

УДК 37.015.311

DOI <http://doi.org/10.5281/zenodo.2647198>

ORCID 0000-0002-5296-4851

## ФОРМУВАННЯ РИНКОВОЇ СВІДОМОСТІ ОСОБИСТОСТІ В СУЧАСНОМУ ОСВІТНЬОМУ СЕРЕДОВИЩІ: СОЦІАЛЬНО-ФІЛОСОФСЬКИЙ АСПЕКТ

*Юлія Васюк*

*У статті на підставі розгляду можливостей і чинників формування кожної людини як самовизначеної особистості на всіх рівнях освітнього середовища актуалізовано такі риси її особистісної культури, як інноваційність, соціально-психологічна гнучкість, динамічність, незалежність, відповідальність за себе й за інших, конкурентоздатність, підприємливість. З'ясовано, що, долаючи стереотипи попередніх періодів розвитку суспільства в Україні, освітнє середовище має забезпечувати реалізацію інтелектуального потенціалу кожної особистості, дбати про її комфорт в обставинах ринку освітніх послуг, які часто є суперечливими, нестабільними, кризовими.*

*Метою статті визначено обґрунтування тих аспектів соціокультурних зрушень в особистісному розвитку, які допоможуть урегулювати розрив між сучасним усвідомленням людиною культури світу й стереотипами попереднього складного етапу життя суспільства, у якому існувало заперечення таких цінностей і якостей, як індивідуалізм, підприємливість, практичність, конкурентоздатність, антикризова поведінка – усього того, що входить до загального розуміння людини з ринковою свідомістю й відповідною культурою.*

*Охарактеризовано соціально-філософські аспекти сучасного ринку як одного з елементів системи світового порядку, що дозволяють по-новому розглянути обрану проблему (конкуренція в освітньому середовищі; несвочасне продукування владними інституціями галузевих освітніх документів – стандартів, програм, вимог тощо; з'ясування впливу ринкової культури на кожну особистість в освіті; забезпечення високоякісної інформаційно-аналітичної бази освіти як ринкової інфраструктури на всіх теоретичних рівнях освітнього середовища).*

***Ключові слова:** самовизначеність особистості, ринок, ринкова свідомість, освітнє середовище, інтелектуальний потенціал.*

**Постановка проблеми.** Нині про особистість важливо говорити як про активного суб'єкта соціокультурного розвитку місцевої, національної, регіональної та глобальної систем освіти, а її провідними характеристиками визначати творчість, інноваційність, соціально-психологічну гнучкість і динамічність, морально-етичну телеологічність тощо. Водночас необхідно враховувати, що від колишнього радянського типу соціальної свідомості у спадок залишилося постійне сподівання на допомогу держави, відсутність якої спонукає людину до невизначеності, нестачі швидкої адаптації до ринкових умов суспільного життя. Якщо в так званому соціальному типі економіки відбувалося виховання залежності від держави, культивування соціальної відповідальності, вдячності за патерналізм, то як ринкові відносини формують незалежну, відповідальну за себе особистість, здатну до об'єднання з іншими людьми, стимулювання ініціативи й самоорганізації, захисту власних інтересів. Тому сьогодні необхідно вести пошук шляхів і засобів позбавлення мислення кожної людини від залишків попередніх деградаційних принципів, становлення прогресивних принципів ринкового розвитку, що сприятиме формуванню сучасної української особистості нового типу. З цієї точки зору освітнє середовище має як теоретичне, так і глибоке соціально-практичне значення.

Сьогодні не викликає заперечення той факт, що знання та інформація розглядаються головними ресурсами та джерелом розвитку як окремого індивіда, так і суспільства загалом. Конкурентоспроможність економіки України як країни з ринковими відносинами визначається сьогодні насамперед інтелектуальним потенціалом, здатністю генерувати нове знання, а не обсягом природних чи виробничих ресурсів. Ці суттєві зміни обумовлюють увагу до освіти як до вищого пріоритету в системі загальнодержавних цілей, тому рівень розвитку ринку освітніх послуг є одним із визначальних показників конкурентоспроможності країни та впливає на самовизначеність кожної особистості на теоретичних щаблях рівнях освітнього середовища.

