

3. Крилов І.В. Маркетингові комунікації: світовий досвід / І.В. Крилов. – К.: Знання, 2009. – 267 с.

4. Пересадько Г.О. Аналіз маркетингової політики просування та збуту продукції підприємства / Г.О. Пересадько, О.В. Пересадько, О.В.Радченко, С.І. Науменко // Механізм регулювання економіки. – Суми, 2010. – №3, Т. 2. – С. 72–80.

5. Радкевич, Л.А. Формування поведінки споживача в маркетингово-орієнтованій структурі управління підприємства / Л.А. Радкевич, І.А. Луговська // Торгівля та ринок України: зб. наук. праць. – Донецьк, 2012. – Зб. 34. – С. 59–66.

6. Скрынникова И.А. Маркетинг в сфере услуг: учеб. пособие для студ. вузов // И.А. Скрынникова. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 2012. – 203 с.

Т.М. ІВАНЮТА,

к.е.н., доцент, Національний університет харчових технологій

Аналіз стану кондитерської галузі та виявлення чинників економічної безпеки

Із розвитком інтеграційних процесів, а також наявністю кризових тенденцій все актуальнішими стають питання, пов'язані зі станом економічної безпеки підприємств, що передбачає здатність протистояти небезпекам та загрозам, а також використовувати наявні та потенційні можливості. Виявлення небезпек та можливостей, а також їх врахування дозволить підвищити ефективність управління бізнесом сьогодні та гарантувати розвиток у майбутньому.

Ключові слова: безпека, підприємство, економічна безпека, загрози, можливості, кондитерська галузь, харчова промисловість.

Т.Н. ІВАНЮТА,

к.э.н., доцент, Национальный университет пищевых технологий

Анализ состояния кондитерской отрасли и выявление факторов экономической безопасности

С развитием интеграционных процессов, а также наличием кризисных тенденций все более актуальными становятся вопросы, связанные с состоянием экономической безопасности предприятий, что предполагает способность противостоять опасностям и угрозам, а также использовать имеющиеся и потенциальные возможности. Выявление опасностей и возможностей позволит повысить эффективность управления бизнесом сегодня и гарантировать развитие в будущем.

Ключевые слова: безопасность, предприятие, экономическая безопасность, угрозы, возможности, кондитерская отрасль, пищевая промышленность.

T. IVANJUTA,

candidate of economic sciences, National University of Food Technologies

Analysis of the confectionery industry state and to identify the factors of economic security

With the development of integration processes, as well as the crisis becomes more and more urgent issues related to the state of economic security of enterprises, which implies the ability to resist risks and threats, and to use the existing and potential opportunities. Identify threats and opportunities, as well as their accounting duality to increase the efficiency of business management today, and to ensure that development in the future.

Keywords: security, enterprise, economic security, threats, opportunities, confectionery industry, food industry.

Постановка проблеми. Економічна безпека підприємства не може розглядатися без вивчення умов, в яких воно функціонує. Будь-яке сучасне підприємство представляє собою відкриту систему, що тісно взаємодіє із зовнішнім середовищем. Причому зовнішні (галузеві) умови виступають як фактор, що визначає певним чином внутрішні умови і можливості і які в сукупності прямо впливають на умови забезпечення економічної безпеки підприємства.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. Багато вчених, дослідників та аналітиків займаються аналізом динамічних змін, закономірностей розвитку та чинників впливу в кондитерській галузі, оскільки дана галузь є найрозвинутішою в промисловості України та в переважній більшості експортноорієнтованою. Але необхідним є дослідження середовища діяльності підприємств галузі під кутом наявних та потенційних небезпек і можливостей, тобто з позиції стану економічної безпеки підприємств, особливо зважаючи на кризові тенденції в економіці країни.

Метою статті є аналіз основних чинників, що впливають на стан безпеки підприємств кондитерської галузі, а також виявлення загроз та можливостей в їх діяльності.

Виклад основного матеріалу. Кондитерська галузь – одна з найрозвиненіших у харчовій промисловості нашої країни. Загальний обсяг виробництва становить понад 1 млн. т продукції на рік, що дає змогу не лише повністю забезпечити потреби внутрішнього ринку, а й експортувати її у значних обсягах за кордон.

