

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

КРАВЧЕНКО АНДРІЙ СЕРГІЙОВИЧ

УДК 316.74:378(477):33

**КОМЕРЦІАЛІЗАЦІЯ ВИЩОЇ ОСВІТИ: СОЦІОКУЛЬТУРНИЙ
АСПЕКТ**

22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології

Автореферат
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата соціологічних наук

Харків – 2016

Дисертацією є рукопис

Робота виконана в Харківському національному університеті імені В.Н. Каразіна Міністерства освіти і науки України

Науковий керівник: доктор соціологічних наук, професор
академік НАН України
Бакіров Віль Савбанович,
Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна,
ректор

Офіційні опоненти: доктор соціологічних наук, професор
Чепак Валентина Василівна,
Київський національний університет
імені Тараса Шевченка,
завідувач кафедри галузевої соціології

кандидат соціологічних наук, доцент
Овакімян Ольга Сергіївна,
Харківський гуманітарний університет
«Народна українська академія»,
доцент кафедри соціології

Захист відбудеться "___" _____ 2016 р. о _____ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.051.15 Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна за адресою: 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4, ауд. 2-49.

З дисертацією можна ознайомитись у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна за адресою: 61022, м. Харків, майдан Свободи, 4.

Автореферат розісланий "___" _____ 2016 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради

І.І. Шеремет

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми дослідження. Специфіка сучасних трансформацій інституту української вищої освіти визначається низкою глобальних соціальних процесів. Зокрема, це процес масовізації вищої освіти, пов'язаний зі стрімким зростанням кількості здобувачів вищої освіти і вищих навчальних закладів, процес дигіталізації вищої освіти, породжений масштабним використанням інформаційно-комп'ютерних технологій у навчальному процесі; процес комерціалізації – наслідок глобального розширення ринкових механізмів та їх проникнення у нові суспільні сфери, зокрема в освітню. Виникає нова інституційна архітектура вищої освіти, невід'ємною складовою якої стають ринкові відносини та ринкові інститути. Для задоволення суспільно значущих освітніх потреб у цьому середовищі мають бути сформовані інші правила взаємодії, рольові репертуари, засновані на відмінних ціннісно-нормативних зразках. Проте занурення освіти у ринкові контексти, комерціалізація її навчально-освітніх та науково-інноваційних практик залишаються поки що поза інтенсивною увагою дослідників. В науковій літературі широко розглянуто різні аспекти інституційних змін в українській системі вищої освіти, однак до сьогодні не визначена масштабність процесу комерціалізації вищої освіти, форм його перебігу та впливу на якість надання освітніх послуг. Зважаючи на це, існує необхідність спеціального дослідження соціокультурних аспектів цього процесу, соціологічного аналізу характеру відповідних змін, що відбуваються в результаті комерціалізації вищої освіти.

Дослідження проблем освіти пов'язані з іменами багатьох видатних вчених, у тому числі класиків соціології М. Вебера, Е. Дюркгейма, О. Конта, К. Маннгейма, П. Сорокіна та ін. Цивілізаційній обумовленості змін у системі освіти були присвячені роботи зарубіжних дослідників – З. Баумана, Д. Белла, І. Валлерстайна, Ф. Кумбса, Б. Саймона, О. Тоффлера.

Класики структурно-функціонального підходу (Р. Мертон, Т. Парсонс) розглядали методологічні засади дослідження структури вищої освіти. Їх традиція була продовжена структуралістами, неомарксистами (зокрема П. Бурдьє, Г. Гінтісом, Р. Коллінзом, Дж. Коулманом). Підхід до системи освіти як «хаба», який структурує сучасне суспільство, закладений працями К. Дженкса та Д. Рімена.

Широке коло проблем, пов'язаних з вищою освітою, у радянські часи висвітлено в публікаціях таких дослідників, як І. Бестужев-Лада, Л. Коган, Д. Константиновський, А. Матуленіс, В. Нечаєв, Л. Рубіна, М. Руткевич, М. Тітма, Ф. Філіппов, Г. Чередніченко, В. Шубкін, В. Шукшинов, О. Якуба.

Значним внеском у дослідження проблем вищої освіти стали ґрунтовні праці в галузі філософії освіти, соціології освіти, педагогіки вищої школи українських дослідників В. Андрущенка, В. Арбеніної, В. Астахової, В. Бакірова, В. Вікторова, Г. Волинка, Л. Герасіної, М. Кисіля, І. Ковальнової, К. Корсака, В. Кременя, Н. Мозгової, О. Мещанінова, О. Навроцького, О. Овакімян, С. Плаксія, Є. Подольської, Л. Сокур'янської, В. Чепак, Ю. Чернецького, І. Шеремет, С. Щудло, та численні роботи інших дослідників.

Різноманітні інтерпретації ідеї університету, запропоновані Ю. Габермасом, В. Гумбольдтом, Дж. Ньюменом, Х. Ортега-і-Гассетом, Ф. Шеллінгом, К. Ясперсом, дістали подальшого розвитку у роботах М. Квієка, Я. Пелікана, Б. Рідінгса, а також вітчизняних науковців – А. Алексюка, К. Астахової, М. Зубрицької, М. Култаєвої, С. Курбатова, С. Пролєєва, Л. Хижняк.

У соціологічному підході до аналізу вищої освіти не можуть не звертати на себе уваги розробки концепції комодифікації та маркетизації суспільства, запропоновані у працях М. Буравого, К. Калхуна, М. Кастельса, М. Квієка, Б. Кларка, К. Поланьї, Б. Ріддінгса, Дж. Рітцера, О. Тоффлера.

Попри велику кількість публікацій, присвячених проблемам вищої освіти, слід зазначити, що в сучасній українській соціології дотепер не було представлено спеціалізованого комплексного аналізу феномену комерціалізації вищої освіти. Крім того, зберігається значна концептуальна невизначеність у використанні таких категорій, як «комерціалізація вищої освіти», «академічний капіталізм», «підприємницький університет». Залишилися недостатньо осмисленими теоретичні засади дослідження усього розмаїття проявів процесу комерціалізації у системі вищої освіти, відчувається брак емпіричних досліджень з цієї проблематики.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Основні положення дисертаційного дослідження увійшли до підготовлених здобувачем розділів заключних звітів з науково-дослідних тем кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна: «Інституціональні та соціокультурні моделі модернізації вищої освіти: світовий і український досвід (2012-2014)» (номер державної реєстрації 0112U002152; розділи 1.7 «Модель підприємницького університету: її особливості, переваги та вади» та 3.11 «Процес комерціалізації вищої освіти в Україні в оцінках експертів»), «Соціокультурні бар'єри модернізації вищої школи України: ідентифікація та шляхи подолання (2012-2013)» (номер державної реєстрації 0112U002150; розділ 1.3 «Комерціалізація вищої школи в соціокультурному вимірі»).