Оскільки інтелектуальний потенціал суспільства нині розвивається за принципами свободи творчості, непротиставлення інтелектуалізації суспільства загальному перебігові прогресивних змін, взаємопоєднання інтелектуалізації та інформатизації, активного залучення до міжнародного поділу праці, то всі параметри зростання національного економічно-людського потенціалу пов'язані зі спрямуванням системи освіти на формування ринкових якостей – творчості, креативності, інноваційності, активної громадянської позиції, соціальної відповідальності кожної особистості. У зв'язку із зазначеним **метою цієї статті** є обґрунтування тих аспектів соціокультурних зрушень в особистісному розвитку, які допоможуть урегулювати розрив між сучасним усвідомленням людиною культури світу й стереотипами попереднього складного етапу життя суспільства, у якому існувало заперечення таких цінностей і якостей, як індивідуалізм, підприємливість, практичність, конкурентоздатність, антикризова поведінка – усього того, що входить до загального розуміння людини з ринковою свідомістю.

**Аналіз досліджень і публікацій.** Проблематиці змін самовизначеності особистості в істотно трансформованих умовах соціального життя, в обставинах ринку освітніх послуг, основним засадам управління та напрямам удосконалення сучасного освітнього середовища присвячено праці В. Андрущенка, В. Базилевича, Д. Бондаренка, Л. Губерського, М. Згуровського, О. Лігоцького, С. Клепка, М. Мартинюк, Р. Олексенка, І. Ходикіної та інших учених, які підкреслюють, що ринкові відносини у галузі освіти нашої держави виникли з початком ринкових реформ в економіці, формування таких відносин в економічному житті не могло не торкнутися найважливішої сфери суспільства – освіти, оскільки ця сфера охоплює найширший спектр соціально-економічних процесів і явищ, у ній концентрується різноманіття цінностей, інтересів і потреб, властивих сучасному етапові суспільного розвитку.

Фундаментальні дослідження вітчизняних і зарубіжних філософів присвячені ринковим умовам функціонування провідних організаційних форм освітнього середовища – університету і школи (праці Н. Бойченко, С. Курбатова, Д. Ньюмена, Т. Парсонса, Н. Скотної, В. Сухомлинського, П. Фрейре, К. Ясперса та ін.); розгляд освітніх трансформацій у полі культури обумовив звернення до культурно-антропологічних інтерпретацій освітнього середовища у доробку Т. Адорно, Д. Дьюї, П. Слотердайка, І. Степаненко, Р. Штайнера, Е. Шпрангера та ін. На українському матеріалі цей аспект представлений у працях М. Бойченка, О. Висоцької, Д. Дзвінчука, К. Корсака, В. Кременя, М. Култаєвої, О. Навроцького, В. Огнев'юка, С. Пролеєва, Н. Радіонової, М. Романенка, О. Садохи, О. Троїцької, Т. Троїцької та ін.

**Виклад основного матеріалу.** Водночас нами з'ясовано, що дослідники надають для роздумів низку аспектів сучасного ринку як одного з елементів системи світового порядку, що дозволяють по-новому розглянути обрану нами проблему:

1) власне ринкові відносини ґрунтуються на конкуренції економічно відокремлених виробників, вільних цінах, попиті і пропозиції й охоплюють ринок товарів та послуг, ринок праці, ринок капіталу, фінансово-кредитний ринок тощо (історично конкуренція не була властивою для багатьох поколінь українського суспільства, у тому числі – і в освіті);

2) існують численні регулювальні інститути, в першу чергу державні, головною метою яких є підтримка збалансованості попиту і пропозиції, споживання і нагромадження товарної і грошової мас, диференційованість освітніх послуг (такі інститути, зокрема і в освіті, не завжди встигають за динамікою загальнодержавних реформ, несвоєчасно продукують стандарти, що лежать в основі змін, внаслідок чого особистість відчуває дискомфорт та певне відчуження від реальності);

3) система досконалого законодавства, що встановлює «правила гри», перетворює ринок з «дикого» на цивілізований (антимонопольне законодавство, законодавство про власність, про угоди, договори і зобов'язання, про захист споживача, про працю й соціальну захищеність тощо) – у нашій країні знаходиться в незавершеному стані і може негативно впливати на такі компоненти самовизначеності особистості, як стабільність, відчуття захищеності, впевненість у майбутньому;

4) стан масової свідомості (культура, ідеологія, правосвідомість) – потребує пояснення багатьох аспектів самовизначеності особистості саме в контексті проблеми з'ясування впливу ринкової культури на кожну особистість;

5) високоякісна інформаційно-аналітична база як ринкова інфраструктура (служби зайнятості, інформаційні центри, рекламні агентства) – освіта потребує їх, але якість таких послуг бажає кращого (Бех, 2014, С. 5-7; Кравченко, 2006; Олексенко, 2013а).