Кондитерські вироби є традиційно популярними в Україні. При рівні споживання 4–7 кг на душу населення на рік Україна є восьмою у світі за споживанням кондитерських виробів на душу населення [10, с. 12]. Обсяг споживання внутрішнього ринку становить 700–750 тис. т, а вітчизняними виробниками виробляється 1–1,1 млн. т [4]. Асортимент виробленої продукції охоплює практично всі групи кондитерських виробів.

Дана галузь має окремі сегменти, кожний з яких може розглядатися як окремий ринок зі своїм графіком по-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

питу та пропозиції. Однією з істотних особливостей господарської діяльності підприємств кондитерської галузі нині є те, що в галузі відчувається постійне посилення конкуренції. Внаслідок того що ринок кондитерських виробів перебуває у постійному розвитку, підприємства мають динамічно вирішувати питання оцінки стратегії своєї поведінки не тільки в перспективі, а й сьогодні, а також визначати ступінь своєї стійкості на цьому ринку.

У кондитерській галузі на виробництві задіяно близько 170 тис. працюючих. Виробничі потужності галузі завантажені орієнтовно на 70%.

Українські підприємства щороку інвестують у розвиток галузі значні кошти. На провідних кондитерських фабриках проведено повну модернізацію, встановлено найсучасніші виробничі лінії. Значно підвищено технологічність і науковість підприємств.

У кондитерській галузі України діють понад 500 підприємств, більшість з яких здійснюють виробництво мучних кондитерських виробів (печиво, торти, кекси та т. ін.). Тільки 10% від загальної кількості кондитерських підприємств виробляють продукцію, що входить у групу цукристих (шоколад, карамель, цукерки, драже та ін.). Проте обсяг виробництва в цьому сегменті становить до 50% від загального виробництва кондитерських виробів (у натуральному еквіваленті). Широкий асортимент кондитерських виробів виробляють 30 великих фабрик, але існують спеціалізовані фабрики, що створюють лише деякі окремі види продукції.

Сьогодні український кондитерський ринок – це структурований ринок з високою конкуренцією. Він вирізняється високим ступенем консолідації – близько 70% цього ринку займають 8–10 лідируючих компаній. Це найбільші підприємства з масштабними ресурсами, командами професіоналів, популярними продуктами, між якими ведеться основна боротьба за споживання і полиці магазинів.

Динаміку зміни виробництва продукції кондитерської галузі наведено в табл. 1.

Таким чином, кризовий період практично не відбився на виробництві цукристих кондитерських виробів. Незважаючи на зниження споживчого попиту, українці не змінили в цілому свої смаки. Як купували шоколадні і борошняні кондитерські вироби, так і продовжують купувати, зменшивши кількість споживаної продукції. Так, порівняно з кризовим 2008 роком у 2012 році загальний випуск кондитерської продукції зменшився з 969 до 948 тис. т, тобто на 21 тис. т, або 2,2%. Від-

булося це головним чином унаслідок зменшення за цей період виробництва виробів кондитерських з цукру без какао на 35,0 тис. т, або 14%, що своєю чергою пов'язано насамперед зі значним зростанням цін на цукор у 2009–2010 роках.

Головних гравців ринку кондитерських виробів та їхні торгові марки наведено в табл. 2.

За результатами 2011 року найбільшими виробниками кондитерських виробів були «Рошен», «Конті» та «АВК», на долю яких припадає понад 50% виробництва країни. У 2012 році дві третини всього ринку і три чверті експорту контролюють дев'ять виробників кондитерської галузі, а саме: Roshen, «АВК», «Конті», «Світоч» (Nestle), «Kraft Foods Україна», «Бісквіт–Шоколад», «Житомирські ласощі», «Полтавакондитер», «Світ ласощів» та ін. Найбільш популярною є продукція ТМ Roshen (37%), «Конті» (21%), «АВК» (14%), «Світоч» (12%) [6, 7, 9].

Важливим показником ефективності діяльності будь-якої галузі є позитивне сальдо між експортом та імпортом відповідних товарів.

Виробничі потужності кондитерської галузі в значній мірі працюють на експорт. Більша частина всього виробленого в 2010 році шоколаду та продуктів з какао експортується. Імпорт цієї групи товарів становить 12% від загального обсягу виробленої та імпортованої продукції. Більша частина імпорту припадає на четвертий квартал, що співпадає з сезонним зростанням обсягу виробництва і споживання цієї групи товарів.