Мета і задачі дослідження. Метою дисертаційної роботи є розробка концептуальних засад соціологічного вивчення та прогнозування впливу комерціалізації на систему вищої освіти України.

Задля досягнення зазначеної мети були поставлені такі дослідницькі задачі:

- виявити передумови комерціалізації системи вищої освіти;
- уточнити понятійний апарат та концептуальні засади проблеми комерціалізації вищої освіти у соціологічному дискурсі;
- охарактеризувати комерціалізацію вищої освіти у концептуальному контексті «академічного капіталізму»;
- виявити основні переваги, вади та обмеження у реалізації моделі «підприємницького університету» в практиках української вищої освіти;
- з'ясувати характеристики інституційного забезпечення комерціалізації вищої освіти в процесі її модернізації;
- артикулювати підходи до соціокультурних проблем комерціалізації вищої освіти України, представлені в експертному середовищі.

Об'єкт дослідження – комерціалізація вищої освіти.

Предмет дослідження – соціокультурні особливості комерціалізації вищої освіти в сучасному українському суспільстві.

Теоретико-методологічна база дослідження пов'язана з концепціями, що розроблялись в межах підходу до розуміння вищої освіти як «хаба» (К. Дженкс, Д. Рісмен), як чинника соціальної мобільності (П. Сорокін, П. Блау, О. Данкан) соціокультурного підходу (П. Сорокін, П. Бурд'є). Дисертаційне дослідження також спиралося на положення концепцій комодифікації та маркетинга суспільства (М. Буравого, М. Кастельса, М. Квієка, Б. Кларка, К. Поланьї, Б. Ріддінгса).

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети та завдань дисертаційного дослідження використовувалися як загальнонаукові, так і спеціальні методи: аналізу та синтезу (для узагальнення теоретико-методологічних підходів до соціологічного вивчення процесу комерціалізації вищої освіти), історичного аналізу (для виділення передумов та етапів розвитку комерціалізації вищої освіти в Україні), узагальнення та порівняння (при аналізі потенціалу імплементації концепції підприємницького університету в українській системі вищої освіти), аналізу документів (для виявлення основних можливостей розвитку комерціалізаційних практик), системного аналізу (для дослідження концепцій підприємницького університету та академічного капіталізму в українському дискурсі), соціокультурного аналізу (для виділення соціокультурних проблем та наслідків комерціалізації вищої освіти). Для збору первинної соціологічної інформації використано метод стандартизованого експертного опитування, для аналізу емпіричної інформації - факторний аналіз (для виділення факторів модернізації вищої освіти України), кореляційний аналіз (для виявлення основних суб'єктів комерціалізації вищої освіти в Україні) тощо.

Емпіричну базу дослідження склали дані всеукраїнського соціологічного дослідження «Експертна оцінка модернізації вищої освіти України», здійсненого за участю автора кафедрою прикладної соціології та соціальних комунікацій соціологічного факультету Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Дослідження проведено у 2014 році методом стандартизованого експертного опитування (листопад-грудень 2014 р., n = 599).

У роботі здійснено вторинний аналіз даних всеукраїнського соціологічного дослідження Інституту Горшеніна «Сучасне студентство України» (2012 р., n = 1200), національного дослідження «Освіта в Україні» компанії Research and Branding Group (2010 р., n = 2075) та загальнонаціонального опитування студентів «Вища освіта в Україні: громадська думка студентів» Фонду «Демократичні ініціативи» імені Ілька Кучеріва (2015 р., n = 1001).

Також у роботі здійснено аналіз даних Державної служби статистики України (2004-2014 рр.).

Наукова новизна одержаних результатів полягає у розробці концептуальних засад вивчення впливу процесу комерціалізації на систему вищої освіти з урахуванням соціокультурних реалій сучасного українського суспільства, а саме:

вперше:

- виявлено та систематизовано передумови комерціалізації системи української вищої освіти, зокрема: діяльність приватних ВНЗ; використання додаткових платних освітніх послуг; навчання студентів за кошти фізичних та юридичних осіб у державних та приватних ВНЗ; проведення орієнтованих на ринок наукових досліджень в університетах;

- виявлено та охарактеризовано три етапи виникнення та розвитку комерціалізації у системі вищої освіти України: етап стихійної комерціалізації (з 1991 по 2002 рік); другий етап – етап інституціоналізації ринкових відносин у системі вищої освіти (2002-2014 рр.). Третій етап триває зараз і відбувається в умовах зростаючої конкуренції української системи вищої освіти з іншими (зокрема європейськими) освітніми системами в умовах глобалізаційних процесів;

- виявлено та проаналізовано основні потенційні наслідки комерціалізації в соціокультурному аспекті вищої освіти в Україні. Зокрема, для культурної сфери основними потенційними наслідками є поява прямої конкуренції у групах викладачів, науковців, управлінців та студентів, перехід від колективної свідомості студентів та викладачів до індивідуалізованої; у політичній сфері – зменшення залежності університетів від держави, зменшення загальної кількості вищих навчальних закладів; в економічній – зменшення державних витрат на вищу освіту, збільшення витрат інноваційного бізнес-середовища на підготовку фахівців з вищою освітою, зростання кількості освітніх кредитів та факторів ризику, пов'язаних з цим процесом; в соціальній – зменшення загальної кількості здобувачів вищої освіти через зменшення її доступності;

- на підставі результатів експертного опитування встановлено, що в оцінках викладачів українських вищих навчальних закладів комерціалізація є найменш вагомим фактором модернізації вищої освіти в порівнянні з факторами новацій у навчальному процесі, якості та змісту вищої освіти, організації навчального процесу;

удосконалено:

- соціологічну інтерпретацію поняття «комерціалізація вищої освіти», під яким розуміється процес входження в сферу вищої освіти ринкових відносин, що змінюють структуру, завдання, функції вищої освіти загалом та окремих вищих навчальних закладів, створюють широке коло додаткових освітніх послуг;