У обраному контексті необхідно врахувати: характеризуючи зміст ринку в соціальному аспекті та абсолютизуючи раціональність як суспільства, так і особистості, М. Вебер описує ідеальний тип людини ринкового суспільства з яскраво вираженими етичними рисами, пов'язує раціональне з подоланням багатьох труднощів і перешкод, наділяє особистість надзвичайною силою характеру, здатною вберегти її від економічного й морального краху. Підприємництво вчений розглядає як спосіб життя, за якого людина існує для справи, а не справа для людини (Вебер, 1990, С. 214). Тому в руслі обраної проблеми значущими вважаємо думки М. Вебера про соціальне визнання активності й виправдання підприємницького успіху, моральну легітимацію ринкових відносин на рівні суспільства загалом. Евристичний потенціал веберівської теорії не менш важливий для сучасного стану освітнього середовища, оскільки в соціальному аспекті виявлене ціннісне значення ставлення до людей як до джерела прибутку в організації освіти й відповідно – налаштування мислення кожного споживача освітніх послуг на само визначеність, на ринкове усвідомлення самого себе. М. Вебер довів, що саме етика забезпечила передумови для того, щоб утилітарно-практичні відносини перетворювалися на регулятор соціальних, ціннісних, моральних відносин, зумовлюючи ставлення до людини не як до мети, а як до засобу. Так безособистісна економічна логіка здобула легітимну й водночас мотивувальну нормативну основу, стаючи рушійною силою поступальної і невпинної динаміки економічної раціоналізації (Ульрих, 2004, С. 30), у тому числі – і в освітньому середовищі.

Підтримуємо позицію дослідника Р. Олексенка, який підкреслює: у ліберальній парадигмі ринку таку динаміку часто розуміють як самоціль, однак проблема морального виправдання ринкової системи перед суспільством загалом і кожною особистістю зокрема залишається актуальною, підтвердженням чого є кризи легітимності підприємництва – масові антикапіталістичні кампанії, не обов'язково пов'язані з якоюсь ідеологією, а такі, що мають характер усезагального засудження ринкової діяльності як

деструктивної для соціальних, культурних, морально-ціннісних засад суспільства (Олексенко, 2013а). Для подолання подібних криз першочергово значущим є розв'язання проблеми розвитку освіти як сфери підприємницької діяльності й сегменту ринкової економіки в Україні загалом. Таким чином, розв'язання проблеми формування ринкової свідомості як чинника самовизначеності особистості в сучасному освітньому середовищі зумовлює необхідність інтегрування ринкових механізмів життєдіяльності суспільства й характеристики фундаментальних філософсько-світоглядних засад ринкової економіки як джерела значущого соціокультурного впливу на таку самовизначеність.

