

СОЦІАЛЬНІ Й ДУХОВНО-КУЛЬТУРНІ НАСЛІДКИ
КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЇ ВИЩОЇ ОСВІТИ В УКРАЇНІ

Лавринович О.А., кандидат філософських наук, Національний транспортний університет, Київ, Україна

SOCIAL, SPIRITUAL AND CULTURAL CONSEQUENCES OF
THE COMMERCIALIZATION OF HIGHER EDUCATION IN UKRAINE

Lavrynovych O.A., Ph.D., National Transport University, Kyiv, Ukraine

СОЦИАЛЬНЫЕ И ДУХОВНО-КУЛЬТУРНЫЕ ПОСЛЕДСТВИЯ
КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УКРАИНЕ

Лавринович Е.А., кандидат философских наук, Национальный транспортный университет, Киев, Украина

Постановка проблеми. Українське суспільство наразі функціонує як нестабільний і кризовий соціальний організм. Воно у химерний спосіб сполучає в собі тягар пострадянського занепаду, тенденції радикального економічного й політичного реформування, тяжкі суспільні наслідки попереднього політичного правління, відчайдушні спроби відповісти на нові виклики для його державності і майбутнього. Не одне десятиліття суспільство стає «експериментальним майданчиком» для запровадження нових економічних і політичних моделей, виформування нових світоглядних і ціннісних орієнтирів, виплеску нових форм як протестного потенціалу, так і потягу до культурного відродження. Ці бурхливі процеси і зміни, можливо, найшвидше і найвиразніше позначаються на стані вітчизняної системи освіти, породжують викривлені, аберовані способи її функціонування. Один із аспектів, який вартий спеціальної дослідницької уваги – суперечливі соціокультурні наслідки комерціалізації освіти

Отже, метою даної статті є осмислення соціальних і духовно-культурних наслідків для українського суспільства процесів комерціалізації вищої освіти. Головними завданнями – охарактеризувати вплив нової соціально-економічної реальності на сферу вищої освіти України, дослідити особливості процесу комерціалізації вищої освіти, визначити та проаналізувати соціальні та духовно-культурні наслідки комерціалізації вищої освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Змінам, які відбуваються у національній системі освіти та їх взаємозв'язкам з процесами модернізації суспільства, присвячено праці В. Андрущенка, Н. Батечко, Н. Гітун, Л. Губерського, Г. Калінічева, В. Лутая, Г. Нестеренко, Г. Педченко, В. Савельєв, С. Сисоєва, О. Якименко та ін. Критичний аналіз комерціалізації освіти поданий у дослідженнях К. Калхуна, М. Квієка, С. Коваленко, Ш. Сульє, М. Щелкунова та ін. Якість і доступність вищої освіти аналізували Б. Гофрон, М. Гриценко, Н. Левчук, Т. Лукіна, В. Нікітін, О. Панфілов, О. Савченко та ін. Проблеми розвитку ринку освітніх послуг розглядали Т. Боголіб, А. Бойко, В. Дмитрієв, О. Карпюк, Р. Кігель та ін.

Виклад основного матеріалу. Визначною тенденцією розвитку сфери освіти, насамперед вищої, у сучасній Україні є її комерціалізація. Ця орієнтація пов'язана зі структурними трансформаціями освіти, які розпочалися у 90-х роках минулого століття, і спрямованих на її вбудовування в нові соціально-економічні умови. При переході до ринкових відносин і внаслідок недостатнього бюджетного фінансування освіти потрібен був пошук додаткових джерел підтримки, а вони могли виникнути лише за умов підприємницької ініціативи. Вищі почали опановувати нові перспективні види освітньої діяльності, які могли б принести зиск у майбутньому, і не лише економічний.

Новацією у системі вищої освіти у цей період стало створення недержавних вищих навчальних закладів як альтернативи державним ВНЗ, котрі фінансуються з бюджету; надання державним вишам права приймати на навчання студентів на контрактній основі.