- соціологічну інтерпретацію поняття «академічний капіталізм», під яким розуміється не просто ринкова або ринковоподібна діяльність науково-освітньої організації, а також її співробітників, із пошуку зовнішніх коштів, але ринкова або квазіринкова діяльність вищого навчального закладу, а також його співробітників із залучення зовнішніх коштів як за рахунок збільшення кількості студентів, здатних запропонувати вищу плату за навчання, так і за рахунок орієнтованих на ринок досліджень та грантових проектів;

- соціологічну інтерпретацію основної форми прояву комерціалізації в сучасній вищій освіті – підприємницького університету, під яким розуміється не просто університет, співробітники і студенти якого повинні бути підприємцями, але вищий навчальний заклад, що рівноцінно поєднує академічні традиції та

підприємницьку діяльність, основою якого є класичні академічні структури, а процес комерціалізації здійснюється співробітниками з розвиненою підприємницькою культурою;

дістало подальший розвиток:

– уявлення про соціокультурні проблеми комерціалізації вищої освіти України, актуальні для викладацького середовища, в тому числі: необхідність концентрувати управління процесами комерціалізації у спеціалізованих університетських структурах, співробітники яких мають розвинену підприємницьку культуру; недостатнє використання зарубіжного досвіду у створенні підприємницьких університетів в Україні; недостатність умов для активного залучення професорсько-викладацького складу вищих навчальних закладів до реалізації міжнародних грантових проектів; слабку співпрацю з роботодавцями та низьку зацікавленість останніх у розвитку професійних навичок майбутніх спеціалістів;

– уявлення про групу суб'єктів розвитку комерціалізації вищої освіти серед викладачів вищих навчальних закладів України: їхня орієнтовна кількість, соціальний портрет, професійна орієнтація.

Практичне значення дисертаційної роботи полягає у можливості використання його результатів для обґрунтування розробки державних програм, законодавчих актів та управлінських рішень на рівні центральних та регіональних органів влади, спрямованих на гармонізацію та оптимізацію впливу процесу комерціалізації на систему вищої освіти України, створення умов для диверсифікації джерел фінансування університетських бюджетів; розвитку та вдосконалення використання фондів сталого розвитку провідними вищими навчальними закладами.

Результати досліджень дисертанта було використано у навчальному процесі Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна, зокрема при викладанні таких навчальних дисциплін, як «Соціологія» та «Соціологія економіки».

Результати дисертаційного дослідження також можуть використовуватися в освітньому процесі у вищій школі при викладанні такої навчальної дисципліни, як «Соціологія освіти».

Особистий внесок здобувача. Робота є самостійним науковим дослідженням здобувача. Наукові результати і висновки, що містяться в дисертації, отримані автором особисто. З наукових праць, які опубліковані у співавторстві, у дисертації використано лише ті ідеї та положення, що належать автору. Внесок автора у публікаціях у співавторстві конкретизовано у списку опублікованих праць за темою дисертації.

Апробація та впровадження результатів дослідження. Основні положення дисертаційного дослідження доповідалися та обговорювалися на VI Міжнародній науковій конференції студентів та аспірантів «Соціологія у (пост)сучасності» (Харків, 2008), Міжнародній науково-практичній конференції «Фактори та умови модернізації предмету досліджень представників суспільних наук» (Дніпропетровськ, 2013), Міжнародній науково-практичній конференції «Суспільні науки: напрямки та тенденції розвитку в Україні та світі» (Одеса, 2013), VI Міжнародній науковій конференції «Одеські читання з соціальних наук»:

«Соціальні й політичні трансформації в кризовому суспільстві: локальні, регіональні та глобальні виміри» (Одеса, 2013), Другій Міжнародній науково-практичній конференції «Політологія, філософія, соціологія: контури міждисциплінарного перетину» (Одеса, 2014).

Висновки та основні положення дисертаційного дослідження обговорювалися на теоретичних семінарах кафедри прикладної соціології та соціальних комунікацій і соціологічного факультету Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна.

Публікації. Основні ідеї та результати дисертаційного дослідження відображено у 8 наукових публікаціях, з них: 4 публікації у фахових виданнях України з соціологічних наук, 1 стаття в іноземному періодичному виданні, 3 тези доповідей на всеукраїнських та міжнародних науково-практичних конференціях.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, що містять підрозділи, висновків до кожного розділу та загальних висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг дисертації – 181 сторінка, з яких основного тексту – 160 сторінок. Робота містить 27 таблиць, 14 рисунків. Список використаних джерел обсягом 19 сторінок включає 166 найменувань.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми дослідження, охарактеризовано наукову проблему, показаний зв'язок роботи з науково-дослідними проектами кафедри, плановою науковою тематикою, визначено мету і задачі, об'єкт і предмет, методи дослідження, викладено наукову новизну й практичне значення одержаних результатів, подано відомості про апробацію результатів і публікації автора.

У першому розділі **«Теоретико-методологічні засади соціологічного дослідження соціокультурного аспекту комерціалізації вищої освіти»** розглянуто сутність вищої освіти з точки зору різноманітних підходів до вивчення освіти як такої, зокрема неоінституціонального підходу, який розглядає освіту в якості базового соціального інституту, що динамічно впливає на соціальні інститути культури, сім'ї, релігії, економіки та залежить від них.

У підрозділі 1.1 *«Передумови комерціалізації системи вищої освіти»* розглянуто основні причини та передумови виникнення комерціалізації системи вищої освіти. Системний підхід ставить своєю метою пояснення соціальних форм освіти, які формують знання і поведінку індивідів, організовують рівновагу в суспільстві. У рамках цього підходу освіта розглядається крізь призму її організаційної побудови, структури, функцій, взаємодії з зовнішніми щодо системи освіти факторами.

Серед найбільш вагомих передумов комерціалізації вищої освіти виділено наступні:

По-перше, скорочення фінансування вищої школи з боку держави. Це пов'язано з фундаментальною трансформацією ролі національної держави в глобалізованому світі, і тому не передбачає повернення до колишньої системи

фінансування вищої школи. Саме ця причина є найважливішою серед витоків процесу комерціалізації у вищій освіті України.

