целью выяснения факторов, влияющих на эффективность процесса и результата подготовки специалиста, а также дана характеристика обучающихся в университетах с точки зрения их ценностей и установок.

**Методология.** Статья представляет собой кейс-стади современной России на основе альтернативных данных: материалов анкетного опроса студентов высших учебных заведений Российской Федерации посредством сети Интернет через адресную рассылку на электронные адреса студенческих групп, анализа статистических данных. В исследовании приняли участие 27 вузов. Исследование вполне может рассматриваться как пилотажное, так как в структуре выборки присутствуют все федеральные округа, студенты разных направлений и разных уровней, однако говорить о полной репрезентативности (по курсам, специальностям и направлениям) нельзя. Всего в опросе приняли участие 1500 человек.

**Результаты исследования.** Исследование показало, что у студентов в университетах высокий спрос на приобретение навыков, которые востребованы на рынке труда. Это обусловлено тем, что многие специалисты с высшим образованием, во-первых, не могут трудоустроиться по полученной специальности, а во-вторых, заработная плата у людей без опыта работы и практических навыков довольно низкая. Высшее образование РФ, пройдя трудный путь реформ, должно сосредоточиться на повышении качества образования. Также исследование выявило проблему отсутствия глубоких исследований рынка труда и его будущего.

**Перспективы исследования.** Исследование рассматривает развитие университетов с позиции теории потребительского поведения. Авторы коснулись глубинных причин снижения престижности высшего образования. Статья может быть интересна как менеджменту вузов, так и преподавателям.

**Ключевые слова:** высшее образование, университеты, ценностные ориентации студентов, рынок труда, мотивы, качество образования

**Для цитирования:** Бельчик Т. А., Попкова Е. Г. Конкурентоспособность университетов и престижность высшего образования с позиций теории потребительского поведения // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2023. Т. 16, № 6. С. 275–292. <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2023-6-275-292>.

**Благодарности:** научно-исследовательская работа была проведена в Кемеровском государственном университете при поддержке Института научных коммуникаций и вузов, входящих в Консорциум устойчивого развития и технологического лидерства. Авторы статьи благодарны рецензентам за вдумчивое и глубокое прочтение работы и ее оценку.

Original article

## COMPETITIVENESS OF UNIVERSITIES AND THE PRESTIGE OF HIGHER EDUCATION FROM THE POINT OF THE THEORY OF CONSUMER BEHAVIOR

*Tatyana A. Belchik*<sup>1✉</sup>, *Elena G. Popkova*<sup>2</sup>

<sup>1</sup>*Kemerovo State University, Kemerovo, Russia*

<sup>2</sup>*Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia*

<sup>1</sup>*t.a.belchik@mail.ru*<sup>✉</sup>, ORCID: 0000-0001-5729-8475

<sup>2</sup>*210471@mail.ru*, ORCID: 0000-0003-2136-2767

**Abstract.** *The purpose of this study is to study the value orientation of young people studying at universities in the Russian Federation and their ideas about the effectiveness of specialist training. In the course of the research, a justification for obtaining higher education was given from the perspective of the theory of consumer behavior, a pilot questionnaire survey of students at universities in the Russian Federation was conducted in order to determine the factors influencing the efficiency of the process and the result of specialist training, as well as the characteristics of teachers at universities in terms of their cost and installation.*

**The methodological basis.** *The article is a case study of modern Russia based on alternative data: materials from a questionnaire survey of students of higher educational institutions of the Russian Federation via the Internet, through direct mailing to the email addresses of student groups, analysis of statistical data. 27 universities took part in the reception. The study can well be considered as a pilot study, since during the election campaigns all federal districts, students of different levels and different levels are being conducted. However, it is impossible to talk about complete representativeness (by courses, specialties and areas). A total of 1,500 people took part in the survey.*

**Research result.** *The study showed that university students require the acquisition of skills that are in demand in the labor market. This is due to the fact that many specialists with higher education, firstly, cannot find employment in their specialty, and secondly, the salary plan for people without work experience and practical skills is sufficiently secure. Higher education in the Russian Federation, following the difficult path of reform, should focus on improving the quality*

of education. The study also revealed the problem of the results of research on the labor market and its future.

**The prospect of the study.** The study examines the development of universities from the perspective of the theory of consumer behavior. The authors touched upon the deep reasons for the decline in the prestige of higher education. The article may be of interest to both university management and teachers.

**Keywords:** higher education, universities, value orientations of students, labor market, motives, quality of education

**For citation:** Belchik T. A., Popkova E. G. Competitiveness of universities and the prestige of higher education from the point of the theory of consumer behavior // Bulletin of the South Russian State Technical University. Series: Socio-economic Sciences. 2023; 16(6): 275–292. (In Russ.). <http://dx.doi.org/10.17213/2075-2067-2023-6-275-292>.

**Acknowledgments:** the research work was carried out at Kemerovo State University with the support of the Institute of Scientific Communications and Universities, part of the Consortium for Community Development and Technology Leadership. The authors of the articles are grateful to the reviewers for their thoughtful and careful reading of the work and its evaluation.

**Введение.** Система высшего образования за последнее десятилетие претерпела существенные количественные и качественные изменения, которые не только повлияли на конкурентоспособность многих университетов, но и поставили под сомнение престижность высшего образования. С 2005 по 2022 годы численность государственных образовательных организаций высшего образования снизилась с 1068 в 2005 году до 722 в 2022/2023 учебном году, численность студентов снизилась за этот период с 7 млн человек до 4 млн, из них 62% учатся очно. Объем платных услуг вырос в 5,7 раз. В потребительских расходах домашних хозяйств расходы на 1 члена домохозяйства на оплату услуг образования выросли и составили 1,5% [10]. Численность профессорско-преподавательского состава только за период с 2017 по 2022 годы сократилась на 13%. Образовательные организации высшего образования «сжимаются», как пружина: меньше преподавателей, больше учебная нагрузка, каждый читает не одну-две дисциплины, а намного больше, оптимизируются и занимаемые площади, что вполне закономерно при сокращающемся контингенте (в 2022 году намечился небольшой рост).

С тех пор как в нормативных документах об образовании появился термин «образовательная услуга» (которую можно купить), деятельность многих университетов стала

все больше напоминать работу учреждения, которое занимается производством и реализацией этих самых услуг. Это стало означать, что университет, оказавший большее количество услуг, попадал в число привлекательных для потребителя. С введением ЕГЭ региональным вузам стало крайне трудно конкурировать с Федеральными университетами, с вузами Москвы и Санкт-Петербурга и масштабы их деятельности стали стремительно сокращаться. Высшая школа экономики, изучая мотивы поступления абитуриентов на определенные образовательные программы, опубликовала выводы, из которых следует, что 40% абитуриентов выбирали вуз и программу, которая соответствует его способностям. Также 40% абитуриентов сказали, что выбирали ту специальность, которая позволит получить интересную и разнообразную работу. Те, кто выбрал медицинское направление, указали еще вариант, что эта профессия уважаемая [16]. По данным ВШЭ, растет и мобильность студентов. Больше 60% поступают только по результатам ЕГЭ, поэтому неизученной областью остаются истинные мотивы выбора абитуриентом направления обучения и вуза. В 2022 году 39% выпускников получили дипломы о высшем образовании по группе направлений «науки об обществе». В момент выбора большинство не думает о том, насколько востребовано

данное направление на рынке труда в настоящее время, тем более через 4–6 лет. Изучение мотивов получения высшего образования, представлений потенциальных потребителей о качестве получаемого образования, об их целевых установках является очень актуальной задачей и для ученых, и для практиков (особенно в системе управления). Необходимо понять и постараться услышать молодое поколение россиян, вступающих во взрослую жизнь. По нашему мнению, региональные университеты могут и должны стать основой развития территорий и муниципалитетов. Целью данного исследования является изучение ценностной ориентации молодежи, обучающейся в вузах РФ, и ее представлений об эффективности подготовки специалистов. Для достижения поставленной цели сформулированы и решены следующие задачи:

1) дать обоснование получения высшего образования с позиции теории потребительского поведения;

2) провести пилотажный анкетный опрос обучающихся в университетах РФ с целью выяснения факторов, влияющих на эффективность процесса и результата подготовки специалиста;

3) дать характеристику обучающихся в университетах с точки зрения их ценностей и установок.