Експорт товарів кондитерської групи перевищує імпорт на \$223,9 млн., що становить 57% (табл. 3). Протягом 2005–2009 років спостерігається позитивна тенденція до збільшення даного показника. Однак у 2010 році відбувається підвищення імпорту, що спричинено зростанням цін на кондитерські вироби вітчизняних виробників.

Проте загалом у 2012 році порівняно з 2011 роком Україна дещо скоротила експорт кондитерських виробів з какао, але значно наростила обсяги експорту цукру та кондитерських виробів з нього. Оскільки імпорт значно скоротився, має місце значний позитивний приріст сальдо зовнішньоекономічної діяльності галузі.

Головною проблемою сировинної бази для кондитерської промисловості є постачання какао-бобів. Головний постачальник – Західна Африка, і саме через нестабільну політичну ситуацію зростання вартості сировини какао є головною проблемою. Крім того, відбувається зростання ціни на муку через зростання вартості зерна. Через зменшення посівних площ

Таблиця 1. Динаміка зміни виробництва продукції кондитерської галузі

Виробництво	Роки									
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Печиво солодке і вафлі, тис. т	272	285	314	337	358	373	339	367	374	392
Цукор білий кристалічний, тис. т	2486	2147	2139	2592	1867	1571	1275	1805	2586	2143
Шоколад та інші продукти харчові готові з вмістом какао, в брикетах, пластинах чи плитках, тис. т	205	244	283	303	329	346	330	352	344	341
Вироби кондитерські з цукру (включаючи білий шоколад) без вмісту какао, тис. т	293	310	285	241	256	250	266	252	230	215

Складено автором на основі [8].

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Таблиця 2. Головні гравці ринку молочної, кондитерської продукції та безалкогольних виробів

Гравець	Торгова марка	Примітки
1	2	3
ПАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» (ПАТ «ККФ «Рошен»)	ТМ «Рошен»	«Рошен» придбав виробничі майданчики у Росії (с. Липець) і Литві (м. Клайпеда), «Конті» – РФ (м. Курськ)
Приватне акціонерне товариство «Виробниче об'єднання «Конті» (АТ «ВО «Конті»)	AMOUR (шоколад в рігелях Dolci та традиційний прямокутний шоколад AMOUR, шоколадні цукерки Esfero, горіхи та фрукти в шоколаді Amour), «Бонжур»–десерт, «Супер–Контік», «Беліссімо», «Мелодіка», «Мамулін торт», BisKonti, «Джек», «КонтіТофіта», «Золота Лілія»	Експортно орієнтована стратегія розвитку компанії
ПАТ «Крафт Фудз Україна»	ТМ «Ведмедик «Барні», TUC, OREO, «Belvita! Добрий Ранок!»; «Корона», Milka; «Люкс»; Jacobs, Carte Noire; Dirol, Halls, Picnic, Tassimo	Є одним із лідерів на ринку харчових продуктів України в категоріях кави, солоних снєків, печива та виробів із шоколаду
Компанія «АВК»	ТМ «АВК», ТМ «ШокоLove» та «ШокоLove Коктейль»	Експорт продукції здійснюється в 20 країн ближнього та дальнього зарубіжжя
Корпорація «Бісквіт–Шоколад»	ТМ «Бісквіт–Шоколад»	Об'єднує дві фабрики: «Харківська бісквітна фабрика» і кондитерська фабрика «Харків'янка»
ТДВ «Житомирські ласощі»	ТМ «ЖЛ», ТМ Optimix	Входить у п'ятірку лідерів кондитерського ринку України
ПАТ «Полтавакондитер»	ТМ «Домінік»	Дистриб'юторська мережа компанії ПАТ «Полтавакондитер» охоплює всю територію України. Однак солодощі ТМ «Домінік» відомі також і за її межами – в Росії, Казахстані, Фінляндії, Азербайджані, Монголії, Грузії, Молдавії, Таджикистані, Киргизії, Туркменії, Естонії, Литві, Латвії
ПАТ «Львівська кондитерська фабрика «Світоч»	ТМ «Світоч»	У 1998 році Nestle купує контрольний пакет акцій львівської кондитерської фабрики «Світоч» та стає власником найвідомішого однойменного «солодко-го» бренду України

Складено автором на основі [2, 9, 11].

