

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАРКЕТИНГА И ЛОГИСТИКИ

О.А. КРАТТ, д.э.н., проф.,

И.А. ЧУРНОСОВА

Донецкий национальный технический университет

**ВЛИЯНИЕ ДИНАМИКИ КОНЬЮНКТУРЫ РЫНКА
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ВУЗОВ**

Специфика высшего образования детерминирует структуру рыночной конъюнктуры. Наличие образовательно-квалификационных уровней и уровней аккредитации высших учебных заведений предполагает формальную неоднородность спроса и предложения. Анализ динамики структуры конъюнктуры локального рынка услуг высшего образования позволил выявить типологию деятельности высших учебных заведений разных уровней аккредитации. Представлены последствия деформации структуры спроса и предложения в сегментах рынка относительно уровня аккредитации учебных заведений.

Ключевые слова: рынок высшего образования, динамика конъюнктуры, структура конъюнктуры рынка, высшее учебное заведение, уровень аккредитации.

На протяжении последних двух десятилетий товарно-рыночные отношения стали определяющими в системе украинского высшего образования. Категории «спрос», «предложение» и «конъюнктура» прочно вошли в терминологический словарь высшей школы. Ориентируясь на потребительские предпочтения, многие высшие учебные заведения начали подготовку специалистов в области экономики и менеджмента. В результате на смену дефицитному типу конъюнктуры пришёл избыточный, когда предложение намного превышает спрос. Следует принять во внимание, что рынок услуг высшего образования (далее – УВО) весьма специфичен. Его отличает ярко выраженный локальный характер спроса и предложения, и, значит, изучение конъюнктуры целесообразно в рамках административных территориальных единиц, например, области. Следствием государственного регулирования выс-

шего образования являются точно определяемые величины спроса и предложения, что позволяет чётко установить значение конъюнктуры. Зависимость спроса на знания экономического профиля от многих факторов предполагает длительность периода для выявления тенденций динамики конъюнктуры.

Наличие образовательно-квалификационных уровней (далее – ОКУ) и уровней аккредитации вузов предполагает формальную неоднородность спроса и предложения. По сути, ОКУ являются сегментами локального рынка, в которых имеется своя конъюнктура. Уровень аккредитации накладывает ограничения на деятельность одних вузов, а другим позволяет действовать во всех сегментах. Данное обстоятельство свидетельствует о кардинальном изменении «правил» деятельности, которое может деформировать структуру спроса и предложения в сегментах рынка относительно уровня аккредитации учебного заведения. В дальнейшем трансформация структуры конъюнктуры в сегменте неизбежно повлечёт изменение конфигурации состава вузов разных уровней аккредитации, представленных в нём. Поскольку в наши дни локальный рынок УВО превратился в «арену баталий» учебных заведений, то весьма актуальной представляется иллюстрация динамики структуры конъюнктуры в контексте уровней аккредитации.

Научный интерес к рыночным преобразованиям в деятельности высшей школы постоянно растёт. Коммерциализация образовательной деятельности и связанная с ней конкуренция вузов неразрывно связаны с конъюнктурой рынка. Б. Ридингс с

© О.А. Кратт, И.А. Чурносова, 2013

философских позиций критически осмысливает историю университетов в западном мире и их миссию в современную эпоху [1]. Б. Кларк описывает трансформацию европейских университетов в конце прошлого столетия [2]. Название одной из работ Д. Блока в полной мере отражает реалии украинской высшей школы. Автор подробно анализирует проблемы, с которыми сталкиваются университеты в Америке и предлагает стратегии, которые позволили соблюсти баланс между академическим качеством и коммерческими соблазнами [3]. И. Краснобаева и Н. Птуха рассматривают актуальные проблемы повышения конкурентоспособности вузов с позиций динамики спроса на образовательные услуги [4]. Вместе с тем, конъюнктура рынка УВО не достаточно отражена в научных трактатах.

