

## **Маркетинг университета: рыночная политика, инновационная самозанятость выпускников и создание высокотехнологичных стартапов. Часть 1**

**Б. Ю. Сербиновский, Л. Г. Зверева, Д. Е. Клеваков**

Маркетинг российских университетов построен на идее продвижения образовательных услуг на рынок, но традиционно учитывает только одну форму трудоустройства выпускников: найм, поиск и замещение выпускником вакансии на действующих предприятиях. Противоречие и проблема такой рыночной политики и маркетинга университета раскрывается в результатах исследования, выполненного в 24 вузах, которые показали, что все университеты направляют свои усилия на трудоустройство выпускников через найм и не рассматривают возможности их самонайма и самозанятости. Исключением из этого «правила» можно считать работу, связанную с созданием в ряде университетов и институтов стартапов. Например, в этом направлении активен Донской государственный технический университет, на базе которого реализуется программа «Стартап года». Однако эта работа только отчасти связывается с подготовкой студентов к самозанятости. Малая часть студентов вузов участвуют в процессе создания стартапа, самостоятельно проектируют стартап как будущий свой бизнес.

Назрела необходимость коррекции рыночной политики университетов с учетом широких возможностей их участия в развитии самозанятости населения, но прежде всего за счет расширения ассортимента образовательных услуг, чтобы сформировать у студентов компетенции, позволяющие студентам и выпускникам вузов создавать свой бизнес, становиться самозанятыми, разрабатывать и воплощать в жизнь проекты стартапов.

Несмотря на заявления Президента и Правительства РФ о существенном снижении уровня безработицы, проблема трудоустройства выпускников посредством найма на предприятия, в учреждении и организации не решена и, видимо, не может быть решена в полной мере в силу объективных причин:

1) практика показывает, что процент трудоустроенных выпускников вузов (по направлениям на работу) не превышает 50%. Например, по состоянию на 1 октября 2010 г. направления на работу получили 3003 специалистов (45,6%), окончивших на бюджетной основе очные отделения государственных и муниципальных высших учебных заведений Томской области [1]. Близкие значения удельного показателя трудоустройства выпускников вузов характерны для других регионов и России (в целом);

2) научно-технический прогресс (НТП) сопровождается повышением производительности труда, поэтому действующие предприятия при значительном повышении производительности сокращают свой персонал, а новые высокопроизводительные предприятия предлагают малое количество рабочих мест. Например, в Красносулинском районе Ростовской области в декабре 2012 г. начал работать самый большой в мире завод по производству листового стекла. Ежесуточный выпуск продукции (900 тн) обеспечивают 270 чел. [2];

3) продолжающийся экономический кризис является основным фактором повышения уровня безработицы. Например, Число рабочих мест в российской промышленности в первые 11 месяцев 2012 г. сократилось на 142 тысячи. Всего в секторе крупных и средних предприятий потери составили 107 тысяч [3].

В статье [4] предлагается учитывать в маркетинговой деятельности университета все варианты трудоустройства студентов (в процессе обучения) и выпускников вуза:

- найм;
- самозанятость;
- предпринимательство как участие в существующем семейном бизнесе (рис. 1).

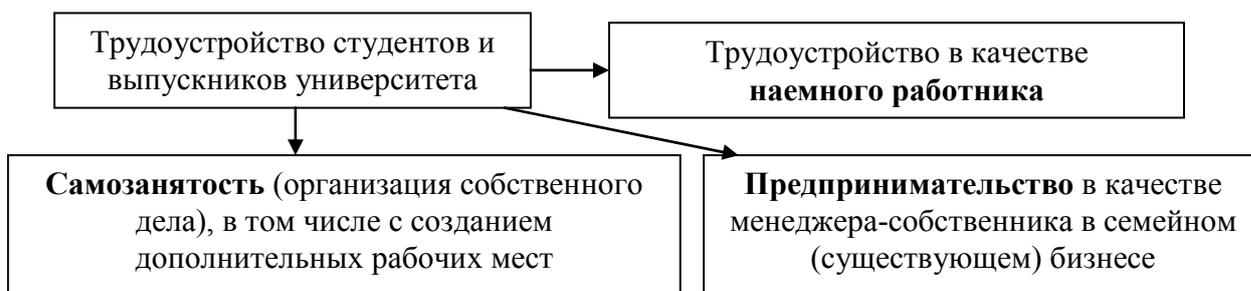


Рис. 1. – Варианты трудоустройства выпускника вуза

В связи с созданием условий для самозанятости студентов и выпускников в системную маркетинговую деятельность и стратегию университета должны быть внесены изменения. Следует внести коррективы в комплекс маркетинга, в товарную (product), сбытовую (place), ценовую (price) и коммуникационную политику или политику продвижения (promotion, promotion-mix), включая рекламу, sales promotion (стимулирование сбыта и/или продвижение продаж), public relations и личные продажи.