Таблиця 3. Динаміка експорту та імпорту цукру та кондитерських виробів

Показник	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Експорт									
Цукор і кондитерські вироби з цукру, \$ млн.	119,6	110,2	113,5	155,7	164,4	165,2	206,5	241,9	341,9
Какао і продукти з нього, \$ млн.	209,3	239,3	259,9	353,1	503,1	448,6	591,6	675,7	662,3
Імпорт									
Цукор і кондитерські вироби з цукру, \$ млн.	103,5	79,0	30,1	32,7	67,2	87,6	231,4	230,7	83,5
Какао і продукти з нього, \$ млн.	145,8	226,9	222,9	268,4	359,0	302,3	407,3	491,8	449,6
Сальдо									
\$ млн.	79,6	43,6	120,4	207,7	241,3	223,9	159,4	195,1	471,1

Складено автором на основі [3].

цукрового буряка відбувається зростання ціни на цукор, що є негативним моментом для кондитерської галузі.

Доцільно узагальнити головні проблеми та перспективи кондитерської галузі України. Основна проблема – у торгових обмеженнях. Серед передумов розвитку галузі: вирішення внутрішньоекономічних проблем (подальше зниження регуляторного тиску, вдосконалення Податкового кодексу, митних процедур тощо); зняття обмежень на постачання українських кондитерських виробів, які запроваджені Росією, Казахстаном і Білоруссю; повна лібералізація торгівлі кондитерськими товарами з Євросоюзом [1].

Проте Росія (вже протягом десяти років) стягує додаткове мито на карамель, а Казахстан – також і на шоколадні вироби. При цьому виконавчий комітет СНД фактично визнав не-

правомірність дій Казахстану. При вступі Росії до СОТ Україна не відстояла свої інтереси щодо зняття Росією обмежень на українську карамель, унаслідок чого експорт до цієї країни став не вигідним.

Також може виникнути й інша проблема. Рішення парламенту України щодо підвищення ставок ввізного мита на какао–продукти, фундук і багато інших товарів, які в Україні не виробляються, призначено виключно для наповнення бюджету. Такі дії призведуть до істотних економічних втрат, оскільки кінцева продукція подорожчає, продажі очевидно впадуть, а з ними автоматично і прибутки підприємств та відрахування до бюджету [9]. Покращення або навіть утримання економічної безпеки підприємствами хоча б на тому ж рівні вимагатиме значно більших зусиль.

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Таблиця 4. Загальна характеристика обраних підприємств харчової промисловості

Показник	Підприємство	Роки				
		2007	2008	2009	2010	2011
1	2	3	4	5	6	7
Середньооблікова чисельність працівників, осіб	АТ «ВО «Конті»	5 335	5 859	5 290	5 604	5 577
	ПАТ «Полтавакондитер»	2 696	2 441	2 169	2 006	1 688
	ПАТ «ККФ «Рошен»	2 952	2 759	2 651	2 423	2 153
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції і послуг, тис. грн.	АТ «ВО «Конті»	1273098,0	1819636,0	2284227,0	3015072,0	3515036,0
	ПАТ «Полтавакондитер»	358196,0	418064,0	381009,0	390204,0	423793,0
	ПАТ «ККФ «Рошен»	280 020,0	517 878,0	415 771,0	908 771,0	548 833,0
Собівартість реалізації продукції, тис. грн.	АТ «ВО «Конті»	838436,0	1235526,0	1633319,0	2235137,0	2652313,0
	ПАТ «Полтавакондитер»	305088,0	343284,0	309348,0	337047,0	365768,0
	ПАТ «ККФ «Рошен»	263 650,0	490 302,0	395 669,0	868 313,0	518 743,0
Чистий прибуток (збиток), тис. грн.	АТ «ВО «Конті»	34 134,0	-194161,0	352188,0	116916,0	58362,0
	ПАТ «Полтавакондитер»	11939,0	19452,0	24340,0	5097,0	11932,0
	ПАТ «ККФ «Рошен»	212,0	1 915,0	1 351,0	2 742,0	4 778,0
Рівень рентабельності (збитковості) виробництва, %	АТ «ВО «Конті»	4,23	-11,87	14,78	4,44	2,09
	ПАТ «Полтавакондитер»	7,62	11,13	13,01	2,44	5,15
	ПАТ «ККФ «Рошен»	0,07	0,53	0,35	0,64	0,95
Витрати на 1 грн. чистого доходу	АТ «ВО «КОНТИ»	0,85	0,85	0,86	0,92	0,93
	ПАТ «Полтавакондитер»	0,90	0,87	0,86	0,91	0,90
	ПАТ «ККФ «Рошен»	0,96	0,96	0,96	0,96	0,96
Чистий дохід на одного працюючого	АТ «ВО «Конті»	238,63	310,57	431,80	538,02	630,28
	ПАТ «Полтавакондитер»	132,86	171,27	175,66	194,52	251,06
	ПАТ «ККФ «Рошен»	94,86	187,70	156,84	375,06	254,92