С. Румянцева анализирует эволюцию понятия и методологию анализа экономической конъюнктуры с позиций теории динамики. По её мнению, ключом к формированию системы конкретных показателей экономической динамики может быть разработка комплексной многоциклической концепции конъюнктуры [5]. При этом в задачи автора не входила иллюстрация теоретико-методологических положений относительно конкретных социально-экономических процессов и явлений. Десять лет назад в сфере научных исследований уже были сделаны первые попытки раскрыть методологическую основу формирования конъюнктуры рынка УВО [6]. Настоящая публикация продолжает изучение тенденций развития высшей школы с позиций структурных преобразований конъюнктуры рынка под влиянием деятельности вузов разных уровней аккредитации.

Цель статьи – выявление тенденций динамики структуры конъюнктуры локального рынка образовательных услуг в контексте деятельности высших учебных заведений того или иного уровня аккредитации на этапе формирования и развития товарно-рыночных отношений.

Реализация цели предопределила последовательное решение ряда задач. Пер-

вая – формулирование исходных условий. Исторический опыт доказывает наличие инерционности в деятельности высшей школы. Поскольку отечественная система высшего образования состоялась в эпоху социализма, то многое в её современном состоянии обусловлено принципами, заложенными много десятилетий назад. В соответствии со ст. 43 Конституции (Основного Закона) УССР право граждан на профессиональное образование обеспечивалось наличием среднего специального и высшего образования [7]. Законом Украинской ССР «О народном образовании» в 1974 г. техникумы (училища) отнесены к средним специальным учебным заведениям [8]. После вступления в силу в 1991 г. Закона Украины «Об образовании» и в 2002 г. Закона Украины «О высшем образовании» техникумы и училища отнесены к вузам первого уровня аккредитации, в которых осуществляется подготовка специалистов по специальностям образовательно-квалификационного уровня «младший специалист» [9; 10]. Среднее специальное образование, полученное в Советском Союзе в техникумах и училищах, приравнивается в соответствии с действующим законодательством к неполному высшему образованию ОКУ «младший специалист» [11]. Вместе с тем, наследием советских времён следует считать наличие в официальных статистических источниках разделение учебных заведений на вузы первого и второго (VUZ^{1-2}) и третьего и четвертого (VUZ^{3-4}) уровней аккредитации. Это объясняется тем, что университеты, академии и институты не осуществляли подготовку младших специалистов. В настоящее время VUZ^{3-4} , наоборот, активно действуют в сегменте «младший специалист» локального рынка УВО. Стало быть, конъюнктура последнего имеет структуру, отражающую наличие двух групп учебных заведений. С. Румянцева рассматривает её как методологическую основу инструментария аналитических моделей, используемых для анализа эволюционных изменений. Понятие «экономическая динамика», по мнению автора, может

быть раскрыто как единство структурного и конъюнктурного анализа [5, с.23].

Вторая задача – построение инструментария научного познания динамики структуры конъюнктуры локального рынка (далее – рынка) УВО. Конъюнктура локального рынка УВО является результатом деятельности вузов, а, значит, для её анализа использованы показатели, характеризующие количество субъектов рынка: «число вузов, представленных на локальном рынке УВО на i -ом отрезке времени» (N_i); «число BVZ^{1-2} » (N_i^{1-2}) и «число BVZ^{3-4} » (N_i^{3-4}). Для изучения динамики структуры конъюнктуры выбран период восемнадцать лет, с 1994 по 2011 гг. Во избежание громоздкости изложения i -ый отрезок обозначен последними двумя цифрами календарного года, то есть $i = \{94, 95, \dots, 11\}$. В нижнем индексе обозначений вводится показатель года.

Совокупное предложение характеризует показатель «лицензированный набор вузов, представленных на рынке на i -ом отрезке времени» (L_i). Предложение услуг BVZ^{1-2} отражает показатель «лицензированный набор BVZ^{1-2} , представленных на рынке на i -ом отрезке времени» (L_i^{1-2}), а предложение услуг BVZ^{3-4} – «лицензированный набор BVZ^{3-4} » (L_i^{3-4}). На протяжении исследуемого периода ассортимент УВО неоднократно менялся. Поэтому к УВО экономического профиля отнесены направления подготовки и специальности, представленные в Перечне направлений подготовки специалистов с высшим образованием [12]. До 2004 г. источником информации о лицензированном наборе была форма статистической отчетности 2-3 нк, в дальнейшем – официальный сайт МОН Украины mon.gov.ua.

