

Гневашева Вера Анатольевна*, доктор экономических наук, директор центра социологии молодёжи Института фундаментальных и прикладных исследований Московского гуманитарного университета (ИФПИ МосГУ), главный научный сотрудник Института социально-политических исследований Российской академии наук (ИСПИ РАН), профессор МГИМО.

Социальная модель формирования рабочей силы в современном российском обществе (по материалам исследования МосГУ)¹

По итогам эмпирических исследований, проводимых в рамках мониторинга Московским гуманитарным университетом, с целью выявления ценностей и профессиональных установок современной российской молодёжи, а также определения значимых социальных агентов, побуждающих молодых людей к профессиональному выбору и способствующих их профессиональной и трудовой социализации, удалось определить степень значимости каждого из агентов социализации для профессионального выбора молодёжи на пути формирования социального капитала общества.

Результаты исследования представляют механизм поступательного воздействия на процесс профессиональной подготовки молодёжи в современных социально-экономических условиях, к построению эффективных образовательных программ профессионального образования, способствующих повышению качества рабочей силы России, а также к регулированию политики занятости с учётом максимального использования имеющегося человеческого капитала страны.

Описание социальной модели формирования рабочей силы

Социальная модель формирования рабочей силы представлена объясняемой переменной — профессиональная идентификация трудовых ресурсов посредством приобретения блага "профессиональное образование", наделённого свойствами экономического общественного и частного блага и регрессорами: личность, агенты социализации (семья, малая социальная

* vera_cos@rambler.ru

¹ Статья подготовлена в рамках грантов РФФИ № 16-36-60002; РГНФ № 14-02-00364.

группа, вуз). Социальная модель формирования рабочей силы определяется в социальном поле социальной экономики и результатом её функционирования с социальной точки зрения выступает формирование социального капитала общества.

В этой связи опишем регрессоры модели, то есть основные агенты социализации, принимаемые в данной модели как значимые и влияющие на её результат, а именно: личность, семья, малая социальная группа и вуз (учебное учреждение профессионального образования).

Личность определяется многими критериальными предпосылками. Социальное пространство также влияет на становление характеристик личности, или на их изменение, как определяется деятельностным подходом формирования личности. Однако стратификация социального окружения предполагает и разную степень воздействия на личность, что подтверждается результатами эмпирических исследований, в том числе проводимыми Институтом фундаментальных и прикладных исследований Московского гуманитарного университета². В представленных исследованиях студенческой молодёжи отмечена важность и влияние в самооценках малой социальной группы на поведение молодых людей. Значимость семьи, друзей позволяет молодым людям ориентироваться в социальном пространстве, придерживаться некой общей социальной траектории, однако финальный выбор — следовать данной траектории или нет — отводится всё-таки самой личности. В этой связи всё же стоит отметить и выраженное действие сущностного подхода формирования личности с акцентом на врождённых личностных качествах индивида, определяющих поведение индивида.

Школа социологии молодёжи Московского гуманитарного университета, определяя личность в социальном поле, использует понятие "тезауруса", говоря, что: "тезаурус имеет черты функциональной системы и обеспечивает в кооперации с другими подсистемами жизнеспособность социального субъекта (от личности до человечества в целом), отражая иерархию его представлений о мире"³.

В этой связи возможность следовать некой социальной траектории определяется как идентичность "концептов" своим собственным. При этом под понятием "концепт" стоит понимать "обозначение базовых элементов тезауруса"⁴.

Побуждающими факторами социальных действий в этой связи выступают, как отмечено в тезаурусной концепции Вал. А. Лукова, "ценности", которые в свою очередь являются императивными и выступают в роли императивных регуляторов: "ценности обладают принудительным действием, которое вытекает из их нормативного содержания"⁵. Результаты исследования подтверждают схожесть сформированных ценностей молодёжи, соответственно и схожесть определяемых ими жизненных позиций, что есть некое свидетельство оценки приверженцев одной большой социальной группы в рамках тезауруса, концепты которого строго определены с ярко выраженными доминантными позициями.

² См. об этом: *Гневашева В.А.* Молодёжь России: особенности профессионального становления. М.: РГНФ, 2012.

³ *Луков Вал. А.* Теории молодежи. М.: "Канон+"; РООИ "Реабилитация", 2012. С. 51.