В ходе проведения исследования были выдвинуты следующие исследовательские гипотезы: а) получение высшего образования не является главным индикатором достижения успеха молодежи; б) наиболее востребованными в процессе обучения в университетах являются практические навыки, которые можно продать на рынке труда.

**Обзор литературы.** С распространением рыночных отношений на сферу образования потребитель, то есть абитуриент, стал главным действующим лицом, который предъявляет спрос на образовательную услугу, которую оказывает система высшего образования. Часто определяющую роль в выборе непосредственного потребителя образовательной услуги играют родители. Исследования социологов показывают, что существует разрыв между представлениями о качестве подготовки в вузах абитуриентов и работодателей, то есть представления потребителей

о конкурентоспособности того или иного вуза далеко не всегда совпадают [2]. Установить взаимовыгодные отношения с работодателями как потребителями выпускников университетов большинству вузов пока не удастся.

Под термином «потребитель» понимается хозяйствующий субъект, который принимает обособленные решения, касающиеся структуры и объема потребляемых им благ в рамках располагаемого бюджета [5]. Решения он принимает, исходя из своих потребностей, которые удовлетворяются посредством потребления необходимых благ. И от того, каковы эти потребности зависит и спрос. В этом и есть содержание теории потребительского поведения [19]. Учеными выделяются два основных подхода к принятию решений потребителем: с точки зрения теории предельной полезности и с точки зрения кривых безразличия. Предельная полезность, рассматриваемая как добавочная к общей полезности, при потреблении каждой последующей единицы блага может снижаться, в то время как общая полезность по мере роста потребления какого-либо блага увеличивается [9], поэтому получение первого высшего образования как раз и рассматривается потребителями как услуга, имеющая достаточно высокую полезность. При этом уже уровень магистерской подготовки значительно менее востребован. Если мы говорим об образовании как общественной потребности, то тенденция ее нарастания не имеет предела. Но тогда возникает противоречие, обусловленное тем, что производство и потребление связано с объемом привлекаемых ресурсов, а они, как правило, имеют тенденцию к снижению.

Требуется осмысления вопрос о ценности высшего образования, которая отражается в мотивах его получения. Тенденцией последних лет стало возрастающее противоречие между престижностью высшего образования и возможностями российского рынка труда обеспечить квалифицированной работой всех, кто его получил. Коммерциализация образования, массовое распространение онлайн-курсов, по мнению социологов, оказывают разрушающее действие на университеты [24].

Если рассматривать показатель престижности высшего образования среди молодежи, то Россия по коэффициенту валового охвата высшим образованием, рассчитываемым как

процент обучающихся в вузах от общей численности населения пятилетней возрастной группы после окончания школы, находится почти наравне с США (81,8 и 84,03 соответственно)<sup>1</sup>.

Выбирая вуз, потребитель ориентируется на показатели конкурентоспособности вуза. Перечень показателей может меняться с течением времени, да и само понятие «конкурентоспособность вуза» определяют по-разному. В основном этот термин рассматривается как интегральный показатель, который можно измерить за определенный промежуток времени для конкретного рынка труда и который отражает, насколько один вуз превосходит другой по качеству услуг и способности успешно реализовывать наиболее востребованные образовательные услуги. А.Е. Винник определяет факторы, которые влияют на конкурентоспособность вузов: высокие государственные расходы на систему высшего образования, разносторонние меры повышения доступности высшего образования, ориентация на экспорт образования, привлечение частных инвесторов, в том числе для проведения научных исследований [4]. Л.А. Корчагова определяет его как «комплекс управленческих и маркетинговых действий, используемых для эффективного достижения целей и задач предприятия, позволяющих ему занять прочные позиции в борьбе с конкурентами» [8, с. 48]. Конкурентоспособность университетов определяется в настоящее время национальными и международными рейтингами, в которых в свою очередь тоже доминирует рыночный дискурс [18]. Такой подход ориентирует вузы на достижение индивидуальных показателей, удовлетворение запросов потребителей, а не на эффективность всей национальной системы подготовки кадров. Вместо сотрудничества ради развития между университетами возникает конкуренция, разобщенность, что не способствует ни развитию самих университетов, ни развитию территорий, где они расположены. Более того, как отмечает Скотт, даже говорить о государственной системе образования уже не совсем корректно, так как если государственность предполагает государственное финансирование, а у нас значительное число

студентов учится с полным или частичным возмещением затрат, да и системность ставится под сомнение ввиду существенного влияния рыночных механизмов. Конкурентоспособность вуза по Р.А. Фатхутдинову — «это его способность: готовить специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу на конкретном внешнем и внутреннем рынке труда; разрабатывать конкурентоспособные новшества в своей области; вести эффективную воспроизводственную политику во всех сферах своей деятельности» [20, с. 37]. Г.И. Евлампиева обосновывает влияние на конкурентоспособность вуза сетевого взаимодействия, указывая на преимущества, которые оно дает в части обеспечения академической репутации, развития международной деятельности, цитируемости и т.д. [6]. По мнению Е.Н. Захаровой [7], полезность товара, то есть его способность удовлетворять потребности основных потребителей, и есть фактор конкурентоспособности вуза. Довольно полно потребители образовательных услуг вуза с позиции управления конкурентоспособностью вуза описала Е.В. Пирогова, выделив следующие группы потребителей: государство, общество, обучающиеся, персонал, партнеры, бизнес [11].

Одной из попыток консолидировать усилия науки, бизнеса и образования стали научно-образовательные центры. Разработанные Министерством науки и высшего образования критерии отбора программ деятельности научно-образовательных центров, на наш взгляд, имеют слабую корреляцию с развитием самого региона.

**Материалы и методы.** Статья представляет собой кейс-стади современной России на основе альтернативных данных: материалов социологического исследования, проведенного исследовательской группой КемГУ и Института научных коммуникаций (ИНК) в ноябре-декабре 2020 года методом анкетного опроса студентов высших учебных заведений Российской Федерации. Исследование проведено посредством сети Интернет через адресную рассылку на электронные адреса студенческих групп. В исследовании приняли участие 27 вузов. Исследование вполне

<sup>1</sup> The World Bank [Electronic resources] // Data Bank. URL: [https://databank.worldbank.org/indicator/SE.TER.ENRR?id=c755d342&report\\_name=EdStats\\_Indicators\\_Report&populartype=series](https://databank.worldbank.org/indicator/SE.TER.ENRR?id=c755d342&report_name=EdStats_Indicators_Report&populartype=series) (date accessed: 02.08.2019).

может рассматриваться как пилотажное, так как в структуре выборки присутствуют все федеральные округа, студенты разных направлений и разных уровней, однако говорить о репрезентативности (по курсам, специальностям и направлениям) нельзя. Всего в опросе приняли участие 1500 человек, из них 42% — это обучающиеся, имеющие общее среднее образование, то есть обучающиеся, поступившие в вуз сразу после школы. 8% опрошенных имеют среднее профессиональное образование. Еще 45% уже имеют образование бакалавриат или специалитет и обучаются в магистратуре, аспирантуре или получают второе высшее образование в бакалавриате. Остальные уже имеют образование магистерского уровня (ординатуры) и получают дополнительное образование или второе высшее образование. Средний возраст опрошенных — 20 лет. 47% опрошенных имеют опыт практической работы. 91% опрошенных — обучающиеся очной формы. 36% опрошенных обучаются за счет средств бюджета, остальные — за счет собственных средств или средств предприятия, но таких совсем немного.

