



Друга вища освіта та додаткова освіта як чинники розвитку комерціалізації в українській вищій освіті

М.В. Стригуль

Національний авіаційний університет, Київ, Україна

УДК 316.74:33:005.44:316.74:378

doi: 10.15421/171753

У статті звертається увага на сутність та особливості комерціалізації в системі вищої освіти України. Зазначається, що комерціалізація в умовах суспільства споживання є соціальним процесом перетворення знань на товар чи послугу, а відтак забезпечує посилення впливу ринкових відносин на мету та завдання вищої освіти, сприяє зростанню значущості знань як ресурсу економічного розвитку та фокусується в концепції укорінення академічного капіталізму та створення університетів ринкового типу і підприємницьких університетів, які забезпечують динамічний розвиток економіки, заснованої на знаннях. Визначаючи суть української форми комерціалізації, відзначається суттєва роль додаткової та другої вищої освіти (тобто наявність різноманітних освітніх форм, що дає змогу університету отримати прибуток у грошовій формі). Українська модель комерціалізації, яка реалізується у вищій освіті, відрізняється від американської та західноєвропейської, по-перше, спрямованістю на фінансову прибутковість, а не на економізацію інтелектуального прибутку; по-друге, своєрідним типом споживачької поведінки – консюмеризмом, яка забезпечує зростання доходності вищих навчальних закладів швидше за рахунок різноманітних додаткових послуг (тренінги, курси підвищення кваліфікації, додаткова освіта, відпрацювання занять, перескладання заліків тощо).

Ключові слова: освітня система; університет; додаткова освіта; друга вища освіта.

The second higher education and additional education as factors of development of commercialization in Ukrainian higher education

M.V. Strigul

National aviation university, Kyiv, Ukraine

The attention in the article has been drawn to the nature and characteristics of commercialization in the higher education system of Ukraine. It has been noted that commercialization in the consumer society is a social process of transformation of knowledge into a product or service. It provides the growing influence of market relations on the goals and objectives of higher education, promotes the growing importance of knowledge as a source for economic development and focuses on the concept of rooting and academic capitalism and the creation of market-oriented and entrepreneurial universities, which provide dynamic development of economy based on knowledge. Defining the essence of the Ukrainian forms of commercialization, there is a significant role of further and second higher education (that is, the presence of a variety of educational forms, which allows the University receiving the profit in the monetary form). The model of commercialization, which is implemented in Ukrainian higher education, differs from the American and Western European ones, as it is focused on financial returns, not on the economization of intellectual profit. Secondly, a peculiar type of consumer behavior, consumerism, which provides growth of profitability of higher education institutions by a variety of additional services (training, additional courses, further education, developing classes, retaking tests, etc.). The factors of development and dynamics of the Ukrainian forms of commercialization, as well as recommendations for avoiding the negative consequences of the economization and commercialization in higher education structure of modern Ukraine have been considered in the article. It has been noted that the University lost its original purpose and became a huge supermarket, which offers various kinds of knowledge. Rational action considers in the desire to buy the most qualitative product – a diploma from a prestigious University. Nowadays, the higher education system doesn't see the student as the heir of the specific epistemological tradition of knowledge, who joins many generations of scientists, but rather as a consumer of educational services, and this is the essence of the manifestation of McDonaldization. Attention is focused on that rather unfavorable socioeconomic situation of the country which causes a number of problems in the educational sphere. Educational action should be aimed at the increase of the level of public funding, creation of necessary conditions for attraction of extra-budgetary funds, the allocation of information support, formation of a transparent system of monitoring of the education's quality.

Keywords: educational system; University; modernization; additional education; second higher education.

Цитування даної статті: Стригуль М.В. Друга вища освіта та додаткова освіта як чинники розвитку комерціалізації в українській вищій освіті / М.В. Стригуль // Науково-теоретичний альманах «Грані». – 2017. – Т. 20. – № 4(144). – С. 5-9.

Citation of this article: Strigul, M.V., 2017. Druha vyshcha osvita ta dodatkova osvita yak chynnyky rozvytku komert-sializatsiyi v ukayins'kiy vyshchiy osviti [The second higher education and additional education as factors of development of commercialization in Ukrainian higher education]. Scientific and theoretical almanac «Grani» 20; 4(144), 5-9. doi: 10.15421/171753 (in Ukrainian).