Невдовзі ВНЗ стають суб'єктами ринкових відносин поряд із підприємствами й організаціями, що функціонують у галузі виробництва та послуг, намагаються отримувати прибуток з власної діяльності. Як наслідок почало формуватися нове інституціональне середовище платної освіти,

розвиватися «ринок освітніх послуг», стрижневими агентами якого є виробник ((продавець), (той, хто навчає)) і споживач (той, кого навчають).

Комерціалізація вищих навчальних закладів на пострадянському просторі відбувалася швидкими темпами, оскільки, на відміну від європейських, у них майже не діяли структури академічного самоуправління, здатні протистояти чи хоча б тримати під контролем ці процеси [10]. Вищі, прагнучи отримати прибуток із власної діяльності і хоча б частково компенсувати недостатнє бюджетне фінансування, розпочали інтенсивно опановувати та впроваджувати нові форми освітніх практик, розширювати ринок додаткових освітніх послуг. Йдеться про створення нових можливостей передачі й отримання знань, інформації, вмінь, навичок з метою зміни рівня освіти чи професійної підготовки споживача. З'являються відкриті університети, дистанційні форми навчання, розвивається друга освіта, очно-заочна, освіта за індивідуальними програмами тощо; запроваджуються сфери діяльності раніше не типові для профілю вишу, посилюються в діяльності ВНЗ риси другорядних інституцій, наприклад, консультативних центрів, комерційних корпорацій тощо.

Однак ініційоване державою ринкове реформування системи освіти викликало гострі дискусії як серед зацікавленої спільноти, так і серед дослідників. Усталилося кілька розбіжних точок зору щодо цієї проблеми, кожна з яких має своїх апологетів й опонентів.

Відповідно до однієї точки зору, платна освіта – це створення паралельного інституціонального середовища, в якому ринкові механізми забезпечать ефективну взаємодію між ключовими агентами: виробниками (в особі установ вищої школи), споживачами (в особі студентів) і замовниками (домогосподарствами, працедавцями) освітніх послуг, а також регулятором (в особі держави).

З іншої точки зору – це стягування додаткового й істотного за розмірами податку, що погіршує якість життя громадян «середньої» забезпеченості і суттєво знижує шанси здобути вищу освіту вихідцям із сімей зі «скромним» достатком. У платній освіті вбачається момент посилення експлуатації населення державним апаратом, який відмовляється від конституційних функцій і перекладає тягар державних витрат на бізнес і домогосподарства [4]. При цьому наголошується, що особливістю вишу як суб'єкта ринкових відносин є те, що кінцевою метою освіти у вищій школі є людина, її внутрішній світ і здоров'я (духовне, інтелектуальне, фізичне). Освіта покликана виховувати свідому особистість, пробуджувати і культивувати у ній найвищі духовні цінності та чесноти. Основний орієнтир у діяльності вищих навчальних закладів – особистість студента, його людський потенціал – духовно-моральний, інтелектуально-творчий, фізичний [9, с. 9].

Поряд із вищенаведеними точками зору, набуває поширення погляд, в якому відображені зміни, що сталися у громадській думці щодо освіти. У відповідності з ними, вища освіта трактується як «приватне благо», «що приносить вигоду тим, хто навчається чи проводить дослідження. Під таким кутом зору видається справедливим, що користувачі повинні платити за цю послугу, як вони платять за будь-яку іншу. Постачання знання стає просто ще однією комерційною операцією» [3, с. 64]. Так вираз «отримати освіту» сприймається як споживання одного з благ серед багатьох інших.

Істотним є те, що проблема комерціалізації вищої освіти не вийшла за межі компенсації бюджетного недофінансування витратами зацікавлених у ній споживачів, що загостило питання про перспективи її розвитку та доступність. Відтак, отримання вищої освіти у суспільстві, в якому формується нова система розподілу соціальних благ (матеріального добробуту, престижу, влади), стало важливою соціальною проблемою, оскільки одержана освіта, набутий професійний статус і пов'язана з ними матеріальна винагорода дають споживачу підстави претендувати на більш високу соціальну позицію та відповідний до цієї позиції престиж [8, с. 25]. Саме тому широкі верстви населення почали розглядати оплату вищої освіти як інвестицію, демонструючи високий рівень попиту на ринку освітніх послуг.