В данной статье для сравнения динамики ценностных ориентаций использованы данные социологического опроса, проведенного

авторами в 2006 году среди молодежи Кемеровской области. Данный опрос проводился методом анкетного опроса по месту работы и учебы. В исследовании приняли участие около 2000 человек до 30 лет.

### Результаты и обсуждение

*Характеристика потребителей услуг высшего образования в России и их потребностей (мотивация к получению высшего образования в привязке к рынку труда)*

Ежегодно больше одного миллиона человек [10] становятся студентами вузов. Каждому из них приходилось делать выбор, какую специальность выбрать, в каком направлении развиваться.

В данном исследовании были изучены мотивы молодежи, обучающейся в вузах. Выбирая вуз, потенциальный потребитель образовательных услуг формирует свои представления (предпочтения), для чего ему нужна эта услуга. Ниже в таблице 1 представлены ответы респондентов на вопрос: «Что бы Вы лично хотели получить от процесса обучения?».

Полученные результаты показали, что подавляющее большинство обучающихся желает приобрести такие навыки, которые будут востребованы на рынке труда, то есть, выбирая профиль обучения, потребитель

Таблица 1  
Table 1

**Распределение ответов на вопрос: «Что бы Вы лично хотели получить от процесса обучения?» (можно выбрать не более трех ответов)<sup>2</sup>**  
**Distribution of answers to the question: «What would you personally like to get from the learning process?» (you can choose no more than three answers)**

Вариант ответа	% ответивших
Овладеть навыками, которые наиболее остро востребованы на рынке труда	75,1
Научиться решать сложные профессиональные задачи	44,7
Научиться работать с информацией с использованием современных технологий и программного обеспечения	40,1
Интересное общение	35,8
Научиться преодолевать возникающие сложности в обучении	32,2
Пройти стажировку на предприятии	27,5
Освоить новый иностранный язык	17,3
Научиться работать на современном оборудовании	14,5

<sup>2</sup> Источник: составлено авторами.

фактически удовлетворяет не свои настоящие потребности, а те, которые у него возникнут через время. Таким образом, потребитель вынужден прогнозировать, какие изменения произойдут на рынке труда, когда он сможет там предложить свою рабочую силу. В настоящее время регулярно публикуются рейтинги востребованных профессий, но большинство из них опирается на мнение самих обучающихся или же вообще публикуется маркетингологами в период приемной кампании. В 2020 году Приказом Минтруда России<sup>3</sup> был опубликован список наиболее востребованных на рынке труда, новых и перспективных профессий, требующих среднего профессионального образования. Подобного списка для высшего образования Минтруд не выпускал. Минэкономразвития также регулярно выдает списки востребованных профессий<sup>4</sup>. Специалисты высшей школы экономики считают, что они готовят студентов по профессиям будущего<sup>5</sup>. Однако, ни один из них не может

быть признан результатом полного и глубокого анализа рынка труда. Для того чтобы прогнозировать спрос на рынке труда, необходимо иметь запрос от работодателей, но они не в состоянии в настоящее время ни технически, ни интеллектуально такой прогноз сделать.

Ориентируясь на выбор будущей профессии, молодой человек уже имеет какое-то представление о том, как живут люди, как работают, как зарабатывают, насколько удовлетворены работой и т.д., поэтому одной из исследовательских гипотез было предположение о том, что представления об успешной жизни также влияют на мотивацию молодежи в выборе программы обучения. В таблице 2 можно увидеть, как распределились мнения студентов вузов о том, что нужно, чтобы сделать свою жизнь успешной.

Сопоставляя данные, полученные авторами 15 лет назад на молодежном массиве данных в Кемеровской области, можно заме-

Таблица 2  
Table 2

**Распределение ответов на вопрос:  
«Что, на Ваш взгляд, необходимо, чтобы сделать успешной свою жизнь?»<sup>6</sup>**  
**Distribution of answers to the question:  
«What do you think is necessary to make your life successful?»**

Вариант ответа	% ответивших (студенты университетов РФ), 2020 год	% ответивших (молодежь Кемеровской области), 2005 год
Высокая работоспособность, упорство	29,20	21,7
Сильная воля, пробивной характер	29	23,9
Хорошее образование, навыки работы	17,80	18,8
Деньги	12,10	17,4
Удачное стечение обстоятельств, везение	4,50	8,4
Хорошие родственники, необходимые знакомства	3,70	7,1
Личная порядочность и честность	3,60	2,7

<sup>3</sup> Официальный сайт Министерства труда РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://mintrud.gov.ru/docs/mintrud/orders/436> (дата обращения: 14.03.2021).

<sup>4</sup> Официальный сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. URL: [https://economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya\\_opredelilo\\_50\\_samyh\\_vostrebovannyh\\_professiy.html](https://economy.gov.ru/material/news/minekonomrazvitiya_opredelilo_50_samyh_vostrebovannyh_professiy.html) (дата обращения: 14.03.2021).

<sup>5</sup> 25 профессий будущего, к которым готовит НИУВШЭ [Электронный ресурс] // Официальный сайт НИУ ВШЭ. URL: <https://www.hse.ru/25professions/> (дата обращения: 12.02.2021).

<sup>6</sup> Источник: составлено авторами.

тить, что за этот период представления молодежи о факторах успешной жизни практически не изменились. Из таблицы видно, что на первое место респонденты ставят личные качества. Они могут быть как у образованного человека, так и у человека малообразованного. Это качества, которые можно приобрести в ходе социализации, они едва ли могут быть врожденными. Образование и профессиональные навыки также вошли в тройку важных факторов успешности в жизни, поэтому крайне важно сохранить эту ценность и сделать образование качественным. Будущее университетов должно ориентировано на будущее трудовой сферы с развитыми новейшими технологиями, развитие искусственного интеллекта, автоматизация, технологии 5G должны быть разумно использованы в персонализации высшего образования высокого качества [22]. Как известно, в образовательном процессе две стороны: обучающий и преподаватель, и от того, какое место в системе ценностей обучающихся играет образование, и зависит его активность в усвоении знаний, приобретении опыта и т.д. Исследование показало, что лишь 40% опрошенных студентов профессиональную самореализацию считают для себя важной, еще меньше опрошенных назвали среди важных жизнен-

ных ценностей хорошую престижную работу (см. таблицу 3).

Таким образом, делая выбор в пользу получения высшего образования, российский студент прежде всего думает о социальном благополучии (семья, достаток, здоровье), однако для этого современному человеку требуются волевые усилия (упорство, усердие, высокая работоспособность). По нашему мнению, это хорошее сочетание, особенно, когда у современного студента есть ощущение (или понимание), что он нужен обществу, государству и его профессиональный багаж востребован на рынке труда, поэтому так важно обеспечить молодому человеку это ощущение нужности и востребованности, оправдать его доверие государству, обеспечив высокий уровень качества образования.