⁴ Там же. С. 57.

⁵ Там же. С. 60.

В силу устойчивости формирующихся ценностных и социальных концептов следует подчеркнуть пролонгированность во времени действующих жизненных представлений в отношении профессиональной подготовки, отмеченную в исследованиях.

Обобщая приведённые исследования в отношении личностного становления позиции профессиональной подготовки, следует сделать вывод, что несмотря на заявленную самостоятельность в выборе, жизненные траектории в данном вопросе predeterminedены сформированными обществом ценностями, и воспринятыми молодыми людьми через малые социальные группы в собственных концептах в рамках тезауруса, и в силу длительности данного процесса в социальном плане, имеющие тенденцию отношения, определяемого как "социальный заказ на наличие профессионального образования" для успешной социализации и сохранения сложившейся стратификации общества.

В силу отмеченной ранее значимости социального окружения в становлении, в том числе профессиональном, личности, по данным исследований были определены значимые агенты социализации, влияющие в той или иной мере на воспроизводство трудовых ресурсов: *семья, малая социальная группа, учебное заведение*. С существенным акцентом на первой позиции.

Роль семьи и малой социальной группы в профессиональной идентификации молодёжи

Семья. Значимость семьи прослеживается также и в проекциях, формируемых молодыми людьми на своё будущее. По оценкам исследований можно сказать, что действительность, а также личное социальное и профессиональное будущее студенты видят на две трети через ценностные концепты, переданные им родителями, на половину — сформированные в малых социальных группах и на треть — predeterminedённые учителями школ.

Малая социальная группа. Малая социальная группа (ближайшее окружение) является значимой составляющей социального поля молодых людей в процессе их профессионального становления. Однако данный агент стоит рассматривать не как агент непосредственного воздействия на социальную и профессиональную идентификацию молодых людей, а как соучастник общего социального поля. Оценки значимости данного агента социализации на изменение поведения и тем более личных компонент молодых людей крайне малы.

Обобщая значимость семьи и малой социальной группы в процессе социализации молодёжи, представим результаты эмпирических исследований.

В исследованиях, проводимых Московским гуманитарным университетом в рамках мониторинга⁶, в том числе представлен анализ ценностных ориентаций студентов в аспекте оценки ими личностных качеств современной российской молодёжи, а также личностных качеств, которые они считают необходимыми приобрести в своей жизни.

⁶ См.: *Луков Вал. А., Ковалева А.И., Гневашева В.А.* Учебно-воспитательный процесс в оценках студентов. М.: МосГУ, 2016.

Вся эта группа вопросов косвенно указывает на те образцы, которыми руководствуются в своём поведении и в осмыслении различных жизненных ситуаций студенты. Перечень личностных качеств дан в шкале ответов к вопросу "Какие, по Вашему мнению, личностные качества наиболее характерны для российской молодёжи?" Здесь представлено 21 качество — положительно, отрицательно или нейтрально воспринимаемое в российском обществе. Кроме того, у респондентов была возможность вписать свои ответы в дополнительную строку. Характеристики в шкале расположены в случайном порядке.

Вопросы "Какие личностные качества Вы цените в других людях?", "Какие качества Вы хотели бы перенять от Ваших родителей?", "Какие качества Вы хотели бы воспитать в Ваших детях?" построены как открытые, в них не предусматривались шкалы, включающие перечни личностных качеств, студенты вписывали свои ответы самостоятельно.

Что показал анализ данных, полученных по этому блоку вопросов?

На одной стороне, с сохранением устойчивой тенденции, стоят ответы, свидетельствующие о связи поколений, стремлении значительной части молодых людей быть похожими на своих родителей и других людей, обладающих высокими моральными качествами. Очевидна связь ценимых студентами качеств с устойчивыми нормами традиционной морали, характерной для России.

Сам перечень вписанных студентами слов впечатляет: *честность, доброта, ответственность, открытость, коммуникабельность, искренность, отзывчивость, целеустремленность, чувство юмора, порядочность, пунктуальность, трудолюбие, ум, уважение, понимание, дружелюбие, уверенность, оптимизм, умение слушать, адекватность, объективность, справедливость, доброжелательность, образованность, упорство, верность, вежливость, грамотность*. Чаще всего среди ценимых студентами качеств называются *честность* (43,4 и 35,3 % по результатам 2016 и 2015 гг. соответственно), *доброта* (30,7 и 25,0 % в 2016 и 2015 гг. соответственно), *ответственность* (19,7 и 16,0 % по результатам 2016 и 2015 гг. соответственно).