Втім, останніми роками ситуація з доступністю вищої освіти в Україні демонструє тенденцію до погіршення. Однією з причин є збільшення плати за освітні послуги. Оскільки раціональне і виважене співвідношення ціни та якості освітніх послуг у країні ще не сформоване, то зростання плати за навчання пов'язане не обов'язково з кращим викладанням, чи підвищенням витрат на комунальні послуги, оплату праці й інші операційні витрати, а з престижем вишу, тобто «культурним і соціальним капіталом» [2]. Споживачі, перебуваючи у більш «селективному» закладі, сплачують не лише за набуття знань, а й за його «бренд» і специфічні привілеї: соціальний престиж, корисні соціальні мережі, сильніших (за ідеями й освіченістю) однокурсників тощо.

На доступність освіти впливає і постійне скорочення кількості бюджетних місць і збільшення числа студентів, які змушені навчатися за власні кошти. Згідно з даними дослідження, проведеного компанією Research & Branding Group у 2011 році, за період з 2005 по 2011 рік в Україні неухильно

скорочується кількість бюджетних місць. Так, за вказаний період, державне замовлення на підготовку фахівців у вишах скоротилося з 351 тис до 182 тис [1]. Однак, якщо порівнювати 2011 та 2014 роки, то за даними Державної служби статистики України на початок 2014 року частка осіб, прийнятих до ВНЗ за рахунок державного бюджету, складала 46,1% осіб, за кошти фізичних осіб – 52,3% [7], тоді як у 2011 році за рахунок держбюджету – 39,8%, за кошти фізичних осіб – 58,8 % [7]. Попри те, що ці дані свідчать про незначне збільшення бюджетних місць порівняно з попередніми роками (переважно це стосується напрямів інженерного профілю, виробництва та будівництва), стійкою тенденцією для економічних, гуманітарних і правових спеціальностей є скорочення бюджетних місць. Отже, юридична, економічна, журналістська освіта стає досяжною лише для тих, у кого є кошти, а для більшості громадян – практично недоступною. Зазначені тенденції не оминули і природничі та сільськогосподарські напрями: у 2014 році кількість бюджетних місць на них скоротилася на 7,5% та 7,4% відповідно. Втім і цього року, з урахуванням демографічних процесів (зменшення кількості випускників на 23%), кількості зареєстрованих для участі в ЗНО та потреб ринку праці, кількість місць держзамовлення порівняно з минулим роком скоротилася на 10-12% [6].

За цих умов на фоні підвищення плати за освітні послуги, скорочення державного замовлення, низької фінансової спроможності населення, все більше стають затребуваними не престижні спеціальності та платні місця у престижних вишах, а бюджетні у менш престижних. Все частіше при виборі вишу та спеціальності вирішальним фактором стає фінансовий. Через це, все менше шансів отримати престижну освіту у вступників, батьки яких працюють у бюджетній сфері (технічна інтелігенція, вчителі, науковці), натомість найбільше – у дітей, чиї батьки належать до підприємницьких кіл. Це означає, що абітурієнти з інтелігентних сімей не зможуть отримати престижну освіту, а соціальний склад студентів чимдалі змінюватиметься не на користь цієї соціальної групи. Притому, саме інтелігенція особливо поціновує хорошу освіту й охоча дати її своїм дітям, а ті, у свою чергу, виявляють найбільшу (порівняно з іншими соціальними групами) цікавість до занять наукою. Таким чином, зміна соціального складу студентів вишів може мати наслідком переривання спадкоємності у сфері науки. А для того, щоб підтримувати рівень наукових досягнень країни, потрібен широкий доступ до вищої освіти представникам усіх верств населення. Чим більше існуватиме перешкод, тим меншою мірою буде плекатися й використовуватися інтелектуальний потенціал країни.