По-друге, поява безлічі нових можливостей для отримання доходу, що відкриваються перед ВНЗ завдяки виникненню складних і наукоємних технологій, які змінюють характеристики сучасної економіки.

По-третє, поява нових бізнес-можливостей для отримання доходів, які не пов'язані зі звичайною науково-викладацькою діяльністю. Наприклад, відрахування за використання бренду ВНЗ на сувенірній продукції, торгівля такою продукцією тощо.

По-четверте, зростання конкуренції з боку вищих навчальних закладів, в тому числі й через збільшення кількості освітніх установ. Підвищення рівня конкуренції на ринку освітніх послуг веде до необхідності активного залучення нових ресурсів у боротьбі за «клієнтів».

У підрозділі 1.2 *«Комерціалізація вищої освіти у контексті академічного капіталізму»* розглянуто важливий елемент сучасної системи вищої освіти – академічний капіталізм. Поняття академічного капіталізму знайшло у розділі суттєве вдосконалення і розширення; його трактовано як ринкову або квазіринкову діяльність вищого навчального закладу, а також його співробітників, із залучення зовнішніх коштів як за рахунок залучення більшого числа студентів, здатних запропонувати вищу плату за навчання, так і за рахунок збільшення кількості орієнтованих на ринок досліджень та грантових проектів. Показано, що політика академічного капіталізму є визначальною у процесі комерціалізації вищої освіти, включенні людського та соціального капіталу у систему конкуренції університетських професорів в освітніх системах, де вища освіта комерціалізована.

У підрозділі 1.3 *«Комерціалізація вищої освіти в ракурсі соціокультурного підходу»* розглянуто проблему комерціалізації вищої освіти з точки зору соціокультурного підходу. Проаналізовано ліберальне тлумачення комерціалізації вищої освіти та його критика, представлені в першу чергу у працях російських соціологів, які досліджують схожі умови розвитку комерціалізаційних процесів в освітньому середовищі. Також проаналізовано вплив потенційної децентралізації освітньої політики на фінансове становище вищих навчальних закладів на прикладі аналогічного процесу в американській системі вищої школи.

У другому розділі дисертаційної роботи **«Сучасні комерціалізаційні практики системи вищої освіти»** розглянуто поширені комерціалізаційні практики та їхні соціокультурні особливості.

У підрозділі 2.1 *«Комерціалізація вищої освіти як соціокультурний процес»* розглянуто комерціалізацію вищої освіти як соціокультурний процес.

В процесі модернізації вищої освіти актуалізується проблема комерціалізації вищої школи, оскільки від її вирішення залежить поява додаткових джерел фінансових надходжень для проведення такої модернізації. Процес комерціалізації вищої школи дозволяє збільшити бюджети університетів, диверсифікувати джерела позабюджетного фінансування, знизити залежність від виділення коштів на їх функціонування і розвиток з державного бюджету. Однак цей процес має не лише позитивні сторони. Існують значні ризики, що стосуються зниження якості та

доступності вищої освіти. Дотримання балансу між необхідністю залучення додаткових коштів і високими вимогами до випускників університету є надзвичайно складною проблемою. У такій ситуації вищим навчальним закладам важко утриматися від спокуси збільшити надходження до свого бюджету шляхом зниження вимог до власних випускників і збільшення їх кількості, що негативно відбивається на якості підготовки фахівців.

У підрозділі 2.2 *«Соціокультурні ефекти комерціалізації вищої освіти»* визначені основні ефекти від проблем, що спричиняються комерціалізацією вищої освіти. Шляхом розв'язання цього завдання є виділення дисертантом трьох етапів розвитку комерціалізації в Україні.

Хронологічні межі першого повноцінного етапу комерціалізації вищої освіти в Україні обмежені проголошенням незалежності України у 1991 році та початком 2002 року, коли було прийнято і введено в дію Закон України «Про вищу освіту». У цей період комерціалізація української вищої освіти відбувалася шляхом нецільеспрямованих і хаотичних дій. Відсутність врегульованих правил, норм та обмежень на тлі економічної кризи сприяло певній деформації функцій вищої освіти. За цей період кількість осіб, що навчаються за контрактом, бурхливо збільшилася, виник особливий соціальний тип «студент-контрактник» з притаманними йому особливостями цінностей (ціннісна орієнтація на заробляння грошей та на формальне отримання диплому про вищу освіту), норм (диплом є важливішим за знання) та установок (гроші у першу чергу, а за них можна «купити» диплом, «студент-контрактник має право на полегшене навчання»). Університетське майно та приміщення активно здаються в оренду та експлуатуються не за призначенням. Відбувається переорієнтація абітурієнтів на навчання за економічними, юридичними спеціальностями, напрямками, пов'язаними із сервісними секторами економіки. Збільшується конкуренція не тільки за місця державного замовлення, але й за місця навчання за кошти фізичних осіб.

Другий етап комерціалізації вищої освіти України пов'язаний зі змінами у законодавчому полі. Він орієнтовно тривав з 2002 року по 2014 рік, коли було прийнято нову редакцію закону України «Про вищу освіту». Цей етап можна охарактеризувати як етап «наступу ринку». У цей час остаточно формується ринок освітніх послуг, законодавчо визначаються особливості платної освіти в українських вищих навчальних закладах. В той же час встановлюються деякі обмеження, що деформують діяльність українського ринку освітніх послуг. Цей період також можна назвати певним ренесансом комерціалізації, оскільки зі збільшенням кількості студентів, що отримують вищу освіту, відбувається значний приріст студентів-контрактників на хвилі загального економічного розвитку країни.

Третій етап розпочався після прийняття нової редакції закону України «Про вищу освіту» і зараз знаходиться у своїй початковій фазі. Фактично це етап виходу українського ринку освітніх послуг на глобальний рівень. Про це сигналізують зміни в законодавстві, направлені на подальший розвиток комерціалізаційних практик українських вищих навчальних закладів, і декларований державний курс на повноцінну інтеграцію в європейський освітній простір. До того ж в умовах економічної кризи існує нагальна необхідність подальшого розвитку

позабюджетних джерел фінансування системи вищої освіти, що цілком реально із залученням ресурсів європейського та світового освітніх ринків. Така періодизація дозволяє детальніше проаналізувати передумови та наслідки процесу комерціалізації вищої освіти.