Б. Ридингс не считает заблуждением восприятие студентами себя и своих родителей потребителями образовательных услуг [1, с.75]. Совокупный платежеспособный спрос на рынке характеризует показатель «число лиц, зачисленных на первый курс в вузы всех уровней аккредитации, представленных на рынке на i -ом

отрезке времени» (Q_i). Предложение услуг BVZ^{1-2} отражает показатель «число лиц, зачисленных на первый курс в BVZ^{1-2} » (Q_i^{1-2}), а предложение BVZ^{3-4} – «число лиц, зачисленных на первый курс в BVZ^{3-4} » (Q_i^{3-4}). Источником информации о BVZ^{3-4} приеме на протяжении всего периода была форма статистической отчетности 2-3 нк.

Конъюнктуру рынка УВО иллюстрирует отношение совокупного спроса к совокупному предложению, то есть L_i/Q_i (K_i). Видами конъюнктуры рынка являются конъюнктура услуг BVZ^{1-2} , которая демонстрирует отношение спроса на их услуги к предложению, то есть L_i^{1-2}/Q_i^{1-2} (K_i^{1-2}), а также конъюнктура на услуги BVZ^{3-4} , то есть L_i^{3-4}/Q_i^{3-4} (K_i^{3-4}). Данная интерпретация конъюнктуры ранее не использовалась автором в отношении деятельности вузов разного уровня аккредитации и ОКУ [6, с.142].

Третья задача – анализ динамики структуры конъюнктуры локального рынка УВО. Следует согласиться с мнением С. Румянцевой, что анализ динамических явлений позволяет выявить закономерности, формирующие конъюнктурную составляющую экономической динамики [5, с.23]. В табл. 1 представлена динамика структуры конъюнктуры локального рынка УВО в разрезе двух групп вузов разного уровня аккредитации.

Данные табл. 1 наглядно убеждают в том, что динамика L_i и Q_i соответствует классическому постулату рыночной экономики «спрос рождает предложение». Цифры показывают, что совокупный спрос на УВО в 2004 г. достиг максимальной величины, а совокупное предложение в 2008 г. не опровергает, а подтверждает постулат, так как объясняется инерционностью процессов.

Начиная с 1994 г., вузы активно приступили к лицензированию, что в 1998 г. способствовало превышению предложения

Таблица 1

Динамика структуры конъюнктуры локального рынка УВО

<i>i</i>	Показатель											
	N_i	L_i	Q_i	K_i	N_i^{1-2}	L_i^{1-2}	Q_i^{1-2}	K_i^{1-2}	N_i^{3-4}	L_i^{3-4}	Q_i^{3-4}	K_i^{3-4}
94	52	6672	9327	0,72	34	3191	3793	0,84	18	3481	5534	0,63
95	52	6923	10066	0,69	34	3350	3932	0,85	18	3573	6134	0,58
96	52	7695	10562	0,73	33	3527	3983	0,89	19	4168	6579	0,63
97	53	12015	13821	0,87	34	4480	4468	1,00	19	7535	9353	0,81
98	49	13517	13040	1,04	27	3913	3429	1,14	22	9604	9611	1,00
99	53	15840	14000	1,13	30	4666	3612	1,29	23	11174	10388	1,08
00	55	17722	17042	1,04	32	5722	4541	1,26	21	12000	12501	0,96
01	61	20017	18645	1,07	35	5965	4921	1,21	26	14052	13724	1,02
02	61	25137	18949	1,33	35	6334	4694	1,35	26	18803	14255	1,32
03	61	28224	19485	1,45	35	6774	4638	1,46	26	21450	14847	1,44
04	60	39055	29777	1,31	35	7215	4323	1,67	25	31840	25454	1,25
05	60	40522	29713	1,36	34	7195	4337	1,66	26	33327	25376	1,31
06	60	41399	29345	1,41	34	7195	3792	1,90	26	34204	25553	1,34
07	60	43921	29144	1,51	34	7205	3342	2,16	26	36716	25802	1,42
08	58	48350	25272	1,91	33	6220	2271	2,74	25	42130	23001	1,83
09	57	46485	18954	2,45	31	5505	1270	4,33	26	40980	17684	2,32
10	58	44515	21257	2,09	32	4740	2511	1,89	26	39775	18746	2,12
11	54	42500	16978	2,50	29	4135	1399	2,96	25	38365	15579	2,46