Девушки чаще обозначают такие качества как: "доброта" — 21,0 и 34,0 % (21,0 и 26,8 % по оценкам 2015 г.), "ответственность" — 16,1 и 21,2 % (10,8 и 18,2% по итогам 2015 г.), но в целом гендерные различия в ответах незначительны. В распределении по курсам лишь в отношении "ответственности" можно отметить возрастающую тенденцию в выборе от 15,6 % на первом курсе до 39,3 % на 6-м, в отношении двух других качеств существенной дифференциации по курсам выявлено не было.

Среди качеств, которые студенты хотели бы перенять от своих родителей, чаще всего называются: *целеустремленность, трудолюбие, доброта, ответственность*. Впрочем, довольно значительна группа тех, кто затруднился с ответом на этот вопрос (11,6 %, в т. ч. среди 3-курсников — 17,5 %; среди юношей — 12,8 % против 11,1 % среди девушек (по данным 2015 г.: 14,6 %, среди 3-курсников — 24,1 %; среди юношей — 23,1 % против 10,7 % среди девушек; среди студентов возрастной группы 20–22 лет процент выбравших данную позицию — 14,0 %). Определённая напряжённость в отношениях с родителями, если учитывать эти ответы, характерна примерно для пятой части студентов.

Ориентация на позитивные примеры и нравственные нормы в соответствии с принятыми в российском обществе основами совместной жизни людей особенно видна в ответах на вопрос о тех качествах, которые нынешние студенты хотели бы воспитать в своих детях. *Доброта, честность, ответственность, целеустремленность* называются студентами чаще всего (из опрошенных 4-курсников *доброту* обозначили 37,3 % (37,1 % по итогам 2015 г.), *честность* — 27,5 % (21,0 % в 2015 г.), *целеустремленность* — 17,7 % (27,4 % в 2015 г.); по данной позиции следует отметить снижение её значимости от первого курса (22,4 %) к четвёртому, *ответственность* обозначили 15,7 % (24,2 % в 2015 г. для выпускников), здесь так же, как и по предыдущему качеству, процент выбора снижается от первого курса (23,7 %) к последующим. Среди девушек процент выбора этих качеств примерно на десять процентных пунктов выше, чем среди юношей.

На другой стороне в анализе полученных в исследовании данных стоят *оценки студентами своего поколения* — ответы на вопрос о наиболее характерных для российской молодёжи личностных качествах. Эти оценки, преимущественно негативные с точки зрения принятых в российском обществе социальных ценностей, могут быть в определённой мере поняты и как самооценки.

Предложенный перечень характеристик включал и "доброту", и "целеустремленность", и "ответственность", и "честность", однако, как и в прошлые годы, опрошенные студенты чаще всего выбирали такие качества, как *лень* (58,3 и 50,8 % в 2015 и 2014 гг. соответственно), *безответственность* (39,3 и 37,8 % в 2015 и 2014 гг. соответственно), *эгоизм* (45,7 и 37,0 % в 2015 и 2014 гг. соответственно). Частота выбора этих характеристик возрастает. Из позитивных характеристик в перечне часто выбираемых оказалась только *коммуникабельность* (30,1 и 33,7 % в 2015 и 2014 гг. соответственно).

В более ранних исследованиях отмечалось, что выбор тех или иных качеств, по всей видимости, не является результатом стигматизации⁷. Критическая оценка своего поколения молодёжью отражает сложный процесс её становления, сбой социализационного процесса, неясность общественных перспектив. Развал воспитательной системы в ходе постсоветской "реформы" образования не мог не привести спустя десятилетия к внутреннему конфликту идеальных представлений о "хорошем человеке" с неустойчивой социальной идентичностью и неясностью жизненных целей у новых поколений.

