УДК 37.142(043.2)

**Щіпцова В.С.**

*Національний авіаційний університет,**Київ*

**КомерціалізаціЇ вищої освіти в україні**

В кінці минулого століття швидко почала розвиватись масштабна галузь світового господарсва – ринок міжнародних освітніх послуг. Активізація всього освітнього простору була зумовлена нагромадженням інтелектуальної еліти, гідним формування інтелектуального капіталу людства. Проте згідно історичним фактам, не всі люди мали можливість отримати навіть базову освіту. Та вже сьогодні досить популярними є поняття «грант на навчання» та «освіта на контрактній основі».

Формування системи фінансування освітніх закладів, різнобічне фінансування освіти, створення мережі незалежних освітніх закладів, приватних шкіл, коледжів призводить до зміни структури ринку освітніх послуг. На даний момент в Україні кількість комерційних вищих навчальних закладів набагато перевищую державні, а в свою чергу держані ВНЗ мають і контрактні форми навчання. Перша, та на мою думку, найважливіша перевага такої освітянської ситуації полягає в тому, що цінність дипломованих спеціалістів на ринку праці переважатиме в бік державних університетів, але при цьому не буде обмежень у отримуванні освіти всіх бажаючих та спроможних на це. Але варто зауважити і про істотні мінуси. До них слід віднести зниження якості самого освітнього продукту, зниження інтелектуальної ланки для надання моливості більшій кількості абітурієнтів вступити до них. Та все ж требе нагадати, що кожен комерційний вищий навчальний заклад має пернйи рівень акредитації, який вдповідає його рівню, та викладацькому складу.

Важливим аспектом проблеми комерціалізації вищої освіти є фінансові відносини між вищим навчальним закладом і державою. Ставлення до системи вищої освіти як до джерела поповнення державного бюджету завжди гальмує зростання якості освітніх послуг, розвиток інноваційної діяльності та підтримку обдарованих студентів, які мають поповнити собою лави наукової еліти.

Ще один аспект проблеми фінансування - відносини між вищими навчальними закладами та спонсорами, які у найближчі роки можуть стати суттєвим каналом надходження ресурсів до українських ВНЗ. Але щоб цей канал дійсно з'явився, потрібно сформувати відповідну систему виховання і контактів із випускниками, створити сприятливе законодавство.

Як здається, мінуси комерціалізації загалом суттєвіші, ніж її плюси. Проте співвідношення негативного і позитивного залежить від суб'єктивної думки конкретної людини, який дає оцінку управлінському рішенню.Одночасно, комерціалізація веде до розширення ринку освітніх послуг, враховує запити сучасного суспільства як із боку абітурієнта, але з боку потенційного роботодавця.

*Науковий керівник – О.А. Хомерікі, канд.пед. наук, доц.*