Споживацьке ставлення до сфери освіти породжує аксіологічні аберації. Особливістю сприйняття освіти у сучасних умовах є відхід від усвідомлення її як ціннісного ресурсу, здатного підвищити рівень та якість життя. Попри високі оцінки власне необхідності отримання вищої освіти, все менше людей вважають ознакою успіху в нашій країні гарну освіту (лише 11,8 %), самореалізацію (13,5%), натомість чимдалі більше (44,4%) – багатство (гроші), успішну кар'єру, успішний бізнес (40,7%) [11, с. 534]. Комерціалізація освіти надала можливість отримати вищу освіту широким прошарком молоді, які б ніколи за інших умов не потрапили б на лави студентства. Так, з одного боку, політика «відкритих дверей» для всіх бажаючих отримати вищу освіту відповідає новітнім вимогам часу, але, з іншого – чимало студентів, котрі пройшли конкурсний відбір на контрактну форму навчання, вчаться вельми посередньо й, отже, показують нижчі результати навчання, ніж ті, хто навчається на бюджетних місцях. Крім того, більшість студентів, які навчаються за контрактом і змушені працювати для того, щоб сплачувати за навчання, досить часто пропускають заняття, не виконують індивідуальні навчальні плани. Сплачуючи за своє навчання, студенти розуміють, що вишу не вигідно їх відраховувати, тож ставляться до навчання формально. Претензії до атестаційних показників їх знань зростають, понад те, у навчальних закладах витворюється особливий тип соціальної поведінки й етосу студентства (у т.ч. ставлення до навчального процесу і викладачів), дієвим стрижнем якого є принцип «за все сплачено». Для таких студентів диплом є мінімальною умовою виходу на ринок праці, нерідко вони не збираються працювати за отриманим фахом, доволі часто у перші роки професійної діяльності вимушені перенавчатися на робочому місці чи отримувати другу освіту. Отже, можна констатувати, що широке розповсюдження платних освітніх послуг не стимулювало студентів до більш успішного засвоєння знань, особистісного саморозвитку, а видозмінило структуру мотивів отримання вищої освіти на споживацькі.

Змінилося ставлення до навчання і в «селективних» закладах. Навчання у престижному виші, отримання брендового диплому, знайомства з відомими викладачами доволі часто набувають у свідомості молоді не меншого значення, ніж якість отриманої освіти чи професійної підготовки. А для деяких випускників вони стають не лише кар'єрними, а й доленосними чинниками. Поза тим, знаковою стає стійка тенденція до «виконавчого» розуміння більшістю студентів своїх професійних обов'язків, готовності обмежити свої функції обслуговуванням вже створених кимось ідей чи

технологій, відсутність інтенцій відкривати щось власними зусиллями думки [5, с. 11]. Все це свідчить про те, що за сучасних умов перетворення освіти на різновид споживчої послуги, цінність знань зведено до цінності пересічних послуг і товарів, якість знань взагалі перестає відігравати вагомую роль, а за мірило якості знань обирається престижність диплому й «ексклюзивність» вишу.

Крім зазначених тенденцій, вагомим наслідком комерціалізації вищої освіти є розмежування освіти та навчання, які тривалий час існували нероздільно. Орієнтація ринку освіти на вимоги споживача – бізнесу, зумовила потребу не в освіченості, а у професійній обізнаності, яка дозволяє ефективно функціонувати на ринку праці. Так, для бізнесу, який є головним споживачем на ринку освітніх послуг, освіта полягає у мінімальному наборі необхідних компетенцій працівника, що не виходять за межі вузькопрофільних вмінь. Всі компоненти освіченості, передусім, обізнаність у гуманітарній, культурній сферах, вихованні тощо, розглядаються як такі, що потребують додаткових витрат і не є обов'язковими для професійного виконання роботи. Як наслідок, сьогодишньою реальністю є невідповідність між низьким рівнем освіченості та високим професійним статусом. «Це навчені люди. Разом із тим, у суспільстві завжди буде зберігатися потреба в індивідах, здатних до повноцінного вияву своєї суб'єктності у різноманітних формах – творенні, творчості, пізнанні. Без них суспільство просто втрачає шанси на розвиток. Це освічені люди» [5, с. 17].