В этом ключе может быть понята *лень* как качество, называемое чуть более половиной опрошенных студентов, а в младших возрастных группах (16–19 лет) — почти 3/4 опрошенных. Показательно, что доля студентов, назвавших среди факторов, мешающих успешной учёбе в вузе "собственную лень", практически та же (66,2 и 64,9 % по оценкам 2016 и 2015 гг.). Имеющееся в психологии понимание лени как реакции личности на несоответствие выдвигаемых требований субъективному смыслу этих требований позволяет увидеть сложный характер действий и бездействия, который может быть обозначен таким словом обыденного языка.

⁷ Т. е. доминирующих представлений в обществе, которые применяются к молодёжи в качестве ярлыков и вынуждают её саму оценивать себя, используя такие ярлыки.

Из качеств, которые присущи молодому поколению России, заметные изменения по частотности выбора в исследовании 2015 г. отмечены в отношении *патриотизма*. Отмеченная в 2015 г. тенденция усиления позиции с 9,5 % в 2014 г. и до 16,2 % в 2015 г. не получила дальнейшего развития, для исследования 2016 г. составила 14,1 %. Соотношение выбора данной позиции среди юношей и девушек 2:1. Отмеченная для результатов 2015 г. снижающаяся динамика выбора данной позиции от первого курса к последнему не подтверждается данными исследования 2016 г.: распределение выбора на курсах примерно одинаковое.

Полученные в исследовании данные свидетельствуют о сложных процессах в формировании мировоззрения, нравственных позиций, социальной активности студентов. В значимости в формировании личности молодых людей ранее происходивших структурных изменений в обществе. Но общая тенденция вполне позитивна и выражена в чётком понимании молодёжью базовых социальных ценностей общества и внутреннем стремлении к их достижению.

Роль высшего учебного заведения в профессиональном становлении молодёжи

Учебное заведение (вуз). Сама система профессионального образования по сути не включена в ценностный концепт молодёжи. Так, отвечая на вопрос: "Как Вы считаете, является ли сегодня высшее образование гарантией жизненного успеха?" с устойчивым постоянством более 70 % респондентов отвечают либо отрицательно, либо затрудняются с ответом. Что подчёркивает рассмотрение ими блага "профессиональное образование" не как ценностно достаточного для успешной социализации, а как атрибутивного, наделённого производными благами, которые и являются значимыми для личностной, общественной и профессиональной социализации, для социальной защищённости и успешной социальной стратификации⁸.

Как показывают результаты исследований Московского гуманитарного университета, основными целями получения высшего образования в университете первокурсники видят (в распределении по годам 2015 – 2014 – 2013 – 2012 – 2011 – 2010) соответственно:

- возможность иметь в будущем интересную работу (64,9 – 62,8 – 72,0 – 72,2 – 65,2 – 78,8 %);
- возможность претендовать на высокую зарплату (43,0 – 46,2 – 46,3 – 46,0 – 48,1 – 61,9 %);
- для самосовершенствования (48,3 – 46,6 – 51,4 – 56,3 – 53,0 – 47,5 %);
- чтобы получить диплом (51,5 – 51,4 – 39,3 – 35,8 – 49,7 – 42,4 %).

Общекультурные, профессиональные и другие компетенции, необходимые для работы по избранной студентами профессии, отражены в образовательных стандартах и оцениваются в ходе обучения и по его итогам

⁸ См. об этом: *Гневашева В.А.* Молодёжный сегмент рынка труда современной России. М.: Инфра-М, 2016.

по принятым в вузах процедурам. Не менее важно и то, как сами студенты оценивают своё соответствие профессии, какие компетенции считают освоенными в ходе учебно-воспитательного процесса в вузе, как показывают результаты мониторинга, проводимого Московским гуманитарным университетом.

Шкала к вопросу "Какие качества, умения, важные для жизни и избранной профессии, Вы приобрели или развили за время обучения в Университете?" построена на основе перечней компетенций, выделенных в ФГОС. Респондентам было предложено выбрать из этого перечня не более трёх самых важных для них приобретенных качеств или вписать качества, не обозначенные в нём. Чаще всего студенты указывали на такую компетенцию, как *умение анализировать информацию и делать обобщения* (34,7; 42,5; 42,3; 42,8 % в 2016, 2015, 2014, 2013 гг. соответственно).