*Потребительские предпочтения на рынке услуг высшего образования России*

Говоря о роли высшего образования для потребителя, следует понимать роль высшего образования вообще в жизни общества. По нашему мнению, университеты формируют фактически социальную, экономическую и технологическую основу любого государства. Однако многие вузы сегодня нечетко сформулировали свои стратегические ориентиры или не сформулировали их вообще. По-

Таблица 3  
Table 3

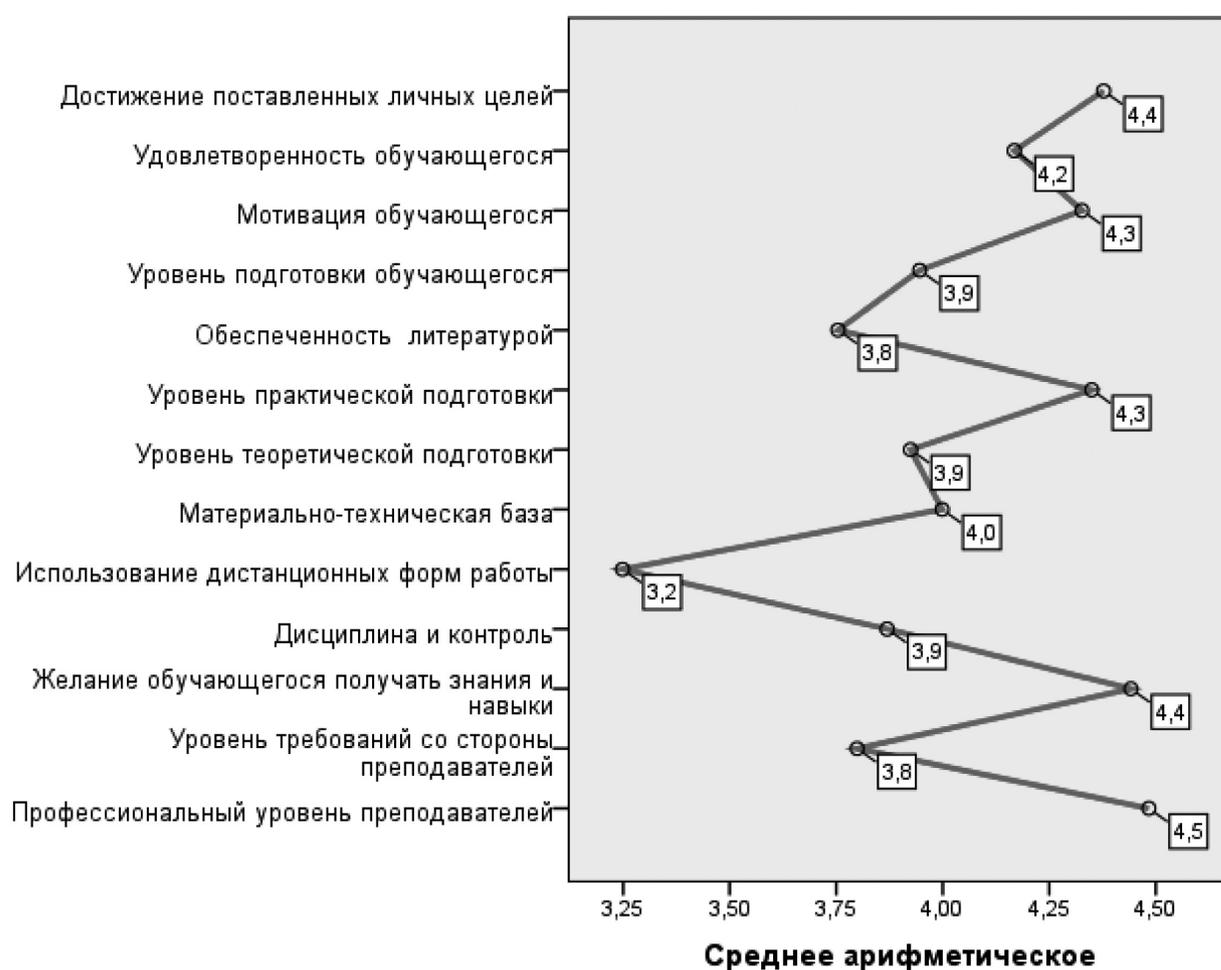
**Распределение ответов на вопрос:  
«Что из перечисленного Вы считаете для себя наиболее важным?»<sup>7</sup>  
Distribution of answers to the question:  
«Which of the above do you consider the most important for yourself?»**

Вариант ответа	% ответивших
Семейное благополучие	69,30
Отсутствие нужды, материальный достаток	61,40
Сохранение сил и здоровья	51,00
Возможность интеллектуальной и профессиональной самореализации	39,00
Хорошая, престижная работа	32,90
Уважение окружающих, общественное признание	16,00
Сохранение порядка и стабильности в обществе	10,20
Возможность пользоваться демократическими правами и свободами	10,00
Строительство более гуманного и терпимого общества	9,00

<sup>7</sup> Источник: составлено авторами.

теряя бюджетные места, большинство из них переориентировались на подготовку на платной основе. Как известно, мотивация к учебе у платных студентов не только не выше (как про логику должно быть), а даже ниже. И это касается не только отношения к учебе, но и базовых (первоначальных, входных) знаний. Поступившие на обучение студенты, не всегда имея ясные мотивы своего поступления на данную специальность, направление, тем не менее формируют так называемый запрос системе высшего образования, то есть базовые требования к своей подготовке. Для удовлетворения запросов потребителей вузу

необходимо знать их требования. Однако, как было сказано выше, вуз не всегда формирует свою стратегию и тактику, исходя их запросов потребителя. Так, по нашим данным, наиболее значимой характеристикой, влияющей на эффективность подготовки, по мнению опрошенных, является профессиональный уровень преподавателей (рис. 1). Однако в вузах о профессионализме сегодня говорят немного: количество ППС сокращается, средний возраст работающих ППС остается довольно высоким, диссертационные советы во многих региональных вузах закрыты, аудиторная нагрузка на оставшихся преподавателей рас-



**Рис. 1.** Средние оценки значимости (по пятибалльной шкале, где 1 — наименее значима, 5 — наиболее значима) некоторых характеристик для эффективности подготовки специалиста (мнение обучающихся)<sup>8</sup>

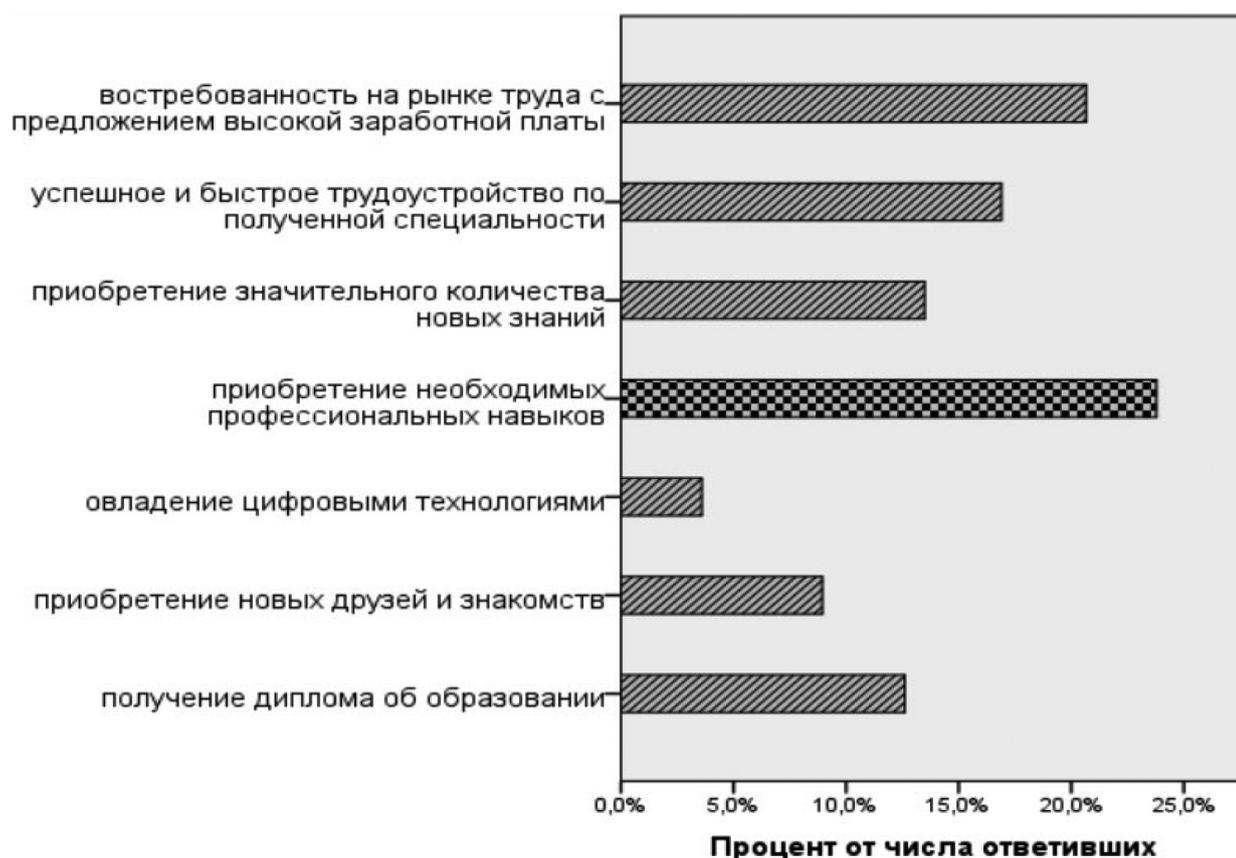
**Fig. 1.** Average ratings of significance (on a five-point scale, where 1 is the least significant, 5 is the most significant) of some characteristics for the effectiveness of specialist training (opinion of students)