З'ясування причин, потреб і передумов формування ринкової свідомості особистості приводить до розуміння того, що історично ринок виникає разом із появою товарного виробництва як єдиний процес, ступінь розвитку ринку відповідає розвитку товарного виробництва і його основ – суспільного поділу праці та відносин власності, які його спричиняють. Саме власність істотною мірою визначає форми господарювання, а ринок, ринкова економіка постають системними формами реалізації власності (Олексенко, 2017b). Водночас, розглядаючи виробництво освітніх послуг у широкому значенні, тобто, як створення своєрідних артефактів (благ матеріального й нематеріального характеру, суспільного та індивідуального рівнів, інформаційного, духовного змісту тощо), що забезпечують життя людини, можна виокремити дві його сфери: ринкове і неринкове виробництво. Особисте споживання як основний елемент кінцевого споживання забезпечується цими двома сферами, у яких безпосередньо формуються джерела споживання. До них належать, по-перше, освітні послуги; по-друге – прибутки, зароблені в ринковій сфері, на які можна придбати вироблені блага; по-третє, блага, які не продукуються й не обертаються на ринку (наприклад, духовні). Специфікою ж особистого споживання освітніх послуг є його опосередкованість ринковим обміном, що забезпечується коштами, та відповідна система розподілу. Виробництво (ринок освіти) створює необхідні ринкові блага (до яких переважно належать нематеріальні послуги, що мають товарну форму та ринкову ціну), які через механізм товарно-грошового обігу надходять до споживача (особистості). Теоретично ефективний ринковий освітній механізм забезпечує матеріальні умови відтворення людини, сприяє вивільненню часу для творчої праці, когнітивного розвитку, духовного збагачення особистості, проте така ідеальна ситуація можлива лише за умови існування високосвідомого й гуманістично спрямованого суспільства, насправді ж поки що величина одержуваних прибутків становить визначальний чинник обсягу та диференціації особистого споживання освітніх послуг. Таким чином, ринкове забезпечення індивідуальних потреб здійснюється переважно для тих, хто в змозі та згоден заплатити ціну за певне благо. Для індивідів, які є неплатоспроможними, діє механізм виключення, вони усуваються від процесу споживання. При ефекті виключення зі споживання виявляється одна зі сторін суперечності між потребами та можливостями їх задоволення, а в контексті нашої проблеми – один із вагомих негативних чинників відсутності ознак самовизначеності особистості, навіть попри її впевненість у власних інтелектуальних потенціалах.

Дослідження сутності ринку освітніх послуг дає змогу вченим вирізнити декілька аспектів його функціонування як соціального інституту: по-перше, це – місце, де відбувається процес купівлі-продажу результатів людської діяльності, а предметом купівлі-продажу є інформація; по-друге, це – сукупність відносин між людьми у сфері обміну, за допомогою яких реалізуються результати людської діяльності; по-третє, це місце, де суспільством остаточно визнається втілена в результатах діяльності праця, адже на ринку з'являються лише ті продукти людської діяльності, які задовольняють потреби суспільства (Близький, 2010, С. 17). Отже, освіта як ринок, з одного боку, постає

складним утворенням, специфічним середовищем, сферою обміну, сукупністю процесів купівлі-продажу, баланс між якими досягається за рахунок цін, а з другого – забезпечує зв'язок між виробництвом і споживанням освітніх послуг, регулює відносини власності, є середовищем формування ринкової свідомості особистості. Для цього значущим вважаємо вплив корпоративної освітньої культури (сучасна корпоративна форма власності як своєрідний синтез класичної форми приватного підприємництва і колективної форми організації виробництва на основі акціонування власності, делегування влади й повноважень працівникам корпорації), який зумовлює підвищення ефективності діяльності освітніх закладів, забезпечує економічні передумови для суспільної інтеграції, часткового подолання відчуження людини від освітніх послуг і технологічних засобів їх забезпечення, розвиток людського потенціалу освітньої організації, що своєю чергою позитивно впливає на такі аспекти самовизначеності особистості, як конкурентоздатність, відчуття належності до організації, впевненість у власних силах і життєвому виборі.

У зазначеному аспекті поняття «конкуренція» розглядаємо як тісно пов'язане з поняттями «ринок» та «освітні послуги». Учені переконані: відносини конкуренції виникли водночас із ринковими відносинами; основи теорії конкуренції закладені у працях англійського економіста А. Сміта, який визначив квінтенсенцією конкуренції суперництво й ототожнив його з «невидимою рукою», що змушує людей діяти відповідно до планів розвитку економіки. Учений вважав конкуренцію тим чинником, що регулює суспільні й особисті інтереси та безжально витісняє з ринку тих, хто пропонує неякісну й непотрібну продукцію (послуги). Таким способом дія механізму конкуренції мотивує особистість в умовах ринкових відносин освітнього середовища перебувати в постійному пошуку нових можливостей. Водночас конкуренція діє як примусова сила, змушуючи керівників освітніх закладів до пошуку нових освітніх послуг, використання новітніх технологій, нових способів організації й управління (Попов, 2014).