Развитие продуктовых направлений университета следует связывать с направлениями модернизации российской экономики, которая должна приобрести черты новой экономики и экономики знаний [5], и учитывать тенденции развития инновационной самозанятости, связанной с развитием высокотехнологичных производств, отраслей и сфер хозяйственной деятельности [6, 7].

Следует отметить, что государство в целом поддерживает самозанятость населения, однако, в 2012 г. финансовая поддержка самозанятых из федерального бюджета была прекращена, и полномочия переданы регионам и муниципалитетам. При этом самозанятые студенты (выпускники вузов) могут рассчитывать на государственную поддержку по программам развития малого предпринимательства, малого и среднего бизнеса, а не только субсидии самозанятым [8 – 10]. Эти меры считаются недостаточными, поскольку в заключении Комитета Государственной Думы по образованию Федерального Собрания Российской Федерации (от 12.03.2012) на проект федерального закона № 541337-5 «О мерах государственной поддержки выпускников государственных и муниципальных образовательных учреждений высшего профессионального образования и государственных образовательных учреждений среднего профессионального образования» записано: «В проекте Закона не учитывается возможность осуществления выпускниками предпринимательской деятельности в форме частного предпринимательства, в итоге выпускники, делающие выбор в пользу открытия собственного бизнеса, ставятся в неравное положение с выпускниками, которые трудоустраиваются для работы по найму» [11].

Рассматривая возможности изменения набора образовательных продуктов обследованных университетов можно утверждать, что они вполне достаточны, чтобы обеспечить условия для развития самозанятости студентов и выпускников вузов, а также части преподавателей и научных сотрудников. Однако необходимо запустить проблемно ориентированный механизм изменений и учитывать, что важным системообразующими элементами изменений должны стать идея и процесс создания студентом стартапа – своего бизнеса (желательно высокотехнологичного и высокопродуктивного).

В отношении нового образовательного продукта (услуги) целесообразно использовать инструменты интегрированного маркетинга, направляя усилия на продвижение продукта, фокусируя их на достаточно широкий, но ограниченный круг потребителей – действующих или потенциальных самозанятых. Как известно [12], такой маркетинг обеспечивает снижение риска для университета. Рыночная политика, организация и политика маркетинга будет условно разделена на две составляющие:

- продуктовая: создание и/или коррекция образовательных программ, их продвижение на рынок услуг; помощь обучаемому самозанятому в проектировании и создании стартапа как особого продукта образовательной деятельности университета;

- потребительская: исследование потенциальных потребителей (потенциальных и фактических самозанятых) новых образовательных услуг; привлечение абитуриентов, студентов и выпускников (для освоения программ второго высшего образования и повышения квалификации); кастомизация новых образовательных услуг с учетом компетенций, сформированных у потенциальных и фактических самозанятых, а также необходимых для предполагаемой профессиональной и/или предпринимательской деятельности самозанятых.

Современное оценивание университетов предусматривает акцентирование внимания на карьере выпускников, их успехах в хозяйственной деятельности. Некоторые рейтинги непосредственно включают оценки, связанные с трудоустройством выпускников, их востребованностью на рынке труда, оплатой труда, перспективами карьерного роста, например, Рейтинг вузов SuperJob, который предлагается Исследовательским центром SuperJob.ru, и Деловой рейтинг высшего образования, рассчитываемый Общероссийской общественной организацией «Деловая Россия» [13, 14]. Именно поэтому оказывается важным расширить реализуемые университетами рыночные политики и предлагаемый ассортимент образовательных продуктов (услуг), включив в него не только образовательные программы для подготовки самозанятых, но и услуги по проектированию и созданию стартапов, в том числе высокотехнологичных стартапов. Проводя такую политику, университет не только будет выполнять свою основную функцию в экономической системе (подготовку кадров), но и сможет стать активным участником инновационной модернизации, реструктуризации российской экономики, генератором хозяйствующих субъектов, которые можно отнести к новой экономике и экономике знаний. Создание самозанятыми стартапов (в процессе обучения в университете) и организация им собственного дела становятся целями образовательной деятельности, которые находят отражение в новом образовательном продукте, содержании образовательных программ и организации образовательного процесса.