Вновь около трети студентов отметили такую приобретённую компетенцию, как *ставить цели и находить пути их достижения* (31,0; 35,4 и 32,1 % по результатам 2016, 2015 и 2014 гг. соответственно). *Умение работать в коллективе* как приобретенное в вузе качество называют почти четверть опрошенных студентов (22,2; 22,9 и 23,2 % по результатам 2016, 2015 и 2014 гг. соответственно). Примерно таково же среднее число выборов по компетенции, характеризующей *умение принимать самостоятельные решения* (24,1; 21,6 и 23,2 % по результатам 2016, 2015 и 2014 гг. соответственно, на факультете экономики и управления — 32,7 и 30,1 % по результатам 2016 и 2015 гг.).

Достаточно высоко значение и других компетенций. Примерно каждый пятый среди отвечавших отметил такие позиции, как: "сдерживать эмоции", "нести ответственность", "понимать ценность избранной профессии", "приобретать новые знания по освоенным алгоритмам". Небольшое число выборов представлено по таким качествам, как: "быть дисциплинированным", "занимать активную гражданскую позицию".

Свои перспективы на рынке труда студенты в основном рассматривают оптимистически.

Практически каждый второй ответил, что собирается работать по полученной в университете специальности и рассчитывает на успех (распределение ответов в этой позиции совпадает с результатами исследования 2015, 2014, 2012 и 2011 гг.).

Из полученных данных следует, что уверенность в профессиональном успехе, связанном с полученными в оценках студентами своих перспектив на рынке труда преобладает, хотя каждый пятый высказывает опасения по поводу своих профессиональных перспектив.

Профессиональное обучение у основной части студентов закладывает жизненные планы, ориентированные на работу по профилю получаемого образования: 64,8 % (48,2 и 60,2 % по итогам 2015 и 2014 гг. соответственно) считают, что такая работа наиболее привлекательна для них после получения диплома о высшем образовании.

Здесь стоит особенно отметить результаты исследований по определению блага "образовательные услуги высшего профессионального образования" и формированию потребительского спроса со стороны молодёжи на это благо.

Согласно ранее проводимым Институтом фундаментальных и прикладных исследований Московского гуманитарного университета общероссийским исследованиям, были получены данные, позволяющие определять "образовательные услуги высшего профессионального образования" как экономическое благо атрибутивного свойства со сформированным спросом на данное благо.

В социальном и экономическом контексте в современных социально-экономических условиях "профессиональное образование" следует рассматривать как благо, наделённое рядом потребительских свойств и участвующее в процессе потребления общества. Значимость "профессионального образования" является таковой не просто в процессе причастности. Качества блага, запрашиваемые потребителями, могут быть условно разделены на социальные и экономические. То, что наличие "профессионального образования" является сегодня важным критерием общественного благополучия и определяется именно так в общественном сознании, также подтверждается проведёнными исследованиями. Благо "профессиональное образование" согласно социальным свойствам определяется как атрибутивное или производное, важное не в конечном своём потреблении, а по приобретаемым социальным преимуществам по факту наличия такового. Современное развитие общества становится всё более ориентированным на социально-экономические процессы, что сопровождается частичной переориентацией общества на усиление именно социальной компоненты его развития. В этой связи социальная стратификация, социальная статусность приобретает всё более выраженные черты. И в то же время доступность благ, посредством которых возможно изменение статусной позиции, позволяет данную дифференциацию сглаживать. В этой связи статусность носит исключительно приобретаемый внешне характер без значимой внутренней, личностной трансформации.

Особенности потребительского выбора профессионального образования в современном обществе

Рынок образовательных услуг несёт на себе как экономическую, так и социальную нагрузку. Существенную значимость при формировании рынка образовательных услуг приобретает понятие "общественного блага". Терминологически сложность в определении рынка образовательных услуг возникает в силу необходимости конкретизации блага "образовательные услуги высшего профессионального образования" как частного либо общественного. Общественным благом в теории экономики признаётся товар (или услуга), при предоставлении которого одному индивиду он (она) становится доступным и другим без дополнительных затрат. При этом определяющими характеристиками общественных благ выступают: неконкурентность в потреблении, что означает, что потребление блага одним индивидом не снижает его доступности для других, а значит формирует иные механизмы взаимодействия спроса и предложения при установлении цены; неисключаемость, т. е. если благо произведено, то производитель не может препятствовать потреблению его кем бы то ни