Висновок. Оскільки процес комерціалізації освіти ще набирає оберти, втілюється у нових формах і демонструє різні способи інституціоналізації, більшість його наслідків вповні ще не проявилися, а ті, що виявлені, припускають різне тлумачення. Безумовно, до здобутків процесу комерціалізації вищої освіти можна віднести відкриття можливостей для вишів щодо опановування нових видів і технологій освітньої діяльності, розвиток нових форм навчання, створення нових можливостей для набуття студентами знань, навичок, вмінь, компетенцій, підвищення та гарантії якості освітніх послуг. Розбудова недержавних вишів і надання права державним вищим навчальним закладам приймати на навчання студентів на контрактній основі надали можливість значним масам молоді (у т.ч. тим, які бажають, але за інших умов не змогли б отримати вищу освіту) стати студентами.

Однак наразі комерціалізація вищої освіти відбувається, головним чином, за рахунок збільшення плати за навчання. Малоприємним результатом цього є дискримінація споживачів ринку освітніх послуг на основі різної платоспроможності. І, як наслідок цієї тенденції: зростання частки неосвіченої молоді серед незаможних верств населення, посилення соціальної диференціації молоді за доступом до споживання престижних освітніх послуг (отримання освіти в престижному виші, володіння престижним дипломом тощо). Невикористання повною мірою інтелектуального потенціалу об'єктивно призводить до зниження конкурентоспроможності країни.

Переозначення освіти на сферу послуг, яка регулюється законами ринку, потягло за собою і таку тенденцію, як формування псевдоосвітніх цінностей, зведення цінності освіти до вартості звичайного товару чи послуги за формулою «за все сплачено». За відсутності інтелектуальних змагань диплом вишу зі значимою соціальною сходинок перетворюється на мінімальну умову виходу на ринок праці.

Підсумовуючи викладене, зазначимо, що у процесі комерціалізації вищої освіти, поряд із розвитком ринку освітніх послуг, повинна забезпечуватися їх якість, доступність для зацікавленої й обдарованої молоді, реальна відповідальність всіх агентів ринку і, головне, відновлення і трансляція високих освітніх цінностей. Лише за цих умов вища освіта, що функціонуватиме у нових, комерціалізованих формах, здатна зберегти своє значення одного з найвагоміших факторів стійкого розвитку як економіки, так і суспільства в цілому.

ПЕРЕЛІК ПОСИЛАНЬ

1. Витрати на освіту. Research & Branding Group, 2 березня 2012 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://rb.com.ua/ukr/marketing/tendency/8324/>
2. Калхун К. Університет у кризі? / Крейг Калхун // Спільне. [пер. з англ. І. Самохіна]. – 2010. – № 3 «Політика освіти» – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://commons.com.ua/?p=16694#more-16694>
3. Квіск М. Університет і держава: Вивчення глобальних трансформацій / Марек Квіск. [пер. з англ. Т. Цимбала]. – К.: Таксон, 2009. – 380 с.
4. Коваленко С.А. Институциональные последствия коммерциализации высшего профессионального образования: автореф. дис. на соискание науч. степени канд. соц. наук: спец. 22 00 04 «Социальная структура, социальные институты и процессы» / Сергей Александрович Коваленко. – Краснодар, 2009. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://www.dissercat.com/content/institutsionalnye-posledstviya-kommertsializatsii-vysshego-professionalnogo-obrazovaniya>

5. Николаева Е.М. Образование в обществе потребления / Е. Николаева, М. Щелкунов // *Философия образования* – 2009. - № 2 (27). – С. 11 – 19.