Складено та розраховано автором на основі [11].

Таблиця 5. Узагальнююча характеристика середовища підприємств кондитерської галузі харчової промисловості

Позитивні аспекти	Негативні аспекти	Основні постачальники сировини	Перспективи	Серйозні загрози
Інвестиційно приваблива галузь харчової промисловості України; наявність значного інвестиційного потенціалу, реалізація якого дозволить значно підвищити ефективність господарювання	Матеріалоємність – більша частина витрат спрямована на придбання сировини; коливання цін на сировину (цукор, борошно, какао-боби) протягом року	В Україні наявна місцева сировина – борошно та цукор. Какао-боби імпортуються значною мірою із Західної Африки	Орієнтація на експорт продукції, модернізація виробництва для виготовлення якісної продукції та розширення асортименту, удосконалення системи розподільної логістики; переорієнтація з виробництва продукції преміум-класу на збільшення обсягів вагових шоколадних цукерок, оскільки цей сегмент практично не зазнав впливу фінансової кризи й досі залишається бажаним	Залежність від цін на імпортовану сировину; встановлення іншими країнами обмежень на кондитерську продукцію українських виробників. Значне використання сировини на основі рослинних жирів з метою здешевлення

Складено автором.

Виробництво кондитерської продукції є матеріаломістким, що своєю чергою свідчить про значну чутливість підприємств галузі до стану та динаміки ринків сировини, а саме ринку цукру та какао-бобів.

Для аналізу галузевих особливостей кондитерської галузі харчової промисловості обрано три підприємства. Загальна характеристика обраних підприємств наведена в табл. 4.

За даними табл. 4 можна зробити висновок, що протягом 2007–2011 років підприємства галузі зазнавали певних труднощів у своєму фінансово-економічному господарюванні. Особливо важкими майже для всіх підприємств

були 2008 та 2009 роки. Лише ПАТ «Полтавакондитер» та ПАТ «Київська кондитерська фабрика «Рошен» не зазнали протягом 2007–2011 років збитків. Динаміка зміни основних показників на всіх підприємствах нестабільна. Присутні як спади, так і підйоми. Все це показує, що стан економічної безпеки обраних підприємств нестабільний, постійно існує загроза попасти в зону тривалої економічної небезпеки.

Використання на практиці наведених показників, що характеризують те або інше економічне явище або процес на підприємстві, дозволяє встановлювати достовірну оцінку та на її основі вживати необхідних заходів, спрямованих на за-

ЕКОНОМІЧНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ ГАЛУЗЕЙ ТА ВИДІВ ЕКОНОМІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

безпечення позитивної динаміки у використанні елементів продуктивних сил або факторів матеріального виробництва. Тим самим забезпечується комплексний характер у формуванні та реалізації економічної безпеки підприємства.

Для аналізу існуючих небезпек, загроз та можливостей обраних підприємств, доцільним буде систематизувати основні ринкові характеристики кондитерської галузі харчової промисловості (табл. 5).

Висновки

Отже, на основі дослідження стану галузі, а також аналізу основних показників роботи підприємств, особливостей їх діяльності, виокремлено загроз та можливості кондитерської галузі харчової промисловості, що необхідно врахувати при визначенні економічної безпеки підприємств та прийнятті рішень щодо її посилення.