было; неделимость, то есть благо доступно в полном объеме. Когда потребление неконкурентно, назначение цены товара или услуги, согласно принципу Парето, является неэффективным, поскольку прибавление дополнительной единицы потребления приносит выгоду потребителю без всяких затрат, тогда как назначение цены сократит потребление, вызвав таким образом чистую потерю полезности⁹. Из этого следует, что даже тогда, когда возможно предложение общественного блага через рынок, это не обеспечит достижения наилучшего или оптимального уровня производства. Спрос на общественное благо является предметом коллективного выбора. Обычно предполагается, что общественное благо поставляется государством и оплачивается за счёт перераспределения средств, полученных от налогообложения.

Функция спроса на общественное благо представляет собой зависимость получаемой индивидом предельной выгоды (МВ — *marginal benefit*) от объема потребления блага. В данном случае предельная выгода — это полезность индивида от потребления дополнительной единицы общественного блага, выраженная в денежных единицах. Предельная выгода отражает готовность индивида платить за дополнительную единицу. Линия спроса на общественное благо имеет отрицательный наклон, что отражает убывающую предельную полезность от потребления дополнительной единицы блага. Поскольку в отличие от частных благ каждый индивид потребляет весь объем общественного блага, а не какую-либо его часть (свойство неконкурентности), цена общего спроса представляет собой при каждом объеме сумму цен индивидуального спроса.

Кривая совокупного спроса, соответственно, находится путём суммирования цен каждого потребителя при заданном объеме (так называемое вертикальное суммирование в отличие от горизонтального суммирования при нахождении кривой рыночного спроса на частное благо)¹⁰.

Таким образом равновесие на рынке производства общественных благ — равенство суммарной предельной выгоды (готовности платить) потребителей цене (предельным затратам), по которой данное количество общественного блага готов предложить производитель, т. е. чаще всего государство. В точке равновесия можно говорить об оптимальном объеме произведённых общественных благ, в соответствии с потребностями общества.

Практикой подтверждается невозможность предоставления общественного блага в чистом виде, поэтому те блага, что в обычной жизни условно считаются общественными, несут на себе определяющие черты таковых, но не отвечают им полностью. Общественное благо по определению не может приносить прибыль, поскольку доступ к нему не может быть ограничен (т. н. проблема безбилетников). В этой связи возможно рассматривать "образование" или, точнее, комплекс предоставляемых населению образовательных услуг, в том числе высшего профессионального образования, где производителем выступает в большинстве случаев государство,

⁹ См. об этом: *Гневашева В.А.* Значимость понятия "общественное благо" при формировании рынка образовательных услуг // Экономика образования. № 1, 2012. С. 112–114.

¹⁰ Экономика общественного сектора: учебник для вузов / Под ред. Л.И. Яковсона, М.Г. Колосницыной. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2014. С. 108.

как общественное благо. Принято считать, что высшее образование имеет три социально обозначенные функции:

- подготовка высококвалифицированного персонала (функция преподавания);
- производство новых знаний (исследовательская функция);
- оказание услуг обществу.

"Признание высшего образования правом человека влечёт за собой необходимость признания его общественным благом, которое должно быть доступно всем „обладающим достаточными способностями“, что подтверждает необходимость соблюдения свойства неисключаемости при распределении данного блага, характерного именно для общественных благ. Положение о необходимости постепенного перехода к бесплатному высшему образованию также свидетельствует о том, что высшее образование понимается как общественное благо. Предоставление его при условии „достаточных способностей“ — единственный механизм исключительности"¹¹.

Экономическая теория определяет рынок высшего образования как интеллектуально обусловленную систему, где спрос на продукт удовлетворяется высшими учебными заведениями. Появление платных форм обучения предполагает формирование рыночных отношений и определение цены подобного рода услуг, роста значимости определения образовательных услуг, в том числе, и как частного блага. Рынок высшего образования возникает вместе с реформированием иных сфер хозяйственной жизнедеятельности общества с целью создания из образования как общественного блага коммерческого продукта или частного блага, отвечающее всем его характеристикам. Но социально значимая роль рассматриваемого продукта не может определить образование как чистый продукт рынка. Таким образом, рынок образовательных услуг высшего профессионального образования носит двойственный характер: как общественного, где благо финансируется государством и представляется "условно" бесплатным для потребителя; и частного, где цена блага определяется рыночным механизмом и, в частности, потребительским спросом и оплачивается непосредственно потребителем.