над спросом ($K_i > 0$). Увеличение спроса до 2004 г. предопределяло относительно невысокий уровень избыточности конъюнктуры. Если на интервале с 2005 по 2008 гг. есть сокращение спроса при увеличении предложения, то с 2009 г. более высокие темпы сокращения спроса, нежели предложения, предопределили значительный уровень избыточности. На перепроизводство образовательных услуг обращают внимание И. Краснобаева и Н. Птуха [4, с.64]. Данная ситуация привела к сокращению численности вузов на последних четырех отрезках периода. Поскольку динамика спроса и предложения на услуги ВУЗ¹⁻² отличались от динамики ВУЗ³⁻⁴, то K_i^{1-2} отличается от K_i^{3-4} , а K_i являет собой синергетический эффект сочетания K_i^{1-2} и K_i^{3-4} .

Если принять во внимание минимальные и максимальные значения N_i^{1-2} , то количество ВУЗ¹⁻² за период сократилось на шесть. Доля L_i^{1-2} в L_i за период сократилась без малого в пять раз, с 47,83% в 1994 г. до 9,73% в 2011 г. Столь существенное уменьшение предложения объясняется

снижением спроса. Так, если в 1994 г. доля Q_i^{1-2} в Q_i составляла 40,67%, то в 2011 г. – 8,24%. Но при этом значение $L_{11}^{1-2} > L_{94}^{1-2}$ на 944 лицензии, в то время как $Q_{94}^{1-2} < Q_{11}^{1-2}$ на 2394 человека. Значение K_i^{1-2} в 2011 г. свидетельствует о том, что абсолютное большинство ВУЗ¹⁻² явно переоценивают свои возможности, поскольку не ориентируются на спрос на локальном рынке УВО. Спрос на услуги ВУЗ¹⁻² увеличивался до 2001 г., в то время как предложение росло до 2004 г. Исключением был 1998 г., когда спрос и предложение резко сократились, но при этом предложение очевидно превысило спрос.

Переломным для деятельности ВУЗ¹⁻² был 1997 г., когда впервые $K_i^{1-2} > 1$. На всех последующих отрезках конъюнктура оставалась избыточной, а в 2009 г. имело место максимальное превышение L_i^{1-2} над Q_i^{1-2} , когда в одном учебном заведении в среднем обучались 40 будущих экономистов-менеджеров. Следует обратить внимание, что $K_i^{1-2} > K_i$ на семнадцати из восемнадцати отрезках, составляющих период исследования. Стало быть, предложе-

ние VUZ^{1-2} в большей мере не соответствовало спросу, нежели предложение VUZ^{3-4} .

Судя по минимальным и максимальным значениям N_i^{3-4} число VUZ^{3-4} увеличилось на девять. Если доля L_{94}^{3-4} в L_{94} составляла 52,17%, то в 2011 г. она выросла до 90,27%. VUZ^{3-4} доминировали в предложении, так как $L_{94}^{3-4} > L_i^{1-2}$ в 2,26 раза. Столь значительное превышение объясняется увеличением спроса на услуги VUZ^{3-4} . Так, в 1994 г. доля Q_i^{3-4} в Q_i составляла 59,33%, в 2011 г. – 91,76%. Следовательно, услуги VUZ^{3-4} более востребованы, нежели услуги VUZ^{1-2} . Подтверждением этого является $K_i^{3-4} < K_i$ на семнадцати отрезках. Тенденция объясняется либо уменьшением спроса на младших специалистов и увеличением спроса на бакалавров, либо тем, что VUZ^{3-4} начали осуществлять подготов-

ку младших специалистов и вытеснили из сегмента VUZ^{1-2} . Д. Блок подчёркивает, что рост деловой активности в академической среде связывается с тем, что американские университеты в стремлении к «лидерству» утратили традиционные ориентиры. Упорная конкурентная борьба за абитуриентов является мощным стимулом для американских колледжей и университетов в расширении спектра образовательных программ и услуг [3, с.26,44].