Іншим важливим аспектом освітнього середовища є те, що в умовах розвитку суспільства знань особливої уваги дослідники ринкових аспектів розвитку особистості на всіх рівнях освітнього середовища надають такому соціокультурному факторові як інтелектуальна власність. У загальному вигляді інтелектуальну власність розглядають як володіння і використання результатів інтелектуальної діяльності, на яких переважно засновується освіта; узагальнювальне поняття «інтелектуальна власність» уособлює найвищий ступінь розвитку категорії власності (Савченко, 2010, С. 200). Специфіка цього різновиду власності виявляється у рівневі освіти, кваліфікації, знань, досвіду працівників розумової праці, першочергово – викладачів і вчителів. Чим вищий цей інтелектуальний потенціал, тим більші трудові можливості працівників навчальних закладів і освітніх організацій, їхня продуктивність і якість праці. Значення права власності як умови функціонування механізмів ринку освітніх послуг полягає в тому, що воно стимулює інвестування, нововведення, обмін та економічне зростання; без права такої власності людям довелося б витратити час і ресурси на захист своїх прав на інтелектуальні продукти.

Поняття власності, конкуренції, державного регулювання ринку освітніх послуг нині переосмислюються, наповнюючись новим змістом; такі трансформації сприяють як теоретичному збагаченню поняттєвого інструментарію наукової думки, так і практичному вдосконаленню дії механізмів ринкової економіки і свідомості як чинників самовизначеності особистості в сучасному освітньому середовищі. У соціокультурній сфері, до якої відносимо освітнє середовище, це дає змогу визначити відмінності в поняттях ринкової економіки та власне ринку освітніх послуг,

зосереджуючи увагу не тільки на суто економічних, а й на соціальних, особистісних аспектах функціонування останнього.

Як нами вже зазначено, головним ресурсним потенціалом організації освіти є особистість з її інтелектом, знаннями, здатністю до інноваційної діяльності. Суспільний прогрес неможливо уявити, якщо не реалізованими будуть важливі для особистості можливості здобувати, розширювати й оновлювати знання, мати доступ до засобів існування, що забезпечують гідний рівень життя. Людський потенціал поєднує минуле, тобто є сукупністю властивостей, накопичених системою освіти у процесі її розвитку, а також майбутні перспективи становлення, та зумовлює її можливості щодо функціонування й збереження; водночас поняття «потенціал» і «ресурси» не варто протиставляти, бо потенціал вважають узагальненою характеристикою ресурсів відповідно до місця і часу (Стефанишин, 2006b, С. 277). У процесі реалізації мети дослідження усвідомлюємо: розвиток сучасної інформаційної (постіндустріальної) економіки зумовлює те, що особистість стає не лише споживачем економічних ресурсів і освітніх послуг, а й активним творцем, не лише відтворює себе завдяки навколишньому світові, а й творить довкілля в доступних межах і формах, тобто, розвиває і ноосферу, і власний простір. Інформація ж як базовий системоутворювальний чинник освітнього середовища містить принципово нові можливості, пов'язані з характером виробництва (модульність, багатofункціональність, мініатюризація тощо), особливостями праці (віртуалізація процесів, підвищення креативності), специфікою соціальних відносин (формування мережевих систем, глобалізація тощо). Дослідник О. Стефанишин підкреслює, що схвалена міжнародним співтовариством Концепція розвитку людського потенціалу наприкінці ХХ ст. розглядає людський розвиток як процес зростання тих можливостей, що забезпечуються політичною свободою, правами людини, суспільною повагою до неї; матеріальний добробут розглядається як одна з базових можливостей вибору, а людський розвиток – і як процес розширення особистісного вибору, і як досягнутий рівень добробуту кожної людини (Стефанишин, 2006а, С. 3). Тому в умовах становлення суспільства знань в Україні базисом створення новітніх факторів виробництва освітніх послуг вважають інтелект, за допомогою якого особистість опановує відоме знання й створює нове, яке, своєю чергою, сприяє створенню нової інформації і нових технологій. Інтелект як необмежене джерело творчої діяльності може забезпечити гідний добробут людині, сприяти свободі вибору траєкторії особистісної самореалізації. Отже, інтелектуальний потенціал людини стає не лише визначальним чинником її економічного благополуччя та соціально-економічного поступу нації, а й забезпечує відчуття самовизначеності особистості в ринкових відносинах освітнього середовища.