Возможность становления блага "образовательные услуги высшего профессионального образования" как частного формируется и в связи с существующей неотделимостью системы образовательных услуг от рынка труда, как конечного потребителя. Тот продукт, что будет сформирован в результате прохождения через образовательные механизмы, в конечном счёте будет оценён на рынке труда потенциальным работодателем. В связи с этим производительность спроса на рабочую силу определяет невозможность полной оценки потенциала работника, а, соответственно, и оценки необходимого объёма инвестирования в будущем для производства аналогичных рабочих качеств.

Высшее образование можно определить как благо, в том числе постольку, поскольку большинство выпускников вузов пользуются преимуществами своей подготовки, получая согласно теории инвестиций в человеческий капитал на протяжении последующий жизни изначально более высокий

¹¹ См. об этом: *Гневашева В.А.* Молодёжь России: особенности профессионального становления. М.: РГНФ, 2012. С. 82–83.

доход, нежели те, кто возможности обучаться предпочёл трудовую деятельность и тем самым единственной по сути дела формой обучения для себе определил "обучение на рабочем месте", что естественно несопоставимо по объёму получаемых знаний и навыков с университетским образованием, зато наличие узкой практической направленности и даёт возможность обладателю этих навыков согласно своей ставке дисконтирования уже сегодня получать определённый доход от своей трудовой деятельности.

Очевидно, что высшее образование имеет как социальные, так и индивидуальные аспекты, тесно связанные между собой. Ответственность общества является необходимым условием существования государственной системы высшего образования. Лиссабонская конвенция¹² основана на концепции государственных систем высшего образования. Болонский процесс¹³ представляет собой взаимодействие опять-таки государственных систем высшего образования в условиях глобализации.

Предложение блага "образовательные услуги высшего профессионального образования" как частного обусловлено существующим платежеспособным спросом населения на него. В связи с этим возникает проблема определения "образовательных услуг высшего профессионального образования" как блага, являющегося в конечном итоге элементом потребления, что обуславливает формирование цены, поскольку само благо "образовательные услуги высшего профессионального образования" есть система взаимосвязанных элементов, а именно: диплом, знания, престиж вуза и т. д., определяющих его конечную стоимость.

Рациональность выбора учебного заведения предопределена желанием студентов, их стремлениями работать по специальности и получать доход, найти высокооплачиваемую или подходящую им по иным критериям работу.

Общая динамика студенческих оценок идёт по пути динамического развития согласно общему развитию внешней среды и общества, рефлекслируясь в сознании молодёжи изменением позиции в процентном соотношении, но не изменением базовых ценностей.

Механизм взаимодействия рассмотренных агентов социализации как регрессоров социальной модели формирования рабочей силы с определяемой переменной "профессиональная идентификация" стоит рассматривать в определённом социальном поле, которое следует описать понятием "социальная экономика".

Социальная экономика как социальное поле профессиональной идентификации молодёжи

Социальная экономика как особый вид экономики в целом направлена на более детальное видение человека и его хозяйственной функции в государстве и обществе. Знание социальной экономики позволяют прогнозно

¹² Официальный документ "Лиссабонская конвенция". URL: http://iqa.kz/images/Лиссабонская_Конвенция_о_Признании.pdf (дата обращения: 13.09.2016).

¹³ Основные документы Болонского процесса. URL: <http://www.sde.ru/files/t/pdf/18.pdf> (дата обращения: 13.09.2016).

оценивать возможности развития общества отдельного государства. В связи с этим значимой является возможность использования методологических основ социальной экономики для так называемого "социального измерения экономики", что можно определить как степень включения экономического субъекта в социальную систему общественного перераспределения экономических благ.

Важность этой задачи возможно определить лишь в современном исключительно экономическом обществе с правовыми основами социального государства, побуждающими общество включаться в систему общественного перераспределения, соучаствовать государству в реализации его социальной функции, в том числе формируя и развивая общественный сектор экономики.