<sup>8</sup> Источник: составлено авторами.

тет год от года. Л. В. Боровая в своем исследовании приходит к выводу, что в высшей школе требуется принятие незамедлительных мер по организации регулярного повышения квалификации профессорско-преподавательского состава при содействии предприятий-партнеров. Также, по мнению Л. В. Боровой, необходимо максимальное привлечение ППС к проектам, предполагающим сотрудничество с реальным сектором экономики [3]. На втором по значимости для эффективности подготовки является желание обучающихся получать знания и навыки, мотивация обучающегося, уровень практической подготовки и достижение поставленных личных целей, что возможно также при высокой мотивированности к обучению. По нашему мнению, для повышения эффективности подготовки специалистов в университетах в первую очередь необходимо изучить систему мотивов потребителей образовательных услуг, что-

бы в дальнейшем можно было бы направить на них управленческое воздействие. Анализ показал, что такая работа в большинстве университетов не проводится, а если проводится, то в рамках отдельных инициативных научных тем, результаты не используются в управлении подготовкой специалистов.

Современные студенты ждут от обучения прежде всего профессиональные навыки, востребованные на рынке труда. Их ожидания связаны с высоким уровнем доходов после получения той или иной специальности. К сожалению, на рынке труда выпускники вузов сталкиваются с реалиями, к которым в университете их не готовят: значительная часть молодежи осознает, что для успешного трудоустройства не хватает опыта, профессиональных знаний, уровень заработной платы таков, что не позволяет начать самостоятельную жизнь и не соответствует ожиданиям, значительная часть молодежи вынуждена



**Рис. 2.** Ответы на вопрос: «Какой результат обучения Вы будете считать успешным?»<sup>9</sup>  
**Fig. 2.** Answers to the question: «What learning outcome will you consider successful?»

<sup>9</sup> Источник: составлено авторами.

осваивать новые направления и профессии [13]. Такие проблемы свойственны не только отечественному молодежному рынку труда, но и европейскому [15]. Несоответствие запросов рынка труда существующему уровню развития системы образования подтверждает актуальность данного исследования.

Вопросы гармонизации рынка труда и рынка образовательных услуг рассматриваются и экономистами, и социологами, и управленцами. Но какие бы изменения ни происходили внутри системы образования, результат можно оценить часто по востребованности его выпускников. В данном исследовании респонденты еще раз показали, что главным результатом их обучения они считают приобретение необходимых профессиональных знаний и востребованность на рынке труда с предложением высокой заработной платы. Вопреки существующей логике овладение цифровыми технологиями не рассматривается как результат эффективной подготовки.

*Системное видение конкурентоспособности университетов и престижности высшего образования с позиций Теории потребительского поведения*

Конкурентные отношения между университетами, сформировавшиеся на рынке услуг высшего образования, обладают целым рядом особенностей. Во-первых, это равная доступность к необходимым ресурсам. Во-вторых, асимметричность информации. Это проявляется в том, что преподаватели как представители вуза знают намного больше об услугах, которые они предоставляют, чем потребители [1]. В-третьих, при приеме абитуриента в вуз никто не знает о его предпочтениях, его установках, мотивах, которые им движут при осуществлении своего выбора. Далеко не всегда этот выбор осознанный. А.А. Прохорова [14] связывает проблемы потребительского выбора с формированием многообразного понимания жизненных траекторий и сформированности мотивов. Абитуриент сам выбирает университет, который будет оказывать ему образовательную услугу (нерегулируемый спрос), часто при выборе вуза определяющим является мнение родителей [12]. При этом вуз совершенно самостоятелен в выборе направлений подготовки и специальностей (нерегулиру-

емое предложение), нередко это делается из конъюнктурных соображений. Большинство вузов при формировании конкурентных преимуществ делает акцент на качество образования, то есть качество предоставляемых образовательных услуг, старается ориентироваться на потребности рынка труда. И, наконец, нерегулируемой является и цена на образовательные услуги в высшем образовании. И хотя есть рекомендуемая стоимость, которую диктует Министерство образования и науки, тем не менее администрация вуза устанавливает окончательную цену [21], пытаясь конкурировать и по ценам, и по качеству.

Конкурентоспособность вуза определяется как внутренними, так и внешними факторами. Как важнейшая характеристика вуза она должна рассматриваться с системных позиций [17]. Сам вуз является сложной социально-экономической системой, состоящей из взаимосвязанных элементов. Набор признаков, характеризующих элементы данной системы, и формирует конкурентоспособность вуза. Например, уровень конкурентоспособности университета в значительной степени зависит от уровня профессионализма преподавателей, в нем работающих. Вместе с тем преподаватели как элемент данной системы также оказывают непосредственное и значительное влияние на студентов, на формирование их активной жизненной позиции и воспитание профессионалов, востребованных рынком и т.д. Как элемент систем более высокого порядка конкурентоспособность университета является воплощением их стратегических ориентиров. Конкурентные преимущества вуза формируются под влиянием глобальных трендов при финансировании государства и частного сектора, который представлен в том числе и производственным сектором, и т.д. Таким образом, в исследовании показан системный характер такой экономической категории, как конкурентоспособность университета. Важно учитывать это обстоятельство при разработке стратегии развития университетов. Необходимо сохранить свои особенности, традиции, отличающие его от других университетов. Одной из важных проблем последних десятилетий стали шаблонные решения во всех вузах страны: от формы до содержания. Вместе с тем университеты в регионах должны остаться центрами притяжения

именно местной элиты, которая верит в них, может доверить им своих детей и сама может всегда рассчитывать на получение востребованной образовательной услуги. На рисунке 3 представлено системное видение понятия «конкурентоспособность».