Четвёртая задача – анализ динамики структуры конъюнктуры в сегменте «младший специалист» локального рынка УВО (табл. 2). В обозначениях показателей, характеризующих динамику конъюнктуры в сегменте, в верхний индекс добавлен символ «мс»: $N_i^{мс}$, $L_i^{мс}$, $Q_i^{мс}$, $K_i^{мс}$, $N_i^{1-2мс}$, $L_i^{1-2мс}$, $Q_i^{1-2мс}$, $K_i^{1-2мс}$, $N_i^{3-4мс}$, $L_i^{3-4мс}$, $Q_i^{1-2мс}$, $K_i^{3-4мс}$.

Таблица 2

Динамика структуры конъюнктуры в сегменте «младший специалист» локального рынка УВО

<i>i</i>	Показатель											
	$N_i^{мс}$	$L_i^{мс}$	$Q_i^{мс}$	$K_i^{мс}$	$N_i^{1-2мс}$	$L_i^{1-2мс}$	$Q_i^{1-2мс}$	$K_i^{1-2мс}$	$N_i^{3-4мс}$	$L_i^{3-4мс}$	$Q_i^{3-4мс}$	$K_i^{3-4мс}$
94	35	3491	4353	0,80	34	3191	3793	0,84	1	300	560	0,54
95	35	3650	4482	0,81	34	3350	3932	0,85	1	300	550	0,55
96	34	4090	4546	0,90	33	3527	3983	0,89	1	563	563	1,00
97	41	6793	6599	1,03	34	4480	4468	1,00	7	2313	2131	1,09
98	33	6073	5356	1,13	27	3713	3212	1,16	6	2360	2144	1,10
99	35	7531	5782	1,30	29	4391	3400	1,29	6	3140	2382	1,32
00	37	8507	7017	1,21	31	5497	4312	1,27	6	3010	2705	1,11
01	40	8660	7336	1,18	34	5740	4703	1,22	6	2920	2633	1,11
02	40	9829	7062	1,39	34	6034	4479	1,35	6	3795	2583	1,47
03	40	10309	6914	1,49	34	6349	4370	1,45	6	3960	2544	1,56
04	40	10290	7024	1,46	34	6790	4103	1,65	6	3500	2921	1,20
05	39	10490	6570	1,60	33	6770	4074	1,66	6	3720	2496	1,49
06	39	10000	5753	1,74	33	6770	3534	1,92	6	3230	2219	1,46
07	39	9835	5300	1,86	33	6655	3265	2,04	6	3180	2035	1,56
08	38	9555	3634	2,63	32	5690	2171	2,62	6	3865	1463	2,64
09	39	8435	2271	3,71	31	4975	1194	4,17	8	3460	1077	3,21
10	40	7550	4378	1,72	31	4360	2448	1,78	9	3190	1930	1,65
11	37	6935	2678	2,59	28	3755	1328	2,83	9	3180	1350	2,36

Данные табл. 2 демонстрируют присутствие одного VUZ^{3-4} в сегменте на первых трёх отрезках. Средний приём в один VUZ^{3-4} за 1994-1996 гг. (558) в 4, 8 раза превышал средний приём в один VUZ^{1-2}

(116). Столь успешная деятельность одного вуза стала образцом для подражания, и в 1997 г. в сегменте появились сразу семь VUZ^{3-4} . В 1999 г. один VUZ^{3-4} покинул сегмент, а спустя десять лет, в 2009 и 2010 гг., два учебных заведения пришли в

сегмент. Стало быть, подготовка младших специалистов стала привлекательной для ВУЗ³⁻⁴. Б. Кларк отмечает, что предпринимательский университет активно стремится к инновациям для того, чтобы оказаться в будущем в более благоприятном положении [2, с.19,20].