6. Особливості вступної компанії – 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://pedpresa.ua/132013>

7. «Основні показники діяльності вищих навчальних закладів України» початок 2014/15 навчального року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>

8. Панфілов О.Ю. Вища освіта як чинник соціальної динаміки / О. Панфілов, О. Савченко // *Вісник Національної юридичної академії України імені Ярослава Мудрого* – 2010. – № 6. – С. 20 – 26.

9. Сисоєва С.О. Вища освіта України: реалії сучасного розвитку/ С. Сисоєва, Н. Батечко. – К.: ВД ЕКМО, 2011. – 368 с.

10. Стан вищої освіти у Франції та Росії. Інтерв'ю з Шарлем Сульє та Александром Бікбовим / за ред. І. Самохіна // *Спільне*. – 2011. – № 3 «Політика освіти». – С. 35 – 39.

11. Українське суспільство 1992–2013. Стан та динаміка змін. Соціологічний моніторинг / За ред. д.е.н. В. Ворони, д.соц.н. М.Шульги. – К.: Інститут соціології НАН України, 2013 – 566с.

REFERENCES

1. Vytraty na osvitu. [Charges are on education]. Research & Branding Group, on March, 2 2012. Available at: <http://rb.com.ua/ukr/marketing/tendency/8324/> (Accessed 31 October 2015) (Ukr).

2. Calhoun C., (2006). Is the University in Crisis?. *Spilne. Polituka osvitu - General: Policy of education*, 2010, no 3. Available at: <http://commons.com.ua/?p=16694#more-16694> (Ukr).

3. Kwiek M. The university and the state. Kyiv, Takson (2009) p. 64 (Ukr).

4. Kovalenko S.A. *Institutsionalnye posledstviya komertsializatsii vysshego obrazovaniya*. Avtoreferat Diss. [Institutional consequences of commercialization of higher professional education]. Krasnodar, 2009. Available at: <http://www.dissercat.com/content/institutsionalnye-posledstviya-kommertsializatsii-vysshego-professionalnogo-obrazovaniya> (Rus)

5. Nikolaeva E.N., Shchelkunov M.D. *Obrazovanie v obshchestve potrebleniya* [Education is in society of consumption] *Filosofiya obrazovaniya - Philosophy of education*, 2009, no 2 (27), pp.11 – 19. (Rus)

6. Osoblyvosti vstupnoy kompanii. [Features of introductory company] – 2015. Available at: <http://pedpresa.ua/132013> (Accessed 31 October 2015) (Ukr).

7. «Osnovni pokaznyki diyalnosti vyshchych navchalnyh zakladiv Ukrainy pochatok 2014/2015 navchalnogo roku» [«Basic performance of higher educational establishments of Ukraine indicators» beginning school year 2014/15] Available at: <http://www.ukrstat.gov.ua> (Accessed 29 October 2015) (Ukr).

8. Panfilov O.U., Savchenko O.O. *Vushcha osvita yak chynnyk sotsialnoi dynamiky* [Higher education as a factor of social dynamics]. *Visnik Natsionalnoi yuruduchnoi akademii Ukrainy imeni Yroslava Mudrogo*. - *Visnik of the National Law Academy of Ukraine named after Yaroslav Mudriy*, 2010, no 6, 20 – 26. (Ukr).

9. Sisoeva S.O. Batechko N.G. *Vyshcha osvita Ukrainy: realii suchasnogo rozvutcu* [Higher education of Ukraine: realities of modern development]. Kyiv, VD EKMО, 2011, p. 9 (Ukr).

10. Stan vushchoi osvitu u Frantsii ta Rossii. Inteviyu z Sharlem Sule ta Aleksandrom Bibkovym. [Consisting of higher education is of France and Russia. An interview is from Sharlem Sul'e and Aleksandrom Bikbovyim] *Spilne. Polituka osvitu - General. Policy of education*. 2011 no 3 p. 35 – 39. (Ukr).