Важен еще один аспект инновационного преобразования продуктового комплекса университета. Он связан с углубленным анализом существующих в университетах возможностей подготовки самозанятых и создания стартапов без существенного изменения существующих направлений подготовки бакалавров, специалистов, магистров и реализуемых образовательных программ. Результаты исследования показывают, что таких направлений подготовки и образовательных программ достаточно много, что упрощает решение задачи и существенно снижает затраты на нововведения.

Подготовка планируемых изменений начинается с анализа возможностей университета и реализуемых маркетинговой концепции и рыночной политики, а также проведения маркетинговых исследований с выделением нескольких объектов и предметов исследования. В ходе исследования необходимо уточнить возможности продвижения новых образовательных продуктов на региональный и другие рынки; определить размер средств по программам поддержки самозанятости, развития предпринимательства и малого бизнеса, инновационного преобразования экономики; изучить ситуацию на рынке труда и спрогнозировать его будущее состояние. Целесообразно изучить силы конкурентного противодействия продвижению на рынок новых образовательных продуктов и барьеры вхождения самозанятых (стартапов и производимых товаров, работ и услуг) на отдельные рынки.

Особое внимание следует уделять внутренней среде университета, реализуемым образовательным продуктам, компетенциям профессорско-преподавательского состава, а также сила внутренней конкуренции, а также барьерам и сопротивлению изменениям, которые инновации должны преодолеть при реализации проектов коррекции или разработки новых образовательных продуктов (услуг).

Значительный объем исследования выполняется в университете (рис. 2).

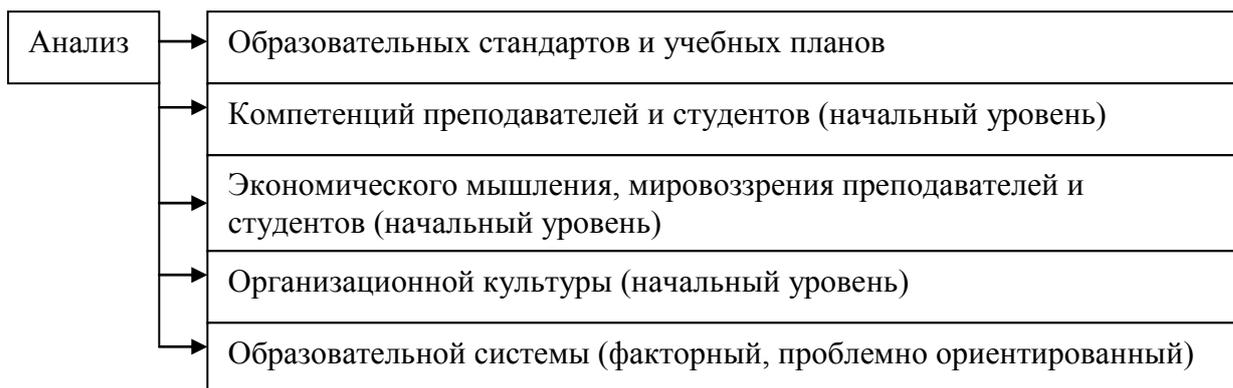


Рис. 2. – Основные блоки анализа среды, в которой создаются новые образовательные продукты

Результаты исследования проблемы могут быть кратко представлены следующими рекомендациями.

Образовательные стандарты и учебные планы целесообразно классифицировать и дифференцировать по двум основаниям:

- объем корректировок существующих образовательных программ и проектных работ новых образовательных программ;
- степени инновационности потенциальной самозанятости (табл. 1).

Таблица 1

Классификация проектов коррекции и разработки образовательных программ подготовки самозанятых

Объем разработок и корректировок (А)	Уровень инновационности (В)		
	В1. Низкий (традиционные технологии)	В2. Средний (новые технологии)	В3. Высокий (высокие технологии и наукоемкие производства)
А1. Очень малый (не требуется целевого финансирования работ)	А1-В1	А1-В2	А1-В3
А2. Малый (не требуется целевого финансирования работ, но требуется учитывать выполняемые работы в индивидуальных планах преподавателей и составление комплексного плана инновационного изменения образовательных программ)	А2-В1	А2-В2	А2-В3
А3. Средний (требуется внутреннее финансирование работ из внутренних фондов университета)	А3-В1	А3-В2	А3-В3
А4. Значительный (требуется финансирование работ с привлечением внешних источников)	А4-В1	А4-В2	А4-В3

В силу ограниченности финансовых и других ресурсов университеты заинтересованы в реализации проектов А1-В1, А1-В2, А1-В3, А2-В1, А2-В2, А2-В3.

Следует отметить, что в крупных университетах может быть реализовано большое количество таких проектов, но это может рассматриваться как основной предлог (причина) для отказа от других проектов, которые могут быть весьма эффективными.