Peer-reviewed; approved and placed: 14.03.2017

Второе высшее образование и дополнительное образование как факторы развития коммерциализации в украинском высшем образовании

М.В. Стригуль

Национальный авиационный университет, Киев, Украина

В статье обращается внимание на сущность и особенности коммерциализации в системе высшего образования Украины. Отмечается, что коммерциализация в условиях общества потребления является социальным процессом превращения знаний в товар или услугу, а следовательно, обеспечивает усиление влияния рыночных отношений на цели и задачи высшего образования, способствует росту значимости знаний как ресурса экономического развития и фокусируется в концепции укоренения академического капитализма и создания университетов рыночного типа и предпринимательских университетов, которые обеспечивают динамичное развитие экономики, основанной на знаниях. Определяя суть украинской формы коммерциализации, отмечается существенная роль дополнительного и второго высшего образования (то есть наличие разнообразных образовательных форм, что позволяет университету получить прибыль в денежной форме). Украинская модель коммерциализации, которая реализуется в высшем образовании, отличается от американской и западноевропейской, во-первых, направленностью на финансовую доходность, а не на экономизацию интеллектуальной прибыли; во-вторых, своеобразным типом потребительского поведения – конюмеризмом, которая обеспечивает рост доходности высших учебных заведений быстрее за счет разнообразных дополнительных услуг (тренинги, курсы повышения квалификации, дополнительное образование, отработки занятий, передачи зачетов и т. п.).

Ключевые слова: образовательная система; университет; дополнительное образование; второе высшее образование.

Постановка проблеми. Економізм і комерціалізація є глобальними тенденціями в системі вищої освіти сучасної України, які мають неоднозначний – як конструктивний, так і деструктивний для неї характер: з одного боку (конструктивного) вони є свідченням залучення її до глобального освітнього ринку через диверсифікацію освіти, втілення економічних законів ринкових відносин в освітній простір (задоволення попиту на освіту, зокрема платну, посилення конкуренції на освітньому ринку тощо), поширення процесів перетворення знань на товар; з іншого (деструктивного) вони виявляються у деформованих формах конюмеризму, тінювих та корупційних схемах надання платних освітніх послуг, низькій якості вищої освіти у більшості недержавних вищих навчальних закладах, знеціненні знань як інтелектуального ресурсу соціально-економічного розвитку країни.

Комерціалізація в умовах суспільства споживання є соціальним процесом перетворення знань на товар чи послугу, а відтак забезпечує посилення впливу ринкових відносин на мету та завдання вищої освіти, сприяє зростанню значущості знань як ресурсу економічного розвитку та фокусується в концепції укорінення академічного капіталізму та створення університетів ринкового типу і підприємницьких університетів, які забезпечують динамічний розвиток економіки, заснованої на знаннях. Постає необхідним виокремлення чинників комерціалізації та, зокрема, виокремлення ролі додаткової та другої вищої освіти з-поміж них.

Аналіз досліджень і публікацій. Вагомий внесок у сучасну соціологію освіти та дослідження питань інтернаціоналізації вищої освіти, модернізації, трансформації та ринкових відносин в освітній сфері здійснюють українські соціологи В. Астахова, В. Бакіров, Л. Герасіна, Я. Зоська, Т. Каменська, В. Кузьмін, А. Лобанова, М. Лукашевич, О. Навроцький, С. Оксамитна, В. Пилипенко, Є. Подольська, В. Правоторов, Л. Сокурянська,

Л. Хижняк, О. Хомерікі, В. Чепак, Н. Шевченко, Д. Швець, О. Якуба.

Таким чином, наукова проблема полягає у недостатній соціологічній обґрунтованості суперечностей економізму і комерціалізації – відносно нових соціальних явищ для вищої освіти в Україні, які в освітніх системах розвинутих країн світу сформувалися під впливом глобалізаційних процесів і набули значного поширення. Дослідження економізму і комерціалізації в українській освітній системі характеризується значною актуальністю, оскільки порушує проблему динаміки і розвитку модернізації і трансформації сучасної освітньої системи.

Мета дослідження – здійснити теоретико-методологічний аналіз соціальних чинників розвитку і динаміки комерціалізації в українській вищій освіті.

Виклад основного матеріалу. У результаті дослідження сучасних проблем вітчизняної освіти О. Хомерікі виявила, що основними серед зовнішніх чинників, які спричиняють трансформацію сучасної освіти, є гіпермобільність, науково-технічний прогрес, розмір державних витрат на вищу освіту та пов'язані з ними умови матеріального й фінансового забезпечення («маркетизація» вищої освіти, зміна ринків праці, «економізація» науки; а найістотношою внутрішньою проблемою в системі сучасної національної вищої освіти є повільне запровадження принципу особистісно орієнтованої освіти [3].