*Прикладные рекомендации по повышению конкурентоспособности университетов и престижности высшего образования в России*

Обеспечение престижа высшего образования — это не только проблема университетов. Высшее образование в России и многих других странах, по сути, стало массовым [23]. При этом диплом о высшем образовании не гарантирует выпускнику ни трудоустройство, ни карьеру, ни материальное благополучие. Задача следующего этапа развития университетов — сосредоточиться на качестве образования, на поиске своей уникальности для каждой территории, для каждого субъекта РФ. Декларируемая (и мало обеспечиваемая) связь с практикой — это и есть развитие университетов с учетом истории, особенностей, традиций, окружения каждой территории. При таком подходе и установить связь

с предприятиями, находящимися на территории, не составит труда. Исследование показало, что обучающиеся ждут от обучения более высокого уровня практической подготовки. Практика как вид учебной деятельности должна вернуться в реальные сектора экономики: менеджеры — на предприятия, социологи — в организации разных сфер, инженеры — в цеха и строительные площадки. Производственные практики не должны проводиться в университетах. Для этого важно объединить усилия университетов и реального сектора.

Необходимо поднять планку требований для обучающихся. Высшее образование не должно быть легким и веселым, состоящих их игр и симуляторов. Престижность высшего образования — это статусность преподавателей именно данного вуза, а не приглашенных. Также опасно разрушение взаимосвязи между преподавателем и обучающимся. Исследователи всего мира ищут варианты сохранения взаимодействия преподавателя и обучающегося даже при дистанционном обучении [25]. В данном исследовании «использование дистанционных форм работы»



Рис. 3. Конкурентоспособность вуза как системный объект<sup>10</sup>  
Fig. 3. Competitiveness of the university as a system object

<sup>10</sup> Источник: составлено авторами.

имеет самую низкую значимость, по мнению обучающихся, для эффективности подготовки специалиста. Полный переход на дистанционное образование неприемлем для России и не приведет к желаемым результатам. Необходимо стимулировать инновационную активность обучающихся, воспитывать интерес и любовь к аналитической и исследовательской деятельности. Это возможно только при участии двух сторон: обучающегося и преподавателя, ученого. Информационные технологии не могут полностью заменить живой контакт. Эффективные межличностные коммуникации положительно влияют на результативность обучения, формирование мягких навыков при дистанционном формате проблематично [26]. Вопросы качества подготовки в ближайшей перспективе должны стать главным стратегическим ориентиром для университетов.

Особенно важно повышение конкурентоспособности вузов для региональных экономик. Однако на практике часто связь вуза, особенно федерального подчинения, с местным бизнесом, научными организациями носит формальный характер. Они фактически не вовлечены в развитие региона и не востребованы у организаций реального сектора. Важным положительным решением для регионов имеет увеличение бюджетных мест, однако на конкурентоспособность выпускника такое решение никак не влияет. Вузы регионов имеют неразвитую исследовательскую инфраструктуру, нет комфортной среды для проживания и обучения, занятий спортом и творчеством. Для того чтобы регионы могли формировать запрос на бюджетные места с учетом потребностей региональных экономик, необходимы качественные и количественные исследования рынка труда, потребностей предприятий и отраслей. Запрос должен формироваться на десятилетия вперед, а значит, должен тесно коррелировать со стратегическими ориентирами развития регионов. Стратегированием такой важной сферы, как высшее образование, необходимо заниматься с большой ответственностью. Стратегии развития университетов должны тесно коррелировать со стратегией развития регионов. По нашему мнению, в настоящее время университеты и регионы развиваются обособленно.

Конкурентоспособность российских университетов может обеспечить развитая система дополнительного образования. Такие программы востребованы как раз населением того региона, где и расположен вуз, при этом сам вуз вполне может учесть в таких программах местную специфику. Однако в сфере дополнительного образования требуются другие преподавательские компетенции и навыки. Развитие системы дополнительного образования должно происходить на основе глубоких исследований рынка труда и рынка образовательных услуг. Заказчиком таких исследований должны стать региональные органы исполнительной власти, несущие ответственность за социально-экономическое развитие территорий, а исполнителем — именно региональные университеты. Только такая поддержка поможет повысить и конкурентоспособность университетов, и престижность высшего образования в регионах РФ.

**Заключение.** Результаты проведенного исследования позволили проанализировать потребительские предпочтения обучающихся вузов Российской Федерации и определить основные мотивы получения высшего образования. Результаты показали, что молодежь желает получить в вузе качественные знания и навыки, которые будут востребованы на рынке труда. При этом только 17% обучающихся ответили, что для того, чтобы сделать свою жизнь успешной, требуется хорошее образование и навыки работы.

Корреляционный анализ показал тесную положительную связь (коэффициент Гамма больше 0,8) значимости мотивации обучающегося для эффективности подготовки и следующих характеристик процесса обучения: удовлетворенность обучающегося, профессиональный уровень преподавателей, уровень практической подготовки. Видно, что для достижения университетами высокого уровня эффективности подготовки необходимо работать над формированием системы мотивов к обучению, концентрировать в университетах кадры с высоким уровнем квалификации и дополнять процесс обучения интенсивной практической подготовкой. Это и будет способствовать росту удовлетворенности обучающихся предоставляемыми услугами,

В стратегической перспективе, на наш взгляд, университетам предстоит работа над повышением качества оказываемых услуг, как по основной деятельности, так и по дополнительным. В ближайшей перспективе предстоит возродить престиж высшего образования (не востребованность, а престиж) и обеспечить конкурентоспособность региональных университетов внутри страны и за ее пределами.

Выдвинутые исследовательские гипотезы нашли свое подтверждение в ходе анализа собранных данных. Для того чтобы сделать свою жизнь успешной, требуются, по мнению обучающейся молодежи, прежде всего, сильная воля и характер. А среди наиболее важных составляющих жизненной траектории обучающиеся назвали отсутствие нужды (отметили 61% ответивших) и семейное благополучие (выбрали 69% обучающихся). Также подтвердилось утверждение, что наиболее востребованными в процессе обучения в университетах являются практические навыки, которые можно продать на рынке труда. 75% опрошенных назвали в качестве результата процесса обучения овладение навыками, которые наиболее остро востребованы на рынке труда. Также анализ показал, что получение диплома считают результатом процесса обучения только 36% студентов. Подавляющее большинство (69%) результатом обучения назвали приобретение необходимых профессиональных навыков.

#### **Список источников**

1. Авдеева И. А. Конкурентные отношения в социальной сфере // Актуальные проблемы и перспективы развития экономики: российский и зарубежный опыт. 2018. №16. С. 5–8.
2. Анисимова И. А. Поведение потребителей на рынке образовательных услуг (на материале нижегородских вузов): автореф. ... дис. канд. социол. наук. Нижний Новгород, 2009. 28 с.
3. Боровая Л. В. Воспроизводство научных кадров в эпоху трансформации: роль высшей школы // Вестник Южно-Российского государственного технического университета. Серия: Социально-экономические науки. 2022. Т. 15. №3. С. 125–135. DOI:10.17213/2075-2067-2022-3-125-135.
4. Винник А. Е. Оценка эффективности управления системой высшего образования // Вестник Астраханского государственного технического университета. Серия: Экономика. 2020. №1. С. 101–107. DOI: 10.24143/2073-5537-2020-1-101-107.
5. Дементьева И. Н. Теоретико-методологические подходы к изучению потребительского поведения // Проблемы развития территории. 2018. №1(93). С. 122–132.
6. Евлампиева Г. И. Влияние сетевого взаимодействия на показатели конкурентоспособности вузов // Экономика, предпринимательство и право. 2022. Т. 12. №3. С. 1131–1144. DOI: 10.18334/err.12.3.114320.
7. Захарова Е. Н. Особенности формирования конкурентоспособности вуза как субъекта рынка образовательных услуг / Е. Н. Захарова, О. Г. Гисина // Бизнес в законе. Экономико-юридический журнал. 2013. №2. С. 185–188.
8. Корчагова Л. А. Оценка конкурентоспособности вуза // Маркетинг в России и за рубежом. 2007. №5. С. 48–54.
9. Лузгина Ю. В. Теория потребительского выбора и её применение // Современные проблемы права, экономики и управления. 2019. №1(8). С. 202–206.
10. Образование в цифрах: 2023: краткий статистический сборник / Т. А. Варламова, Л. М. Гохберг, О. К. Озерова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2023. 132 с.
11. Пирогова Е. В. О концепции управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения // Вестник университета. 2023. №1. С. 48–55.
12. Попова Л. А., Фадеева И. М., Юрлова Е. М. Профессиональные и социальные факторы, определившие выбор вуза первокурсниками // Огарёв-Online. 2017. №5(94). С. 10.
13. Попова Е. С. Молодежь на рынке труда: смена профессии как адаптация к новой экономике // Будущее сферы труда: глобальные вызовы и региональное развитие: сборник статей Международного форума «Будущее сферы труда: достойный труд для всех» (г. Уфа, 4–5 февраля 2019 г.) / Под ред. Г. Р. Баймурзиной, Р. М. Валиахметова. Уфа: Мир Печати, 2019. С. 233–238.
14. Прохорова А. А., Телегина Ю. С., Балова С. Л. Продвижение образовательных услуг