11. *Ukrainske suspilstvo 1992–2013. Stan ta dinamika zmin. Sotsiologichniy monitoiring*. [Ukrainian society 1992–2013. Condition and dynamics changes. Sociological monitoring]. 2013, Kyiv, Institute of Sociology NAS of Ukraine. (Ukr)

РЕФЕРАТ

Лавринович О.А. Соціальні й духовно-культурні наслідки комерціалізації вищої освіти в Україні / О.А. Лавринович // *Економіка та управління на транспорті*. – К.: НТУ, 2015. – Вип. 2.

В статті розглянуто особливості функціонування ВНЗ у нових соціально-економічних умовах: перехід освітньої системи до ринкових відносин, розвиток ринку «освітніх послуг», прагнення вишів

отримувати прибуток з власної діяльності тощо, окреслено різні підходи щодо ринкового реформування освіти.

Об'єкт дослідження – національна система вищої освіти України.

Мета роботи – аналіз особливостей процесу комерціалізації вищої освіти в умовах ринкової економіки, осмислення соціальних і духовно-культурних наслідків комерціалізації вищої освіти для українського суспільства.

Методи дослідження – дескриптивний та компаративний аналіз комерційної трансформації системи вищої освіти.

У роботі виявлено, що проблема комерціалізації вищої освіти переважно зведена до компенсації недостатнього бюджетного фінансування витратами зацікавлених у ній агентів, що призводить до гальмування розвитку та доступності освіти в умовах підвищення цін на освітні послуги та скорочення кількості бюджетних місць у вишах; формуванню у свідомості псевдоосвітніх цінностей і формального ставлення до освіти та знань. Особлива увага приділяється соціально-культурним наслідкам цих процесів для українського суспільства.

Наголошується на тому, що в процесі комерціалізації вищої освіти, поряд із розвитком ринку освітніх послуг, повинна забезпечуватися їх якість, доступність для зацікавленої й обдарованої молоді, реальна відповідальність всіх агентів ринку і, головне, відновлення і трансляція високих освітніх цінностей.

Результати статті можуть бути використані у системному дослідженні трансформацій національної системи вищої освіти, її висновки стануть у нагоді викладачам педагогічних дисциплін та держслужбовцям для розробки ефективних засобів оптимізації ринку освітніх послуг у країні.

КЛЮЧОВІ СЛОВА: КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ОСВІТИ, ОСВІТНІ ПОСЛУГИ, РИНОК ОСВІТНІХ ПОСЛУГ, СПОЖИВАЧ, ВИЩІ, ПСЕВДООСВІТНІ ЦІННОСТІ.

ABSTRACT

Lavrynovych O.A. Social, spiritual and cultural consequences of the commercialization of higher education in Ukraine. Economics and management on transport. Kyiv. National Transport University. 2015. Vol. 2.

This article discusses the features of functioning of universities in the new socio-economic conditions: the transition of the educational system to a market economy, "educational services" market development, the desire of universities to profit from its own activities, etc., represents different approaches to the reform of the education market.

The object of the study – national system of higher education in Ukraine.

The purpose of the article is analytical description of the peculiarities of the process of commercializing of higher education in market economy, understanding the social, spiritual and cultural consequences of the commercializing of higher education for the Ukrainian society.

Methods of research – descriptive and comparative analysis of commercial transformations of the higher education system.

The paper revealed that the problem of commercializing of higher education mainly reduced to compensate for the lack of budget financing costs involved in obtaining educational services agents, which leads to the inhibition of the development and availability of education in higher prices for education services and reduce the number of budget places in universities; forming in the minds non-educational values and attitudes towards formal education and knowledge. Particular attention is paid to the social and cultural implications of these processes for the Ukrainian society.

Author emphasizes, that in the process of commercializing of higher education along with the development of the education market should ensure their quality, accessibility for the interested and gifted youth, the real responsibility of all the agents of the market and, most importantly, reproduction and broadcast of the high educational value.

The results of the study can be used in the complex research of the system transformation of the national higher education system, its findings will be of interest to pedagogical teachers, as well as civil servants in the context of the development of effective optimizing means of the education market in the country.