**Висновок.** Необхідність надання особливої ваги й уваги цілеспрямованим процесам формування ринкової свідомості особистості в освітньому середовищі зумовлює усвідомлення завдання розгляду таких станів свідомості людини, як підприємливість (створення ситуації успіху обраної справи; ціннісне ставлення до інших людей в організації як до джерела прибутку; налаштування мислення кожного споживача освітніх послуг на конкурентність середовища); розуміння освітнього середовища як сфери обміну продуктами людської діяльності, переважно – інтелектуально-інформаційними; відчуття позитивного впливу корпоративної освітньої культури, що забезпечує впевненість у власних силах і правильності життєвого вибору.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бех В. П. Матриця ринкових відносин: від ідеї до теорії і практики. Нова парадигма. Вип. 124. С. 3–19. (2014).
2. Близький Р. С. Ринок як сукупність суб'єктно-об'єктних взаємовідносин. Торгівля і ринок України. Вип. 30. Т. 2. С. 15–21. (2010).
3. Вебер М. Избранные произведения. Пер. с нем. М.: Прогресс. 808 с. (1990).
4. Вітківська О. І. Професійне самовизначення особистості і практичні аспекти професійної консультації. К.: Науковий світ. 92 с. (2001).
5. Геєць В. Характер перехідних процесів до економіки знань. Економіка України. №4. С. 4–15. (2003).
6. Злупко С. М. Історія економічної теорії : підручник. 2-ге вид., виправ. і доповн. К. : Знання. 719 с. (2005).
7. Кравченко Л. М. Неперервна педагогічна підготовка менеджера освіти: монографія. Л. М. Кравченко. Полтава: Техсервіс. 422 с. (2006).
8. Москаленко В. Соціально-психологічні засади економічної культури особистості. Соціальна психологія. № 4. С. 3–16. (2007).
9. Олексенко Р.І. Філософія ринкових відносин. Становлення та розвиток в Україні в період глобалізації та інформаційної революції : соц.-філос. аналіз. К. : Знання України. 367 с. (2013а).
10. Олексенко Р.І., Молодиченко В.В. Концептуальні пріоритети формування сучасної людини економічної. Гуманітарний вісник ЗДІА. Вип. 70. С. 164–175. (2017b).
11. Попов Р. А. Особливості державної антимонопольної політики [Електронний ресурс]. Режим доступу: [www.nbuv.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Dtr/du/2009\\_4/files/DU\\_04\\_09\\_Popov\\_14.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr/du/2009_4/files/DU_04_09_Popov_14.pdf).
12. Савченко Т. Г. Генезис теорій економічної рівноваги. Економіка і регіон. № 1 (24). С. 198–205. (2010).
13. Стефанишин О. В. Людський потенціал ринкової економіки України. Науковий вісник НЛТУУ : зб. наук.-техн. пр. Л. : НЛТУ України. – Вип. 16.1. С. 276–284. (2006).
14. Стефанишин О. В. Людський потенціал економіки України (політико-економічний аналіз) : автореф. дис. ... докт. екон. наук 08.00.01. Львівськ. нац. ун-т ім. І. Франка. 39 с. (2007).
15. Ульрих П. Критика экономизма. Пер. с нем. М. : Вузовская кн. 120 с. (2004).

## REFERENCES

1. Bex V. P. Matry`sa ry`nkovy`x vidnosy`n: vid ideyi do teorii i prakty`ky` [Matrix of market relations: from idea to theory and practice]. Nova parady`gma. Vy`p. 124. S. 3–19. (2014).
2. Bly`z`ky`j P. S. Ry`nok yak sukupnist` sub'yektno-ob'yektny`x vzyayemovidnosy`n [The market as a set of subject-object relationships]. Torgivlya i ry`nok Ukrayiny`. Vy`p. 30. T. 2. S. 15–21. (2010).
3. Veber M. Y`zbrannyye proy`zvedeny`ya [Selected works]. Per. s nem. M.: Progress. 808 s. (1990).
4. Vitkovs`ka O. I. Profesijne samovy`znachennya osoby`stosti i prakty`chni aspekty` profesijnoyi konsul`taciyi [Professional self-identification and practical aspects of professional counseling]. K.: Naukovy`j svit. 92 s. (2001).
5. Geyecz` V. Charakter perexidny`x procesiv do ekonomiky` znan` [The nature of the transitions to the knowledge economy]. Ekonomika Ukrayiny`. №4. S. 4–15. (2003).
6. Zlupko S. M. Istoriya ekonomichnoyi teorii [History of economic theory]: pidruchny`k. 2-ge vy`d., vy`prav. i dopovn. K. : Znannya. 719 s. (2005).
7. Kravchenko L. M. Neperervna pedagogichna pidgotovka menedzhera osvity` [Continuous pedagogical training of the education manager]: monografiya L. M. Kravchenko. Poltava: Tekservis. 422 s. (2006).
8. Moskalenko V. Social`no-psy`xologichni zasady` ekonomichnoyi kul`tury` osoby`stosti [Socio-psychological principles of economic culture of the person]. Social`na psy`xologiya. №4. S.