В 1998 г. по сравнению с 1997 г. значение Q_i^{3-4mc} выросло в 3,78 раза. Следует отметить, что появление в сегменте ВУЗ³⁻⁴ не сократило, а увеличило спрос на услуги ВУЗ¹⁻² в 1998 г. Спрос на услуги ВУЗ¹⁻² достиг максимума в 2001 г. (4703), а на услуги ВУЗ³⁻⁴ – в 2004 г. (2921). При этом максимальное значение Q_i^{1-2mc} намного превосходило максимальное значение Q_i^{3-4mc} , что убеждает в наличии массовости спроса на услуги ВУЗ¹⁻² в прошлом. 2011 г. был знаковым для сегмента. Если $N_{11}^{1-2mc} > N_{11}^{3-4mc}$ в три раза, то $Q_{11}^{1-2mc} < Q_{11}^{3-4mc}$, а $L_{11}^{1-2mc} > L_{11}^{3-4mc}$. Очевидно, что амбиции ВУЗ¹⁻² не подтверждены спросом. В свою очередь, действия ВУЗ³⁻⁴ подтверждают тезис Б. Ридингса о превращении университетов из идеологического аппарата национального государства в относительно независимую бюрократическую систему, подобную иным субъектам хозяйствования национального масштаба [1, с.30].

Изложенное позволяет сделать некоторые выводы. Во-первых, представленная аргументация доказывает правомерность деления вузов на две группы. На локальном рынке присутствовало два вуза второго уровня аккредитации. Из ВУЗ¹⁻² только одно учебное заведение, имеющее второй уровень аккредитации, присутствовало в сегменте на всех отрезках периода. Данный вуз в 2002 г. начал подготовку бакалавров, а с 2004 г. и до конца периода его доля в приёме на данном сегменте рынка гораздо ниже 1%. Однако он удерживает стабильные позиции в подготовке младших специалистов. Другой вуз второго уровня осуществлял подготовку младших специалистов только на одном отрезке. Его доля в приёме бакалавров, начиная с 2007 г., была ниже 1%. Отнесение учебных заведений к

группе ВУЗ¹⁻² свидетельствует, что в восприятии потребителей они не могут составлять конкуренцию ВУЗ³⁻⁴ при данной конъюнктуре локального рынка УВО. По сути, имеет место ситуация, когда официальная статистика отражает реальные потребительские предпочтения.

Во-вторых, на семнадцати отрезках $K_i < K_i^{mc}$, что свидетельствует о том, что уровень конкурентной борьбы в сегменте выше, нежели на локальном рынке. Доля L_i^{mc} в L_i в 1994 г. составляла 52,32%, а доля Q_i^{mc} в Q_i – 46,67%. В 2011 г. доля L_i^{mc} в L_i сократилась до 16,32%, а Q_i^{mc} в Q_i – до 15,78%. Данное обстоятельство свидетельствует о падении спроса на младших специалистов. Потребители делают выбор в пользу ОКУ «бакалавр», поскольку, выбирая ВУЗ³⁻⁴, они планируют продолжить образование в стенах данного учебного заведения. Принимая во внимание высокий уровень конкуренции, в обозримом будущем возможна потеря интереса высших учебных заведений к данному сегменту рынка, а, значит, и сокращение лицензированного объема.

В-третьих, в 2011 г. из двадцати пяти ВУЗ³⁻⁴ в сегменте присутствовали девять. При сохранении существующей тенденции динамики пропорции Q_i^{1-2mc} и Q_i^{3-4mc} имеется вероятность того, что если все ВУЗ³⁻⁴ или даже часть их сочтут для себя возможным работать в сегменте, то ВУЗ¹⁻² будут полностью вытеснены из него. Таким образом, подготовка младших специалистов учебными заведениями третьего и четвёртого уровня аккредитации ставит под угрозу деятельность заведений первого и даже второго уровня аккредитации в данной области знаний. Реальность данного предположения подтверждается тем, что $Q_{11}^{mc} < L_{11}^{3-4mc}$, то есть потенциал присутствующих в сегменте ВУЗ³⁻⁴ превышает спрос на специалистов данной квалификации. На четырнадцати отрезках $K_i^{1-2mc} > K_i^{3-4mc}$, что доказывает умение ВУЗ³⁻⁴ более эффективно реализовать по-

тенциал, нежели ВУЗ¹⁻². В дальнейшем данная тенденция может распространиться и на другие области знаний.