Л. Хижняк вважає, що глобалізаційний процес ставить перед університетською освітою цілий комплекс проблем, які важко піддаються вирішенню в межах національних політик. В Україні має активізуватися перехід до багаторівневої системи підготовки фахівців та системи неперервної освіти, що відповідає вимогам ринкової економіки [3].

Якщо говорити про Україну, то нагальною проблемою є знаходження оптимального механізму фінансування освіти, адже сучасна освіта повинна досить швидко реагувати на ринкові запити,

що неможливо здійснити без прямих інвестицій, які націлені на отримання певного результату і необхідної якості. Однак прямі інвестиції як бюджетного, так і приватного капіталу в освіту містять у собі суттєві небезпеки, пов'язані з втратою єдиної державної стратегії у цій сфері. Загалом, співвідносячи інвестиції тільки з ринковими вимогами, можна спричинити руйнування системи підготовки фахівців, незатребуваних ринком праці, проте необхідних для державного і суспільного розвитку [5].

Прямі приватні інвестиції більшою мірою орієнтовані на індивідуальні траєкторії освіти як на рівні споживача, так і на рівні роботодавця, що може не збігатися із загальними завданнями держави. Стало очевидно, що, з огляду на високий рівень необхідних інвестицій в сучасну освіту, від 4 до 6 відсотків валового внутрішнього продукту (ВВП), в якому «витрати на вищу школу, як правило, становлять від 15 до 20 відсотків усіх витрат на державну освіту» [1, с. 21], приватних інвестицій буде свідомо недостатньо.

Задля аналізу процесів економізму й комерціалізації в українській вищій школі було проведено стандартизоване анкетне опитування студентства 6 ВНЗ державної форми власності – Національного авіаційного університету, Національного педагогічного університету ім. М. Драгоманова, Київського університету ім. Б. Грінченка, Київського національного економічного університету України ім. Вадима Гетьмана, Київського торговельно-економічного університету, Київського національного університету технологій і дизайну, та 4 вишів приватної форми власності – Київського міжнародного університету (КиМУ), Європейського університету, Міжрегіональної академії управління персоналом, Університету сучасних знань (анкети на 31 і 20 запитань) (n = 875: стратифікована вибірка; контрольовані ознаки: «стать», «вік»; похибка ±2,1%, надійна ймовірність – 95,45%). Дослідження проводилось в 2 етапи. Перший етап дослідження полягав у вивченні особливостей комерціалізації в Національному авіаційному університеті та її впливу на якість надання освітніх послуг (150 респондентів). Другий етап полягав у вивченні форм прояву комерціалізації і економізму в вищій освіті України (загалом 725 респондентів). Цільовою аудиторією дослідження на різних етапах дослідження поставало студентство НАУ всіх курсів (різних інститутів): 150 респондентів студентства НАУ 1-5 курсів (всіх інститутів) та 725 респондентів – студентів - представників інших ВНЗ.

Вважаємо за доцільне обґрунтувати результати отриманого блоку по отриманню другої вищої освіти.

У сучасних умовах друга вища освіта та додаткова освіта постають певною мірою чинниками розвитку комерціалізації. 84 % опитаних респондентів зазначають необхідність її здобуття, а 66% відмічають наявність потреби у другій вищій освіті, проте неактуальність її на сьогодні.

Мотивацією до здобуття додаткової та другої вищої освіти постають сприяння кар'єрному

зростанню (34%), бажання організації власної справи (18%), саморозвиток (15%).

Наскільки потреба у здобутті другої освіти є актуальною для Вас сьогодні?

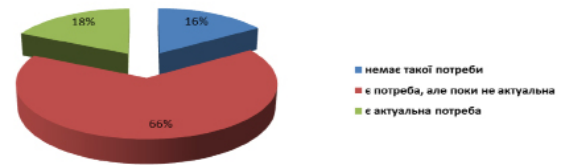


Рис.1. Актуальність потреби у здобутті другої освіти, %

Що б Вас мотивувало для здобуття додаткової освіти?