У підрозділі 2.3 *«Переваги, вади та обмеження реалізації моделі «підприємницького університету» у практиках вищої освіти»* особливу увагу приділено моделі «підприємницького університету» як провідній сучасній моделі фінансово успішного університету, яка зберігає основний зміст самого університету, не перетворюючи його на корпорацію, орієнтовану виключно на прибуток.

Дисертантом удосконалено соціологічну інтерпретацію підприємницького університету, під яким розуміється вищий навчальний заклад, що рівноцінно поєднує академічні традиції та підприємницьку діяльність, основою якого є класичні академічні структури, а процес комерціалізації здійснюється співробітниками з розвиненою підприємницькою культурою.

У підрозділі розглянуто класичну модель підприємницького університету Б. Кларка та проаналізовано потенціал її імплементації в українську систему вищої освіти. На підставі проведеного аналізу визначено, що прямій імплементації такої моделі в умовах української системи вищої освіти може стати на заваді ряд бар'єрів, здатних деформувати введення моделі підприємницького університету в систему вищої освіти України:

- нерозвиненість високотехнологічного та інноваційного бізнес-середовища, яке було б здатне забезпечити серйозними науковими прикладними дослідженнями університетські структури;
- значна кількість вищих навчальних закладів, що зумовлює розпорошеність коштів з державного бюджету на систему вищої освіти, в т.ч. на наукову діяльність;
- орієнтація концепції підприємницького університету, в першу чергу, на профільні та технічні вищі навчальні заклади, яким простіше здійснювати пошук наукових і бізнес-грантів для прикладних дослідницьких проектів, їх швидкого та ефективного впровадження у виробництво;
- несформованість підприємницької культури в українському суспільстві, неготовність виходити на ринок з інноваційними проектами з високою питомою вагою дослідницької складової у виробництві нового продукту;
- відмінність від європейської та американської системи вищої освіти, де практично весь науковий продукт за державним замовленням реалізується в рамках університетів, що дозволяє їм створити серйозні науково-технічні лабораторії та дослідницькі центри.

Встановлено, що концепція підприємницького університету є досить привабливою з точки зору залучення додаткового фінансування, розвитку університетської структури, виживання університету. Впровадження даної концепції в сучасну систему української вищої освіти може сприяти модернізації університетів, підвищенню їх конкурентоспроможності, успішному виходу на міжнародний освітній ринок. Однак можливі проблеми адаптації підприємницької моделі можуть стати перепоною для не готових до даного процесу вищих навчальних закладів, що не здатні піти на такий високий ризик, фактично поставити

на карту існування самого університету. Дана обставина, безумовно, є важливим критерієм створення підприємницького університету, адже готовність до ризику і грамотне планування своєї діяльності є найважливішими характеристиками підприємництва як такого.

У третьому розділі дисертаційної роботи **«Характеристика сучасних комерціалізаційних практик в українській вищій освіті»** розглядаються результати проведеного емпіричного дослідження. Враховуючи орієнтацію думок експертів на залучення додаткових фінансів через збільшення контингенту іноземних студентів, важливим елементом системи вищої школи України повинні стати бренди університетів, особливо їхнє міжнародне наповнення. Тому розвиток і формування таких брендів і позитивного образу вищої освіти в Україні можна віднести до рекомендацій як для самих університетів, так і для центральних органів виконавчої влади.

У підрозділі 3.1 *«Інституційне забезпечення комерціалізації вищої освіти в процесі її модернізації»* проведено факторний аналіз базових орієнтацій викладачів вітчизняних вищих навчальних закладів у їх оцінці результатів модернізаційних процесів у вищій школі України. Виявлено чотири основні фактори, на які звертають свою увагу експерти при оцінці процесу модернізації вищої освіти: найбільш вагомим є фактор новачів в учбовому процесі (пояснює 22,061% дисперсії), другим за важливістю фактором виступає фактор організації контролю знань студентів (пояснює 13,265% дисперсії), третім є фактор організації учбового процесу (пояснює 9,635% дисперсії), а найменш затребуваним виступає фактор комерціалізації вищої освіти (що пояснює 8,305% дисперсії).

Розширено уявлення про суб'єктів розвитку комерціалізації вищої освіти серед викладачів вищих навчальних закладів України, їхню орієнтовну кількість, соціальний портрет, професійну орієнтацію. Майже кожен п'ятий викладач (22%) відзначає важливість розвитку комерціалізації вищої освіти в Україні. 68% з них – представниці жіночої статі, дві третини знаходиться у віці приблизно до 44-х років, та з науково-педагогічним стажем близько 10 років. Більшість суб'єктів розвитку комерціалізації у системі вищої освіти є представниками гуманітарного профілю (64%) та мають науковий ступінь кандидата наук (60%), або поки що не мають наукового ступеня взагалі (23%).

Здійснено аналіз відповідей експертів з питань оцінки проявів процесу комерціалізації в системі вищої освіти України. Більшість експертів, які відповіли на питання щодо розуміння комерціалізації вищої освіти, визначили її як характеристику, пов'язану з введенням плати за навчання, появою платної освіти і збільшення кількості студентів-контрактників, а також введенням плати за додаткові послуги – 32%. Наступну групу визначень можна об'єднати загальною характеристикою приходу ринкових відносин до вищої освіти – 28%. На зменшення державного фінансування та пошук власних джерел фінансування вищих навчальних закладів вказали 13% експертів, що відповіли на питання, а комерціалізацію наукових розробок і поповнення бюджету вищих навчальних закладів за рахунок науково-дослідної роботи – 10%. Такий розподіл думок

говорить про доволі узагальнене уявлення експертного середовища про процес комерціалізації вищої освіти.

Більшість експертів вбачає основним проявом комерціалізації вищої освіти появу та розвиток контрактної форми навчання. Так, 49 % експертів відзначають основним таким проявом збільшення кількості вітчизняних студентів-контрактників, 35 % – збільшення кількості іноземних студентів-контрактників, а 39 % говорять про збільшення вартості контрактного навчання як прояв комерціалізації вищої освіти. Наступною групою чинників виступають фінансові прояви комерціалізації. 44 % експертів вважають, що таким проявом є зменшення державного фінансування вищої освіти, 33% говорять про введення плати за додаткові послуги. На такий негативний, хоч і не завжди явний, прояв комерціалізації вищої освіти, як зменшення цінності знань при збільшенні цінності диплома, вказали 31% експертів.