KEYWORDS: COMMERCIALIZING OF EDUCATION, EDUCATIONAL SERVICE MARKET, CONSUMERS, ACADEMIC INSTITUTIONS, NON-EDUCATIONAL VALUES.

РЕФЕРАТ

Лавринович О.А. Социальные и духовно-культурные последствия коммерциализации высшего образования в Украине / Е.А. Лавринович // Экономика и управление на транспорте. – К.: НТУ, 2015. – Вып. 2.

В статье рассмотрены особенности функционирования вузов в новых социально-экономических условиях: переход образовательной системы к рыночным отношениям, развитие рынка «образовательных услуг», стремление вузов получать прибыль от собственной деятельности и т.д., обозначены различные подходы к рыночному реформированию образования.

Объект исследования - национальная система высшего образования Украины.

Цель работы - анализ особенностей процесса коммерциализации высшего образования в условиях рыночной экономики, осмысление социальных и духовно-культурных последствий коммерциализации высшего образования для украинского общества.

Методы исследования - дескриптивный и компаративный анализ процессов коммерческой трансформации системы высшего образования.

В работе выявлено, что проблема коммерциализации высшего образования преимущественно сведена к компенсации недостаточного бюджетного финансирования затратами заинтересованных в получении образовательных услуг агентов, что приводит к торможению развития и доступности образования в условиях повышения цен на образовательные услуги и сокращения количества бюджетных мест в вузах; формированию в сознании псевдообразовательных ценностей и формального отношения к образованию и знаниям. Особое внимание уделяется социально-культурным последствиям этих процессов для украинского общества.

Подчеркивается, что в процессе коммерциализации высшего образования наряду с развитием рынка образовательных услуг должно обеспечиваться их качество, доступность для заинтересованной и одаренной молодежи, реальная ответственность всех агентов рынка и, главное, воспроизводство и трансляция высоких образовательных ценностей.

Результаты статьи могут быть использованы в системном исследовании трансформаций национальной системы высшего образования, его выводы будут интересны преподавателям педагогических дисциплин, а также госслужащим в контексте разработки эффективных средств оптимизации рынка образовательных услуг в стране.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: КОММЕРЦИАЛИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАНИЯ, ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ УСЛУГИ, РЫНОК ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ, ПОТРЕБИТЕЛЬ, ПСЕВДООБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ЦЕННОСТИ, ВУЗЫ.

АВТОРИ:

Лавринович О.А., кандидат філософських наук, доцент, Національний транспортний університет, доцент кафедри філософії та педагогіки, e-mail: e_lavrynovych@ukr.net, тел. +380442805265, Україна, 01010, м. Київ, вул. Суворова, 1, к. 349.

AUTHOR:

Lavrynovych O.A., Ph.D. (philosophy), National Transport University, associate professor, department of philosophy and pedagogics, e-mail: e_lavrynovych@ukr.net, tel. +380442805265, Ukraine, 01010, Kyiv, Suvorova str. 1, of. 349.

АВТОРЫ:

Лавринович Е.А., кандидат философских наук, доцент, Национальный транспортный университет, доцент кафедры философии и педагогики, e-mail: e_lavrynovych@ukr.net, тел. +380442805265, Украина, 01010, г. Киев, ул. Суворова, 1, к. 349.

РЕЦЕНЗЕНТИ:

Бакуліч О.О., кандидат технічних наук, професор, Національний транспортний університет, декан факультету економіки, менеджменту і права, Київ, Україна.

Бондаренко В.Д., доктор філософських наук, професор, Національний педагогічний університет ім. М.П. Драгоманова, завідувач кафедри культурології, Київ, Україна.

REVIEWER:

Bakulich O.O., Ph.D. (engineering), professor, National Transport University, dean of the faculty Economics, Management and Law, Kyiv, Ukraine.

Bondarenko V.D., Ph.D., Philosophy (Dr.), professor, National Pedagogical University named after M.P. Dragomanov, head, department of Cultural Studies, Kyiv, Ukraine.