Социальная модель формирования рабочей силы, представленная регрессорами: личность, семья (малая социальная группа), вуз и объясняемой переменной "профессиональная идентификация", рассматриваемая в социальном поле — "социальная экономика" имеет своей целью достижения результата в виде наращивания и повышения качества социального капитала общества, что следует определять как результат функционирования представленной модели.

В связи с этим конкретизируя результирующий показатель модели, следует отметить, что социальный капитал требует основой своего формирования либеральное общество и свободный конкурентный рынок. Экономическими преимуществами наращивания социального капитала выступает снижение издержек обществом, в частности издержек транзакционных, что опять же повышает возможности оптимального распределения ресурсов и достижения конкурентного равновесия между включёнными в социальное поле формирования социального капитала контрагентами. Как и другие формы капитала, капитал социальный приносит дивиденды по факту его использования, причём максимизация индивидуальной функции полезности использования социального капитала достигается в социальной сфере его формирования и распределения.

С экономической точки зрения профессиональная идентификация может быть сущностно заменена категорией спроса индивида в отношении потребления социального капитала. При отсутствии индивидуального спроса индивид может быть включён в производство социального капитала, но выбор для него не будет являться рациональным, соответственно он не будет и продуктивным в производстве данного социального капитала и включённость его в данный процесс производства не будет приводить к максимизации его собственной функции полезности. Более того, его индивидуальное поведение, в том числе девиантного характера, может приводить и к снижению производимого социального капитала данного общества, а при увеличении количества подобных индивидов — и к возможному уничтожению социального капитала рассматриваемого общества.

Создаваемый и поддерживаемый в межличностных и межгрупповых отношениях, социальный капитал всё же не стоит определять через понятия социальной сплочённости или социальной солидарности. В то же время к процессу производства социального капитала вряд ли применимы понятия социальной аномалии, то есть усиление социального неравенства, что скорее отразится не столько на самом производстве социального

капитала, сколько на дифференциации сфер его использования, усилении и усложнении социальных связей перераспределения социального капитала, социальном "удорожании" его потребления.

* *
*

Предложенное описание социальной модели формирования рабочей силы позволяет более детально рассмотреть процесс построения и использования социальных связей в контексте воспроизводства, распределения и использования трудовых ресурсов, на этапе профессиональной ориентации и профессиональной подготовки рабочей силы. С учётом представленных теоретических оценок, методологических обоснований и эмпирических исследований возможно выявить значимые переменные модели (регрессоры) и обосновать их в современных социально-экономических условиях; определить социальную экономику как социальное поле функционирования модели и результат подобного взаимодействия в виде социального капитала общества.

Ключевые слова: *рабочая сила — профессиональное образование — моделирование — социально-экономические взаимосвязи — профессиональная идентификация — социальная экономика — социальный капитал.*

Keywords: *labor force — professional education — modeling — socio-economic relations — professional identity — social economy — social capital.*

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. *Гневашева В. А.* Молодёжный сегмент рынка труда современной России. М.: Инфра-М, 2016.
2. *Гневашева В. А.* Молодёжь России: особенности профессионального становления. М.: РГНФ, 2012.
3. *Гневашева В. А.* Социальная модель формирования рабочей силы. М.: Русайнс, 2016.
4. *Гневашева В. А.* Значимость понятия "общественное благо" при формировании рынка образовательных услуг // Экономика образования. № 1, 2012. С. 112–114.
5. *Луков Вал. А.* Теории молодёжи. М.: "Канон+"; РООИ "Реабилитация", 2012.
6. *Луков Вал. А., Ковалева А. И., Гневашева В. А.* Учебно-воспитательный процесс в оценках студентов. М.: МосГУ, 2016.
7. Основные документы Болонского процесса. URL: <http://www.sde.ru/files/t/pdf/18.pdf>. (дата обращения: 13.09.2016).
8. Официальный документ "Лиссабонская конвенция". URL: http://iqaa.kz/images/Лиссабонская_Конвенция_о_Признании.pdf. (дата обращения: 13.09.2016).
9. Экономика общественного сектора: учебник для вузов / Под ред. Л.И. Яковсона, М.Г. Колосницыной. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2014. 528 с.