Лідерами серед основних джерел фінансування вищих навчальних закладів в оцінках експертів є доходи від навчання вітчизняних студентів за контрактом та фінансування з державного бюджету (по 68 %). Перше місце доходів від навчання студентів-контрактників пояснюється не тільки наявністю у вибірці експертів з приватних вищих навчальних закладів, де це найбільша стаття формування бюджету, але й широкою практикою контрактної форми навчання у державних вищих навчальних закладах. За оцінками експертів, третину (33 %) від свого бюджету вищі навчальні заклади отримують від навчання іноземних студентів. Тобто така діяльність стає одним з основних джерел прибутку вітчизняних університетів, що робить актуальним питання про цілеспрямоване формування бренду українських університетів на міжнародному рівні, а також формування позитивного іміджу вищої школи України взагалі, що є завданням центральних органів виконавчої влади. Успішне формування брендів вітчизняних університетів дозволить залучити більшу кількість іноземних студентів та почати переорієнтацію з освітніх ринків країн «третього світу» на більш розвинуті країни, що сприятиме покращенню репутації вітчизняних вищих навчальних закладів.

У підрозділі 3.2 *«Соціокультурні проблеми комерціалізації вищої освіти України в експертних оцінках викладачів»* акцентується увага на розвитку уявлень про соціокультурні проблеми комерціалізації вищої освіти України, актуальні для викладацького середовища, в тому числі: необхідність концентрації управління процесами комерціалізації в спеціалізованих університетських структурах, співробітники яких мають розвинену підприємницьку культуру; недостатнє використання зарубіжного досвіду у створенні підприємницьких університетів в Україні; брак умов для активного залучення професорсько-викладацького складу вищих навчальних закладів до реалізації міжнародних грантових проектів; слабка співпраця вищих навчальних закладів з роботодавцями та низька зацікавленість останніх у розвитку професійних навичок майбутніх спеціалістів.

Встановлено, що в цілому свідомість представників приватних вищих навчальних закладів орієнтована на більшу диверсифікацію джерел наповнення бюджету, ніж працівників державних вищих навчальних закладів, які покладаються в першу чергу на державний бюджет. Перші також у найближчій перспективі

більшою мірою орієнтовані на співпрацю з вітчизняними бізнес-структурами, грантовими та комерційними організаціями, в той час як працівники державних вишів декларують більшу перспективність міжнародної співпраці. Тому можна зробити висновок, що представники приватних вищих навчальних закладів більшою мірою цікавляться шляхами покращення фінансового становища власних університетів та потенційно готові до спроби трансформації свого вищого навчального закладу в університет підприємницького типу.

В той же час проєкцію на українські реалії новітньої світової практики з розвитку підприємницької культури в університетах відзначили лише 6 % експертів. Це надзвичайно низький показник, оскільки він значно ускладнює появу в Україні нового типу вищих навчальних закладів – підприємницьких університетів, про що детально йшла мова у другому розділі дисертаційного дослідження.

Зважаючи на потенційну важливість моделі підприємницького університету для системи вищої освіти в Україні, доцільно було прояснити експертне ставлення до підприємницької моделі університету. Так, найбільший відсоток експертів (29 %) вважає, що використання такої моделі зможе допомогти лише окремим українським вищим навчальним закладам. Чверть експертів не знайомі з такою моделлю університету, а 18 % не визначитися з відповіддю. Такий розподіл показує низький рівень інтересу до пошуку конкретних шляхів розвитку і трансформації вищих навчальних закладів під впливом викликів зовнішнього середовища, незважаючи на декларовану готовність до таких змін.

В залежності від форми власності вищих навчальних закладів, де працюють опитані експерти, та їхніх оцінок основних джерел фінансування бюджетів вищих навчальних закладів, можна визначити декілька важливих трендів. Окрім зрозумілих розбіжностей в оцінці впливу таких джерел фінансування, як кошти державного бюджету (85 % з державних та 6 % з приватних вищих навчальних закладів) та доходу від навчання вітчизняних студентів за контрактом (64 % та 83 % відповідно), важливим джерелом прибутку у державних вищих навчальних закладах у порівнянні з приватними є навчання іноземних студентів. 34 % експертів з державних університетів зазначили це, і лише 15 % з числа приватних. Натомість важливим джерелом прибутку приватних вищих навчальних закладів, майже не опрацьованим державними вищими навчальними закладами, є доходи від надання платних освітніх послуг (відпрацювання пропусків занять, консультації тощо): про це говорять лише 5 % експертів з державних вищих навчальних закладів, а у приватних таких 34 %. Це показує що приватні вищі навчальні заклади використовують всі нагоди для свого існування і розвитку, а у державних вищих навчальних закладів ще є певний потенціал для залучення додаткового прибутку.

ВИСНОВКИ

У висновках дисертаційної роботи формулюються основні результати, отримані на основі узагальнення теоретичних підходів та аналізу результатів емпіричних досліджень.

Удосконалено концептуальну інтерпретацію поняття комерціалізації вищої освіти, під яким розуміється процес входження в сферу вищої освіти ринкових відносин, що змінюють структуру, завдання, функції вищої освіти загалом та окремих вищих навчальних закладів, створюють широке коло додаткових освітніх послуг.

Доведено, що сприйняття процесу комерціалізації вищої освіти, притаманне оцінкам експертів, являє собою швидше соціокультурний бар'єр на шляху розвитку, оскільки має негативне забарвлення, і показує відсутність готовності викладачів до власної активності зі сприяння покращенню фінансового становища вищих навчальних закладів (зокрема шляхом грантової діяльності).

Виявлено, що більшість викладачів українських вищих навчальних закладів вважають основним проявом комерціалізації вищої освіти виникнення та розвиток контрактної форми навчання. Зокрема, найбільш яскравими проявами комерціалізації вищої освіти, на думку експертів, є збільшення кількості вітчизняних студентів-контрактників, збільшення кількості іноземних студентів-контрактників, та збільшення вартості контрактного навчання. Наступною групою проявів в експертних оцінках є фінансові прояви комерціалізації, зокрема введення плати за додаткові освітні послуги. Такий негативний, хоч і не завжди явний, прояв комерціалізації вищої освіти, як зменшення цінності знань при збільшенні цінності диплома, вказала третина експертів, що свідчить про негативну оцінку процесу комерціалізації експертним середовищем. Загальне негативне сприйняття проявів процесу комерціалізації академічним середовищем може призвести до уповільнення модернізації вищої школи та стати бар'єром на шляху подальшого розвитку української вищої освіти.