3–16. (2007).

9. Oleksenko R.I. Filosofiya ry`nkovy`x vidnosy`n. Stanovlennya ta rozvy`tok v Ukraini v period globalizaciyi ta informacijnoyi revolyuciyi : socz.-filos. analiz [Philosophy of market relations. Formation and development in Ukraine during the period of globalization and information revolution: social-philosophy. analysis.]. K. : Znannya Ukrainy`. 367 s. (2013a).

10. Oleksenko R.I., Molody`chenko V.V. Konceptual`ni priory`tety` formuvannya suchasnoyi lyudy`ny` ekonomichnoyi [Conceptual priorities of the formation of a modern economic person]. Gumanitarny`j visny`k ZDIA. Vy`p. 70. S. 164–175. (2017b).

11. Popov R. A. Osobly`vosti derzhavnoyi anty`monopol`noyi polity`ky` [Features of state antimonopoly policy] [Elektronny`j resurs]. Rezhy`m dostupu: [www.nbu.gov.ua/portal/Soc\\_Gum/Dtr/du/2009\\_4/files/DU\\_04\\_09\\_Popov\\_14.pdf](http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Dtr/du/2009_4/files/DU_04_09_Popov_14.pdf).

12. Savchenko T. G. Genezy`s teorij ekonomichnoyi rivnovagy`. Ekonomika i region. № 1 (24). S. 198–205. (2010).

13. Stefany`shy`n O. V. Lyuds`ky`j potencial ry`nkovoyi ekonomiky` Ukrainy` [Human potential of the market economy of Ukraine]. Naukovy`j visny`k NLTUU : zb. nauk.-texn. pr. L. : NLTU Ukrainy`. Vy`p. 16.1. S. 276–284. (2006a).

14. Stefany`shy`n O. V. Lyuds`ky`j potencial ekonomiky` Ukrainy` (polity`ko-ekonomichny`j analiz) [Human potential of the Ukrainian economy (political and economic analysis)]: avtoref. dy`s. ... dokt. ekon. nauk 08.00.01. L`vivs`k. nac. un-t im. I. Franka. 39 s. (2007b).

15. Ul`ry`x P. Kry`ty`ka ekonomy`zma [Criticism of economism]. Per. s nem. M. : Vuzovskaya kn. 120 s. (2004).

VASIUK Yu.

#### **FORMING MARKET PERSONALITY CONNECTION IN THE MODERN EDUCATIONAL ENVIRONMENT: SOCIAL AND PHILOSOPHICAL ASPECTS**

*In the article, on the basis of consideration of the possibilities and factors of the formation of each person as a self-identified person at all levels of the educational environment, the following features of her personal culture, such as innovation, socio-psychological flexibility, dynamism, independence, responsibility for oneself and for others, competitiveness, entrepreneurship are actualized. It is revealed that by overcoming stereotypes of previous periods of development of a society in the country, the educational environment should ensure the realization of the intellectual potential of each individual and take care of her comfort in the context of the educational services market, which is often controversial, unstable, crisis.*

*The purpose of the article is to justify those aspects of socio-cultural changes in personal development, which will help to resolve the gap between modern perception of the person of the culture of the world and stereotypes of the previous complex stage of the life of society, in which there was a denial of such values and qualities as individualism, entrepreneurship, practicality, competitiveness, anti-crisis behavior - all that is part of the general understanding of a person with a market consciousness.*

*The aspects of the modern market as one of the elements of the world order system are determined, which allow to consider the chosen problem in a new way (competition in the educational environment, the lack of timely production by branch institutions of educational documents documents by authorities - standards, programs, requirements, etc.). Determining the influence of market culture on each person. in education, providing high-quality information-analytical base of education as a market infrastructure at all theoretical levels of the educational environment).*

**Key words:** *self-identity of a person, market, market consciousness, educational environment, intellectual potential.*

Надійшла до редакції 16.08.2018 р.