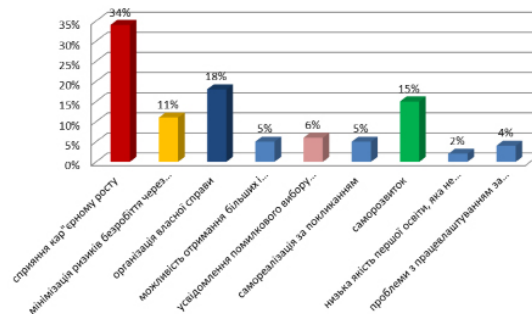


Рис.2. Мотивація до здобуття другої вищої освіти, %

Необхідно зазначити, що українське суспільство не сприймає феномена «підприємницького університету» (рис.3.). Це підтверджує теза відносно того, що більшість опитаних (60%) не визнають існування принципів підприємництва у вишах і, зокрема, створення підприємницьких засад університетів.

Аналізуючи характеристики ВНЗ, визнано, що конкурентоспроможність вищої освіти знаходиться на доволі низькому рівні, третина опитаних (29%) відзначає її конкурентоспроможність, тоді як 43% не вважають так, а третина (28%) вагаються із відповіддю. Це в цілому підтверджує цінність диплома і визнає те, що освіту в більшості здобувають задля диплому, а не для отримання знань, підвищення кваліфікації та місця на ринку праці.

Чи може на Вашу думку навчальний заклад займатися підприємницькою діяльністю?

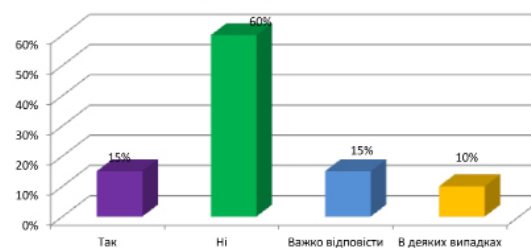


Рис. 3. Особливості підприємницької діяльності ВНЗ, %

У цілому, на основі дослідження визначено, що українське суспільство не визнає економічних засад підприємництва в університетах, натомість їх існування не заперечується в наукових колах.



Рис. 4. Конкурентоспроможність вищої освіти, %

Визначаючи суть української форми комерціалізації, відзначається суттєва роль додаткової та другої вищої освіти (тобто наявність різноманітних освітніх форм, що дає змогу університету отримати прибуток у грошовій формі).

Втім, яскравою формою прояву вищекресленої тенденції є наступне: 85% опитаних респондентів думали про здобуття другої вищої освіти, тоді як 15% опитаних відкидають таку потребу. Однак, говорячи про нагальну можливість здобуття другої вищої освіти, 66% опитаних визнає думку щодо того, що така потреба існує, але поки що неактуальна. 18% зазначає про її актуальність та 16% взагалі заперечують наявність потреби здобуття другої вищої освіти на даний час.

Цікавою є думка відносно того, якщо існує потреба другої вищої освіти, то чому може бути неактуальною. 52% опитаних вважають, що в них немає часу для додаткової освіти, тоді як 33% зазначають, що немає фінансової можливості.

Чи думали Ви про здобуття другої вищої освіти?

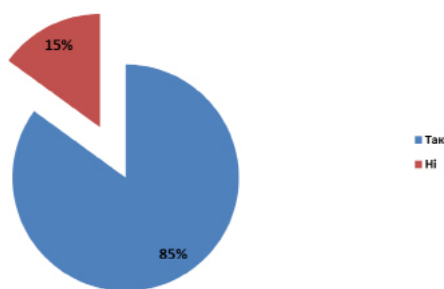


Рис.5. Ставлення до здобуття другої вищої освіти, %

При нинішньому економічному стані державне замовлення не відображає об'єктивно суспільні потреби в спеціалістах з вищою освітою. Особливість освітньої системи в тому, що її нормальне функціонування відбувається тільки тоді, коли її не пов'язують з вирішенням тимчасових завдань, а враховують перспективи економічного розвитку та

зростання потреби в певних спеціалістах. В освітній сфері всі дії та рухи мають бути зваженими, тому що вони спричиняють негативні економічні наслідки. Розвиток економіки та суспільства передбачає розширення діяльності освітньої системи. Особливу увагу слід зосередити на ВНЗ технічного профілю, тому що навчальні лабораторії технічних ВНЗ та інженерні школи сформовані протягом багатьох десятиліть.