Основні потенційні наслідки комерціалізації в соціокультурному аспекті вищої освіти в Україні мають переважно негативний аспект. Це пояснюється відсутністю усталених практик комерціалізації, чітких правових норм стосовно додаткових освітніх послуг, острахом зростання конкуренції як між вищими навчальними закладами, так і в середовищі викладачів та студентів, зниженням загальної доступності вищої освіти, особливо для студентів з соціально незахищених верств населення.

Проекція на українські реалії новітньої світової практики з розвитку підприємницької культури в університетах не є затребуваною ідеєю в українському експертному середовищі. Низька актуалізація підприємницької культури у процесі модернізації вітчизняних університетів значно ускладнює появу в Україні нового типу вищих навчальних закладів – підприємницьких університетів, та подальшого розвитку позитивних практик комерціалізації.

Результати дослідження свідчать про низький рівень зацікавленості експертного середовища в активній участі у запровадженні практик комерціалізації вищої освіти в Україні, розвитку підприємницької культури та поширення елементів підприємницького університету. Фіксується відсутність консенсусу експертного середовища в розумінні сутності та специфіки реалізації процесу комерціалізації вищої освіти України, готовності до ситуацій ризику та управління ними.

В експертному середовищі виокремлюються суб'єкти комерціалізації вищої освіти, які є носіями відповідних рис, що забезпечують просування таких практик та виступають активними елементами їх впровадження. Наявність даної стійкої групи створює потенціал для подальшої реалізації комерціалізаційних проектів у системі вищої освіти. Типовим представником цієї групи можуть виступати особи, які відповідають наступним ознакам: жінки у віці від 30 до 40 років, з науковим ступенем кандидата наук, гуманітарного профілю, мають стаж роботи більше десяти років, підтримують професійну комунікацію з колегами з інших держав та вирізняються оптимізмом.

Ця група суб'єктів комерціалізації покладає значні надії на ефективне створення та функціонування ендаумент-фондів в українських вищих навчальних закладах, на фоні песимістичної оцінки іншими експертами перспектив таких фондів сталого розвитку.

Інституційна підтримка цієї суб'єктної групи зумовить створення сприятливих умов для широкої соціальної підтримки та формування відповідної соціальної бази для впровадження сталих практик комерціалізації в систему вищої освіти України.

Незважаючи на певні надії суб'єктів розвитку комерціалізації вищої освіти на позитивні зміни у цій сфері, більшість експертів вказують на неготовність системи вищої освіти до кардинальних змін. Навіть за необхідності пошуків інших джерел фінансування вищих навчальних закладів, більшість, як і раніше, скоріше схильні очікувати на пряме фінансування із державного бюджету. А це, у свою чергу, може стати значним соціокультурним бар'єром на шляху модернізації вищої освіти в Україні.

Безумовно, проблема комерціалізації вищої освіти потребує подальших досліджень. Залишається відкритою перспектива комплексного аналізу комерціалізації освіти на всіх рівнях системи освіти (в тому числі на рівні середньої освіти як рівні формування первинних комерціалізаційних практик). Також існує потреба комплексного прогнозу подальшого розвитку процесу комерціалізації української системи вищої освіти. Результат такого прогнозу має бути сформульовано у вигляді сценарію, який забезпечить більш повну та адекватну реалізацію комерційного потенціалу українських університетів відповідно до їх соціальних функцій в сучасному суспільстві.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

1. Кравченко А. С. Державне життя очима студентів/ В. М. Бебик, А. Кравченко, О. Старикова // Віче : журнал Верховної Ради України. – Київ. 2008. – № 4. – С. 23-24. *(Здобувачем Кравченком А. С. здійснено теоретико-методологічний аналіз сприйняття образу системи вищої освіти студентською молоддю крізь призму ідеологічних поглядів).*
2. Кравченко А. С. Комерціалізація вищої освіти в Україні та Європі: управлінський аспект / А. С. Кравченко // Сучасні суспільні проблеми у вимірі соціології управління : збірник наукових праць ДонДУУ. Т. XIII. Вип. 257, Серія

«Соціологія». – Донецьк : ДонДУУ, 2012. – С. 78-85.

3. Кравченко А. С. Актуализация концепции предпринимательского университета в украинском обществе / А. С. Кравченко // Вісник Одеського національного університету. Серія: Соціологія і політичні науки. Том 18. Випуск 2 (18). Частина 2. – Одеса, 2013. – С. 223-228.

4. Кравченко А. С. Політика академічного капіталізму у функціонуванні сучасних українських університетів / А. С. Кравченко // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства : збірник наукових праць. – Х. : ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2015. Вип. 21. – С. 279-284.

5. Кравченко А. С. Социокультурные барьеры коммерциализации высшего образования / А. С. Кравченко // Социально-гуманитарный вестник Юга России. – 2014. – № 6. – С. 33-37.

6. Кравченко А. С. Комерціалізаційні практики вищої освіти: досвід Сполучених Штатів Америки / А. С. Кравченко // Фактори та умови модернізації предмету досліджень представників суспільних наук : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 24-25 травня 2013 р.). – Дніпропетровськ, 2013. – С. 30-31.

7. Кравченко А. С. Монетизація свідомості сучасного студентства: досвід вищої школи США / А. С. Кравченко // Суспільні науки: напрямки та тенденції розвитку в Україні та світі : матеріали міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 5-6 липня 2013 р.). – Одеса, 2013. – С. 57-58.

8. Кравченко А. С. Діяльність ендаумент-фондів провідних університетів як орієнтир для університетів України / А. С. Кравченко // Політологія, філософія, соціологія: контури міждисциплінарного перетину : матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 10-11 жовтня 2014 р.). – Одеса, 2014. – С. 55-56.

АНОТАЦІЯ

Кравченко А. С. Комерціалізація вищої освіти: соціокультурний аспект. – На правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата соціологічних наук за спеціальністю 22.00.04 – спеціальні та галузеві соціології. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна МОН України, Харків, 2015.

Дисертаційну роботу присвячено дослідженню особливостей формування і прояву процесу комерціалізації системи вищої освіти сучасної України.