в России на современном этапе // *Colloquium-journal*. 2019. №13-10(37). С. 250–255.

15. Пухова А. Г., Беляева Т. К., Толкунова С. Г., Курбатова А. С. Современный молодежный рынок труда: проблемы и пути их решения // *Economic consultant*. 2018. №2(22). С. 3–9.

16. Рудаков В. Н., Рощина Я. М., Битокова Л. А. Изменения стратегий, мотиваций и экономического поведения студентов и преподавателей российских вузов // *Мониторинг экономики образования. Информационный бюллетень*. 2019. №1(133). 84 с.

17. Савенкова Ю. С., Советкина А. А. Управление конкурентоспособностью вуза в современных социально-экономических условиях [Электронный ресурс] // *Вопросы образования*. 2009. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-konkurentosposobnostyu-vuza-v-sovremennyh-sotsialno> (дата обращения: 20.09.2023).

18. Скотт П. Международное высшее образование и «неолиберальный разворот» [Электронный ресурс] // *Международное высшее образование*. 2017. №84. 36 с. URL: [https://www.hse.ru/data/2016/03/01/1125131356/WHE\\_11\\_view.pdf](https://www.hse.ru/data/2016/03/01/1125131356/WHE_11_view.pdf) (дата обращения: 15.03.2021).

19. Тумашев А. Р., Котенкова С. Н., Тумашева М. В. Экономическая теория в двух частях. Часть I. Введение в экономическую науку // *Микроэкономика: Учебное пособие для студентов неэкономических специальностей*. Казань: Казанский университет, 2011. 204 с.

20. Фатхутдинов Р. А. Управление конкурентоспособностью вуза // *Высшее образование в России*. 2006. №9. С. 37–38.

21. Хлабыстова Н. В. Рынок образовательных услуг: привлечение абитуриентов как потребителей образовательных услуг // *Научный вестник Южного института менеджмента*. 2020. №1. С. 76–78. DOI:10.31775/2305-3100-2020-1-76-78.

22. Ahmad T. Scenario based approach to re-imagining future of higher education which prepares students for the future of work // *Higher Education. Skills and Work-Based Learning*. 2020. Vol. 10. №1. Pp. 217–238. DOI:10.1108/HESWBL-12-2018-0136.

23. Noui R. Higher education between massification and quality // *Higher Education Evaluation and Development*. 2020. Vol. 14. №2. Pp. 93–103. DOI: 10.1108/HEED-04-2020-0008.

24. Pizarro Milian R., Davies S. Forecasting the impacts of the «future of work» on universities: a sociological perspective // *On the Horizon*. 2020. Vol. 28. №1. Pp. 63–71. DOI: 10.1108/OTH-11-2019-0080.

25. Starr-Glass D. Encouraging engagement: video-conference augmentation of online distance learning environments // *On the Horizon*. 2020. Vol. 28. №3. Pp. 125–132. DOI:10.1108/OTH-06-2020-0020.

26. Wang Q., Liu J. Teaching for the future: a transnational university practice // *On the Horizon*. 2020. Vol. 28. №2. Pp. 85–92. DOI:10.1108/OTH-11-2019-0078.

## References

1. Avdeeva I. A. Konkurentnye otnosheniya v social'noj sfere [Competitive relations in the social sphere]. *Aktual'nye problemy i perspektivy razvitija jekonomiki: rossijskij i zarubezhnyj opyt* [Actual problems and prospects of economic development: Russian and foreign experience]. 2018; (16): 5–8. (In Russ.).

2. Anisimova I. A. Povedenie potrebitelej na rynke obrazovatel'nyh uslug (na materiale nizhegorodskih vuzov): avtoref. ... dis. kand. sociol. nauk [Consumer behavior in the educational services market (based on the material of Nizhny Novgorod universities). Ph. D. (Sociology) Thesis]. Nizhnij Novgorod, 2009. 28 p. (In Russ.).

3. Borovaja L. V. Vosproizvodstvo nauchnyh kadrov v jepohu transformacii: rol' vysshej shkoly [Reproduction of scientific personnel in the era of transformation: the role of higher education]. *Vestnik Juzhno-Rossijskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. Serija: Social'no-jekonomičeskie nauki* [Bulletin of the South Russian State Technical University. Series: Socio-economic Sciences]. 2022; 15(3): 125–135. DOI:10.17213/2075-2067-2022-3-125-135. (In Russ.).

4. Vinnik A. E. Ocenka jeffektivnosti upravlenija sistemoj vysshego obrazovanija [Evaluation of the effectiveness of higher education system management]. *Vestnik Astrahanskogo gosudarstvennogo tehničeskogo universiteta. Serija: Jekonomika* [Bulletin of the Astrakhan State Technical University. Series: Economics]. 2020; (1): 101–107. DOI: 10.24143/2073-5537-2020-1-101-107. (In Russ.).