Реформування освітньої системи за подібних умов потребує залучення в освітню сферу позабюджетних коштів. Варто забезпечити освітній системі фінансування в обсязі, не нижчому 6 відсотків ВВП. Втім, з економічної точки зору, це означатиме, що середня заробітна плата педагога має перевищувати середню зарплату у промисловості. Рівень заробітної плати не вплине на рівень творчості, проте вплине на кадровий склад та освоєння сучасних освітніх методик й оновлення освітнього процесу. Проте кошти, отримані поза бюджетом, не повинні відігравати роль бюджетозамінних, і не слід створювати умови, при яких наявність позабюджетних коштів впливатиме на обсяг бюджетного фінансування. Вони постають додатковим фактором стабільного розвитку. Пріоритетний та гармонійний розвиток системи освіти можна здійснювати лише за рахунок бюджетного державного фінансування. Правильно побудована податкова політика держави здатна забезпечити додаткове надходження позабюджетних коштів в освітню систему.

Все це в цілому сприяє появі власне української форми комерціалізації, яка відрізняється від західноєвропейської. Її суттєва різниця полягає у тенденційності, спрямованості на прибуток, консюмеризмі – своєрідному типі споживацької поведінки. В освітній системі принципи консюмеризму перенесені на введення оплати за різноманітні додаткові послуги (тренінги, курси підвищення кваліфікації, відпрацювання занять, перекладання заліків тощо). Проте зовсім не ці поняття мали б вкладатися в основу української комерціалізації.

Висновки. Таким чином, нами здійснено дослідження економізму й комерціалізації в українській освітній системі, розкрито проблему динаміки й розвитку модернізації та трансформації сучасної освітньої системи. Українська модель економізму й комерціалізації, яка реалізується у вищій освіті, відрізняється від американської та західноєвропейської, по-перше, спрямованістю на фінансову прибутковість, а не на економізацію інтелектуального прибутку; по-друге, своєрідним типом споживацької поведінки – консюмеризмом, яка забезпечує зростання доходності вищих навчальних закладів швидше за рахунок різноманітних додаткових послуг (тренінги, курси підвищення кваліфікації, додаткова освіта, відпрацювання занять, перекладання заліків тощо), а не за рахунок розробки та запровадження науково-дослідницьких, інженерно-консалтингових проектів та участі у міжнародних освітньо-економічних програмах.

БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ:

1. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования [Текст] / Д. Белл. – Москва : Academia, 1999. – 956 с.
2. Хижняк Л. М. Социокультурные барьеры модернизации бизнес-образования [Текст] / Л. М. Хижняк // Актуальные проблемы бизнес-образования: материалы XII Междунар. науч.-практ. конф., 18-19 апр. 2013 г., Минск / Белорус. гос. ун-т, Ин-т бизнеса и менеджмента технологий; редкол.: В.В. Апанасович (гл. ред.). – Минск: Изд. центр БГУ, 2013. – С. 302-306.
3. Хомерікі О.А. Трансформаційні процеси в українській вищій школі: напрямки і проблеми [Текст] / О.А. Хомерікі. // Вісник Академії праці і соціальних відносин Федерації профспілок України – 2013. – № 1 – С. 11 – 17.
4. Collini S. What are universities for [Text] / S. Collini - London : Penguin Books (Amazon Kindle version), 2012. – p. 224.
5. Ritzer G. The McDonalidization of Society [Text] / G. Ritzer – New century ed. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 2000. – 234 p.

REFERENCES:

1. Bell, D., 1999. Grjadushhee postindustrial'noe obshhestvo. Opyt social'nogo prognozirovaniya [Future post-industrial society. Experience of social forecasting]. Moscow, 956 (in Russian).
2. Hizhnjak, L., 2013. Sociokul'turnye bar'ery modernizacii biznes-obrazovaniya [Socio-cultural barriers to the modernization of business education]. Minsk, 302-306 (in Russian).
3. Homeriki, O., 2013. Transformacijni procesi v ukraïns'kij vishhij shkoli: naprjamki i problemi, [Transformational processes in Ukrainian higher education: directions and challenges]. 1, 11 – 17 (in Ukrainian).
4. Collini, S., 2012. What are universities for? / S. Collini. London, 224 (in English).
5. Ritzer, G., 2000. The McDonalidization of Society / G. Ritzer. Calif., 2000, 234 (in English).

Стригуль Марина Василівна – кандидат соціологічних наук, доцент
Національний авіаційний університет
Адреса: 03958, м. Київ, пр. Космонавта Комарова, 1
E-mail: marinka_klyov@mail.ru

Strigul Maryna V. – PhD in sociology, assistant professor
National aviation university
Address: 1, Kosmonavta Komarova Av., Kyiv, 03958, Ukraine
E-mail: marinka_klyov@mail.ru