В-четвёртых, при сложившейся конъюнктуре на локальном рынке УВО и в сегменте ВУЗ¹⁻², осуществляющим подготовку экономистов-менеджеров, предстоит нелёгкий выбор: искать либо исключительную привлекательность своих услуг, которая повысит их конкурентоспособность, либо приемлемые формы кооперации с ВУЗ³⁻⁴, что позволит им сохранить свою идентичность и самостоятельность. При этом специальность, по которой осуществляется подготовка младших специалистов, не имеет решающего значения, поскольку предложение намного превышает спрос, а число рыночных субъектов в сегменте велико. Если учесть, что ВУЗ³⁻⁴ также заинтересованы в укреплении и расширении своих позиций на рынке и в сегменте, то времени на принятие решения осталось немного.

В дальнейшем автор планирует сосредоточить усилия на изучении последствий изменения структуры конъюнктуры локального рынка и сегментов «младший специалист» и «бакалавр» для каждого ВУЗ¹⁻² исходя из профильности (базовой отрасли знаний) их образовательной деятельности. Персонификация позволит найти приемлемые варианты решения задачи подготовки младших специалистов и бакалавров экономического профиля.

Литература

1. Ридингс Б. Университет в руинах / Б. Ридингс; пер. с англ. А.М. Корбута. – М.: Изд-во Гос. ун-та «Высшая школа экономики», 2010. – 304 с.
2. Кларк Б.Р. Создание предпринимательских университетов: организационные направления трансформации / Б.Р. Кларк; пер. с англ. А. Смирнова. – М.: Изд-во Гос. ун-та «Высшая школа экономики», 2011. – 240 с.
3. Блок Д. Университеты в условиях рынка, коммерциализация высшего образования / Д. Блок; пер. с англ. С. Карпа. – М.: Изд-во Гос. ун-та «Высшая школа эко-

номики». 2012. – 224 с.

4. Краснобаева И.А. Актуальные проблемы повышения конкурентоспособности вузов / И.А. Краснобаева, Н.И. Птуха // Открытое образование. – 2008. – №1. – С.63-73.

5. Румянцева С.Ю. Эволюция понятия и методологии анализа экономической конъюнктуры / С.Ю. Румянцева // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 5. Экономика. – 2004. – №4. – С.22-34.

6. Крафт О.А. Ринок послуг вищої освіти: методологічні основи дослідження кон'юнктури: моногр. / О.А. Крафт. – Донецьк: ТОВ «Юго-Восток, ЛТД», 2003. – 360 с.

7. Конституція (Основний Закон) Української Радянської Соціалістичної Республіки // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1978. – №18. – Ст. 268.

8. Закон Української РСР «Про народну освіту» // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1974. – №28. – Ст. 233.

9. Закон України «Про освіту» // Відомості Верховної Ради УРСР. – 1991. – №34. – Ст.451.

10. Закон України «Про вищу освіту» // Відомості Верховної Ради України. – 2002. – №20. – Ст.134.

11. Лист Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України «Роз'яснення щодо прирівняння середньої спеціальної освіти, здобутої за часів існування Радянського Союзу в технікумах та училищах, до неповної вищої освіти» від 16.03.2011 р., № 4.7-17/674 // Кадровик України. – 2011. – №05. – С. 28-30.

12. Про Перелік напрямів підготовки фахівців з вищою освітою за професійним спрямуванням, спеціальностей різних кваліфікаційних рівнів та робітничих професій: Затверджено Постановою Кабінету Міністрів України від 18.05.94 р., № 325 // Проблеми освіти: наук.-метод. зб. / Кол. авт. – К.: Наук.-метод. центр вищої освіти, 2003. – Вип. 34. – 298 с.

Статья поступила в редакцию 12.04.2013