В роботі запропоновано та охарактеризовано три етапи виникнення та розвитку комерціалізації у системі вищої освіти України, що дозволяє більш глибоко проаналізувати передумови та наслідки процесу комерціалізації вищої освіти.

У роботі збагачено теоретико-методологічні інтерпретації понять «академічний капіталізм», «комерціалізація вищої освіти», «підприємницький університет», виявлено та систематизовано основні потенційні наслідки

комерціалізації в соціокультурному аспекті вищої освіти в Україні, що здатні створити ерозійні явища у системі вищої освіти України.

В роботі розвинуті уявлення про основні соціокультурні проблеми комерціалізації вищої освіти України, що є актуальними для викладацького середовища, та здатні деформувати імплементацію практик комерціалізації в системі вищої освіти України.

На емпіричному рівні сформована факторна модель модернізації вищої освіти України, визначено місце та значимість фактору комерціалізації вищої освіти у такій моделі. На основі цього фактору виділено та проаналізовано групу суб'єктів розвитку комерціалізації вищої освіти у середовищі викладачів вищих навчальних закладів України їхній потенціал у реалізації сталих комерціалізаційних практик.

Ключові слова: комерціалізація, вища освіта, вищий навчальний заклад, підприємницький університет, академічний капіталізм.

АННОТАЦИЯ

Кравченко А. С. Коммерциализация высшего образования: социокультурный аспект. – На правах рукописи.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата социологических наук по специальности 22.00.04 – специальные и отраслевые социологии. – Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина МОН Украины, Харьков, 2015.

Диссертационная работа посвящена исследованию особенностей формирования и проявления процесса коммерциализации в системе высшего образования современной Украины.

В работе выявлены и охарактеризованы три этапа возникновения и развития коммерциализации в системе высшего образования Украины: этап стихийной коммерциализации (с 1991 по 2002 год); второй этап – этап институционализации рыночных отношений в системе высшего образования (2002 – 2014 гг.). Третий этап проходит в настоящий момент и происходит в условиях растущей конкуренции украинской системы высшего образования с другими (в частности европейскими) образовательными системами в условиях глобализационных процессов.

Процесс коммерциализации высшей школы позволяет увеличить бюджеты университетов, диверсифицировать источники внебюджетного финансирования, снизить зависимость от выделения средств на их функционирование и развитие из государственного бюджета. Однако этот процесс имеет не только положительные стороны. Существуют значительные опасения относительно снижения качества и доступности высшего образования. Соблюдение баланса между необходимостью привлечения дополнительных финансовых средств и высокими требованиями к выпускникам университета очень трудно и трудоемко. В такой ситуации вузам достаточно сложно удержаться от соблазна увеличить поступления в свой бюджет путем снижения требований к своим студентам при одновременном увеличении их количества, что негативно отразится на качестве подготовки специалистов.

Наиболее острым остается материальный аспект проявления коммерциализации. Сложившаяся ситуация свидетельствует о неоднозначном

восприятии академическим сообществом влияния процесса коммерциализации на сущность и содержание высшего образования, определенную одновекторность таких оценок и своего рода их стереотипизацию, что создает дополнительный барьер модернизации высшей школы и дальнейшего развития системы украинского высшего образования.

Усовершенствовано понятие «предпринимательский университет» как основной формы проявления коммерциализации в современном высшем образовании. «Предпринимательский университет» представляет собой высшее учебное заведение, равноценно сочетающее в себе академические традиции и предпринимательскую деятельность, основой которого является классические академические структуры, а процесс коммерциализации осуществляется сотрудниками с развитой предпринимательской культурой.

Получило дальнейшее развитие представление о социокультурных проблемах коммерциализации высшего образования Украины, которые являются актуальными для преподавательской среды, в том числе: необходимость концентрации управления процессами коммерциализации в специализированных университетских структурах, сотрудники которых имеют развитую предпринимательскую культуру; недостаточность использования зарубежного опыта в создании предпринимательских университетов в Украине; недостаточность условий для активного привлечения профессорско-преподавательского состава высших учебных заведений к реализации международных грантовых проектов; слабое сотрудничество вузов с работодателями и низкая заинтересованность последних в развитии соответствующих профессиональных навыков будущих специалистов.

Ключевые слова: коммерциализация, высшее образование, высшее учебное заведение, предпринимательский университет, академический капитализм.

SUMMARY

Kravchenko A. S. Commercialization of higher education: sociocultural aspect. – On the rights of manuscript.

Thesis for scientific degree of candidate of sociological sciences, specialty 22.00.04 – Special and branch sociologies. – V. N. Karazin Kharkiv National University Ministry of Education and Science of Ukraine, Kharkiv, 2015.

The thesis is devoted to the research of formation and manifestation features of the commercialisation process in the higher education system of modern Ukraine.

Main preconditions of commercialization of Ukrainian higher education system have been identified and systematised in the thesis, and

The three stages of emergence and development of higher education commercialisation in Ukraine have been offered and described in the thesis, allowing to analyse more deeply conditions and consequences of the process of commercialization of higher education.

Theoretical and methodological interpretations of the concepts of “academic capitalism”, “commercialization of higher education”, “entrepreneurial university” have

been developed in the thesis, major socio-cultural aspects of commercialization in the higher education in Ukraine and their potential consequences have been identified and systematised, that can produce erosion phenomenon in the system of higher education in Ukraine.

The ideas about further development of social and cultural problems of commercialisation relevant to the teaching environment and able to shape the implementation of practices in the commercialization of Ukrainian higher education are developed.

At the empirical level factor model of the modernization of higher education in Ukraine are formed, the place and importance of the factor of commercialization of higher education in this model are identified. Based on this factor highlighted and analysed a group of subjects of commercialization of higher education among academics of Ukraine and their potential in realization of sustainable practices o commercialization.

Key words: commercialisation, higher education, higher education institution, entrepreneurial university, academic capitalism.

Відповідальний за випуск
доктор соціологічних наук, професор,
академік НАН України Бакіров В.С.

Підписано до друку 04.11.2015 р.
Формат 60*90/16 Умов. друк. арк. 0,9. Наклад 100 прим. Зам. № 46528
Друкарня «Аладдин-Принт»
61023, м. Харків, вул. Сумська, 4, оф. 8
Тел.: (057) 764-72-11 <http://aladdin-print.ua>
Свідоцтво про державну реєстрацію В00 № 966600 від 28.03.2003 р.