Список використаних джерел

1. Буркинський Б.В. Шляхи модернізаційного забезпечення розвитку ринку молока в Україні / Б.В. Буркинський, О.І. Лайко, І.В. Агінська, О.В. Островар // Економічні інновації. – 2012. – №47. – С. 38–52.
2. Виробництво основних видів продукції тваринництва за регіонами. Держкомстат України [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2011/sg/sg_reg/vop/vop_u/arh_vop2011.html

3. Зовнішня торгівля України товарами та послугами у 2012 році: [стат. збірник] / [відп. за вип. А.О. Фризоренко]. – К.: Держ. служ. статистики України, 2013. – Т. 1. – 139 с.

4. Лук'янова В.В. Діагностика ризику діяльності підприємства / Лук'янова В.В. – Хмельницький: Ковальський В.В., 2007. – 312 с.

5. Митрофанов А.А. Экономическая безопасность коммерческих предприятий и деловая разведка [Електрон. ресурс] / А.А. Митрофанов. – Режим доступу: <http://www.bre.ru/security/22843.html>

6. Показники роботи кондитерської галузі за січень–квітень 2012 року. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrkondprom.com.ua/statistika/>

7. Показники роботи кондитерської галузі у січні–лютому 2012 року. [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://ukrkondprom.com.ua/osnovni_pokaznuku_galyzi2/

8. Статистичний щорічник України за 2012 рік / [відп. за вип. О.Е. Остапчук]. – К.: Держ. служ. статистики України, 2013. – 552 с.

9. Сучасний стан справ в кондитерській галузі України. [Електрон. ресурс] // Діловий Вісник Торгово–промислової палати України №8 (219) 2012. – Режим доступу: http://ukrkondprom.com.ua/stan_sprav_v_kond_galuzi/

10. Тарануха Ю.В. Предприятие и предпринимательство в трансформируемой экономике / Тарануха Ю.В. – М.: Изд-во «Дело и Сервис», 2003. – 368 с. 11. Фінансова звітність 2007 – 2011 [Електрон. ресурс] – Режим доступу: www.smida.gov.ua

М.Ю. АВКСЕНТЬЄВ,

к.е.н., проректор, Київський національний університет будівництва і архітектури

Аналіз ринку освітніх послуг в Україні

У статті викладено матеріал, який стосується ринку освітніх послуг, у тому числі кількості навчальних закладів, аналізу популярних та неprestижних професій відповідно до результатів різних досліджень.

Ключові слова: вища освіта, ринок освітніх послуг, напрями підготовки, диспропорції ринку освітніх послуг.

М.Ю. АВКСЕНТЬЄВ,

к.э.н., проректор, Киевский национальный университет строительства и архитектуры

Анализ рынка образовательных услуг в Украине

В статье изложен материал, касающийся рынка образовательных услуг, в том числе количества учебных заведений, анализа популярных и неprestижных профессий в соответствии с результатами разных исследований.

Ключевые слова: высшее образование, рынок образовательных услуг, направления подготовки, диспропорции рынка образовательных услуг.

М. AVKSIENTIEV,

PhD., deputy rector of Kiev National university of construction and architecture

Analysis of the market educational services in Ukraine

The article surveys the development of sphere of higher education in Ukraine since its independence: university dynamics, changes in popularity of common specialities, their adaptation to the market volatility, etc.

Keywords: higher education, educational market, training direction, educational market disproportion.

Постановка проблеми. Будь-який процес планування розвитку ринку освітніх послуг неможливий без детального аналізу з виявленням наявних диспропорцій.

Аналіз досліджень та публікацій з проблеми. При написанні статті використовувалися всі відкриті джерела мережі Інтернет, що дало змогу більш точно провести аналіз досліджуваної проблематики з використанням матеріалів як вітчизняних, так і зарубіжних досліджень. Були використані матеріали власного дослідження, публікації

українських та іноземних спеціалістів, роботи яких присвячені даній проблемі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячується стаття. В сучасних періодичних виданнях, мережі Інтернет, статтях та публікаціях проблема, яка розглядається, розкрита в досить значній мірі. Однак різні джерела дають не однакову інформацію щодо виділення диспропорцій ринку освітніх послуг популярності та неprestижності відповідних професій.