5. Dement'eva I.N. Teoretiko-metodologicheskie podhody k izucheniju potrebitel'skogo povedeniya [Theoretical and methodological approaches to the study of consumer behavior]. *Problemy razvitiya territorii [Problems of territory development]*. 2018; 1(93): 122–132. (In Russ.).
6. Evlampieva G.I. Vliyanie setevogo vzaimodejstviya na pokazateli konkurentosposobnosti vuzov [The impact of network interaction on the competitiveness of universities]. *Jekonomika, predprinimatel'stvo i pravo [Economics, entrepreneurship and law]*. 2022; 12(3): 1131–1144. DOI: 10.18334/epp.12.3.114320. (In Russ.).
7. Zaharova E.N. Osobennosti formirovaniya konkurentosposobnosti vuza kak sub'ekta rynka obrazovatel'nyh uslug [Features of the formation of competitiveness of the university as a subject of the market of educational services]. E.N. Zaharova, O.G. Gisina. *Biznes v zakone. Jekonomiko-juridicheskij zhurnal [Business in law. Economic and Legal Journal]*. 2013; (2): 185–188. (In Russ.).
8. Korchagova L.A. Ocenka konkurentosposobnosti vuza [Evaluation of the competitiveness of the university]. *Marketing v Rossii i za rubezhom [Marketing in Russia and abroad]*. 2007; (5): 48–54. (In Russ.).
9. Luzgina Ju. V. Teoriya potrebitel'skogo vybora i ejo primenenie [Theory of consumer choice and its application]. *Sovremennye problemy prava, jekonomiki i upravleniya [Modern problems of law, economics and management]*. 2019; 1(8): 202–206. (In Russ.).
10. Obrazovanie v cifrah: 2023: kratkij statisticheskij sbornik [Education in numbers: 2023: a brief statistical collection]. T.A. Varlamova, L.M. Gohberg, O.K. Ozerova et al.; Nac. issled. un-t «Vysshaja shkola jekonomiki». Moscow: NIU VShJe, 2023. 132 p. (In Russ.).
11. Pirogova E.V. O koncepcii upravleniya konkurentosposobnost'ju vysshego uchebnogo zavedeniya [On the concept of managing the competitiveness of a higher educational institution]. *Vestnik universiteta [Bulletin of the University]*. 2023; (1): 48–55. (In Russ.).
12. Popova L.A., Fadeeva I.M., Jurlova E.M. Professional'nye i social'nye faktory, opredelivshie vybor vuza pervokursnikami [Professional and social factors that determined the choice of a university by first-year students]. *Ogarjov-Online [Ogarev-Online]*. 2017; 5(94): 10. (In Russ.).
13. Popova E.S. Molodezh' na rynke truda: smena professii kak adaptacija k novej jekonomike [Youth in the labor market: profession change as adaptation to the new economy]. *Budushhee sfery truda: global'nye vyzovy i regional'noe razvitie: sbornik statej Mezhdunarodnogo foruma «Budushhee sfery truda: dostojnyj trud dlja vseh» (g. Ufa, 4–5 fevralja 2019 g.) [The future of the labor sphere: global challenges and regional development: collection of articles of the International Forum «The Future of the labor sphere: decent work for all» (Ufa, February 4–5 2019)]*. Pod red. G.R. Bajmurzinov, R.M. Valiahmetova [In G.R. Baymurzina, R.M. Valiakhmetov (eds.)]. Ufa: Mir Pechati, 2019. Pp. 233–238. (In Russ.).
14. Prohorova A.A., Telegina Ju. S., Balova S.L. Prodvizhenie obrazovatel'nyh uslug v Rossii na sovremennom jetape [Promotion of educational services in Russia at the present stage]. *Colloquium-journal*. 2019; 13-10(37): 250–255. (In Russ.).
15. Puhova A.G., Beljaeva T.K., Tolkunova S.G., Kurbatova A.S. Sovremennyy molo-dezhnyj rynek truda: problemy i puti ih resheniya [Modern youth labor market: problems and ways to solve them]. *Economic consultant*. 2018; 2(22): 3–9. (In Russ.).
16. Rudakov V.N., Roshhina Ja. M., Bitkova L.A. Izmeneniya strategij, motivacij i jekonomicheskogo povedeniya studentov i prepodavatelej rossijskih vuzov [Changes in strategies, motivations and economic behavior of students and teachers of Russian universities]. *Monitoring jekonomiki obrazovanija. Informacionnyj bjulleten' [Monitoring the economics of education. Newsletter]*. 2019; 1(133): 84. (In Russ.).
17. Savenkova Ju. S., Sovetkina A.A. Upravlenie konkurentosposobnost'ju vuza v sovremennyh social'no-jekonomicheskikh uslovijah [University competitiveness management in modern socio-economic conditions] [Elektronnyj resurs]. *Voprosy obrazovanija [Education issues]*. 2009; (4). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-konkurentosposobnostyuvuza-v-sovremennyh-sotsialno> (data obrashhenija: 20.09.2023). (In Russ.).
18. Skott P. Mezhdunarodnoe vysshee obrazovanie i «neoliberal'nyj razvorot» [International Higher education and the «neoliberal turn»]

- [Jelektronnyj resurs]. *Mezhdunarodnoe vysshee obrazovanie [International higher education]*. 2017; (84): 36. URL: [https://www.hse.ru/data/2016/03/01/1125131356/WHE\\_11\\_view.pdf](https://www.hse.ru/data/2016/03/01/1125131356/WHE_11_view.pdf) (data obrashhenija: 15.03.2021). (In Russ.).
19. Tumashev A. R., Kotenkova S. N., Tumasheva M. V. *Jekonomicheskaja teorija v dvuh chastjah. Chast' I. Vvedenie v jekonomicheskiju nauku [Economic theory in two parts. Part I. Introduction to Economics]*. Mikrojekonomika: Uchebnoe posobie dlja studentov nejekonomicheskikh special'nostej [Microeconomics: A textbook for students of non-economic specialties]. Kazan': Kazanskij universitet, 2011. 204 p. (In Russ.).
20. Fathutdinov R. A. *Upravlenie konkurentosposobnost'ju vuza [University competitiveness management]*. *Vysshee obrazovanie v Rossii [Higher education in Russia]*. 2006; (9): 37–38. (In Russ.).
21. Hlabystova N. V. *Rynok obrazovatel'nyh uslug: privlechenie abiturientov kak potrebitelej obrazovatel'nyh uslug [Educational services market: attracting applicants as consumers of educational services]*. *Nauchnyj vestnik Juzhnogo instituta menedzhmenta [Scientific Bulletin of the Southern Institute of Management]*. 2020; (1): 76–78. DOI:10.31775/2305-3100-2020-1-76-78. (In Russ.).
22. Ahmad T. Scenario based approach to re-imagining future of higher education which prepares students for the future of work. *Higher Education. Skills and Work-Based Learning*. 2020; 10(1): 217–238. DOI:10.1108/HESWBL-12-2018-0136.
23. Noui R. Higher education between massification and quality. *Higher Education Evaluation and Development*. 2020; 14(2): 93–103. DOI: 10.1108/HEED-04-2020-0008.
24. Pizarro Milian R., Davies S. Forecasting the impacts of the «future of work» on universities: a sociological perspective. *On the Horizon*. 2020; 28(1): 63–71. DOI: 10.1108/OTH-11-2019-0080.
25. Starr-Glass D. Encouraging engagement: video-conference augmentation of online distance learning environments. *On the Horizon*. 2020; 28(3): 125–132. DOI:10.1108/OTH-06-2020-0020.
26. Wang Q., Liu J. Teaching for the future: a transnational university practice. *On the Horizon*. 2020; 28(2): 85–92. DOI:10.1108/OTH-11-2019-0078.

Статья поступила в редакцию 24.10.2023; одобрена после рецензирования 16.11.2023; принята к публикации 04.12.2023.

The article was submitted on 24.10.2023; approved after reviewing on 16.11.2023; accepted for publication on 04.12.2023.

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ



**Бельчик Татьяна Алексеевна** — кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента имени И. П. Поварича, Кемеровский государственный университет.  
Россия, г. Кемерово, ул. Красная, 6

**Tatyana A. Belchik** — Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management named after I. P. Povarich, Kemerovo State University.  
6 Krasnaya str., Kemerovo, Russia



**Попкова Елена Геннадьевна** — доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры «Международные экономические отношения», Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы; Председатель Консорциума устойчивого развития и технологического лидерства ИНК.

Россия, г. Волгоград, ул. Грушевская, 8, оф. 1022

Россия, г. Москва, ул. Миклухо-Маклая, 6

**Elena G. Popkova** — Doctor of Economic Sciences, Professor, Professor of the Department of International Economic Relations, Peoples' Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Chairman of the Consortium for Sustainable Development and Technological Leadership INK.

8 Grushevskaya str., office 1022, Volgograd, Russia

6 Miklukho-Maklaya str., Moscow, Russia

***Вклад авторов:***

***Бельчик Т. П.*** — *написание исходного текста; обработка и анализ исходных данных; итоговые выводы.*

***Попкова Е. Г.*** — *научное руководство; концепция исследования; организация сбора информации; корректировка; доработка текста.*

***Contribution of the authors:***

***Belkchik T. A.*** — *writing the source text; processing and analysis of initial data; final conclusions.*

***Popkova E. G.*** — *scientific leadership; research concept; organization of information collection; correction; finalization of the text.*