Например, в Южном федеральном университете на факультете высоких технологий реализуются проекты типа А1-В3 при обучении студентов специальности «Менеджмент высоких технологий».

Начальный, предпроектный уровень компетенций преподавателей и студентов может быть недостаточно высоким, сдерживающим инновационные преобразования. Эта проблема решается двумя путями:

- используются возможности повышения квалификации преподавателей; применяются методы подбора кадров и управления интеллектуальным потенциалом кафедр и факультетов; перераспределяется учебная нагрузка в зависимости от результатов анализа уровня компетенций преподавателей, который соотносится с конкретной задачей преподавания дисциплины или комплекса дисциплин;

- проводятся групповые или индивидуальные занятия для повышения уровня начальных компетенций студентов, что позволяет безболезненно переходить к освоению предлагаемых образовательных программ.

Проблема коррекции экономического мышления, мировоззрения преподавателей и студентов перед их участием в образовательном процессе специфическая для университета. Она важна, поскольку нельзя ожидать успеха от людей, которые не приемлют индивидуального предпринимательства, предпринимательской активности, стремления предпринимателя к получению дохода и прибыли как основного результата своей деятельности. Не следует вовлекать в образовательный процесс тех, чье мышление и мировоззрение, черты характера склоняют к выбору наемного труда, а не к организации собственного дела.

Как показали результаты исследования, это сложная в решении и многогранная по содержанию проблема, которая не является критичной при проектировании и реализации образовательных программ подготовки потенциальных самозанятых и создания стартапов по трем причинам.

*Во-первых*, как и в отношении проблемы недостаточности компетенций, проблема коррекции экономического мышления и мировоззрения преподавательского состава решается рациональным подбором кадров.

*Во-вторых*, студентам предоставляется право выбора образовательных программ, следовательно, у них активизируются механизмы самоменеджмента. В процессе обучения вместе с формированием у обучаемых новых компетенций осуществляется коррекция экономического мышления и мировоззрения.

Проявляются и некоторые специфические стороны выбора образовательных программ. Практически все или большая часть студентов, осваивающих разные специальности, считает полезным приобрести компетенции, необходимые для самозанятости, но при положительном выборе предлагаемых образовательных программ только часть из них готова в будущем заняться собственным делом. Складывается двойственная и несколько противоречивая ситуация. Преобладающее в обществе и у студентов мировоззрение и экономическое мышление в большей части связывает их с наймом и отказом от рисков ведения собственного бизнеса. Поэтому нельзя ожидать, что все студенты, выбравшие образовательные программы подготовки к самозанятости, освоившие их и приобретшие компетенции, необходимые для самозанятости, в будущем организуют собственное дело.

*В-третьих*, как известно, инновационная самозанятость часто не связана с активной предпринимательской позицией, а инновационный самозанятый может выполнять работы в виртуальной команде сетевого сообщества, быть членом структурной складки [15 – 18]. В этом случае он выполняет отдельные задания в общем комплексе работ, который координируется одним организатором-предпринимателем действий

сообщества (группы) для совместного производства продукта на продажу. Следовательно, такой инновационный самозанятый может обходиться без предпринимательских способностей, не вкладывая их в общий производственный процесс. Более важными оказываются профессиональные компетенции и творческие способности инновационного самозанятого как участника сетевого сообщества и сплоченной группы, выполняющей инновационные работы, проекты. Однако, если речь идет о создании стартапа, то предпринимательские способности и предпринимательская активность потенциального самозанятого желательны, могут рассматриваться как необходимое условие будущего успеха.

Проблема оценки начального уровня организационной культуры, характерной для университета, преподавательской среды и студентов (потенциальных самозанятых), и выбора направления ее последующей коррекции сложна и многогранна. Но, как показали результаты исследования, эта проблема не является критичной настолько, чтобы стать препятствием для проектирования и реализации образовательных программ подготовки самозанятых. Вместе с тем проблема, процессы и методы целеориентированной коррекции организационной культуры для обеспечения эффективной подготовки самозанятых в университете (как результат реализации образовательных программ) остается недостаточно исследованной. Иногда разные культуры, проявлявшиеся в отдельных ситуациях и поведении людей, приводили к конфликтным ситуациям с участием преподавателей и студентов. В силу этого возникали некоторые препятствия в учебном процессе для отдельных студентов. Большая часть таких ситуаций была связана с недостаточными предпринимательскими и/или творческими способностями (или их отсутствием), необходимыми для успешного ведения определенного вида деятельности (дела, бизнеса) самозанятых. В меньшей степени у студентов возникали трудности при выполнении учебных заданий, проведении тренингов и деловых игр, а в большей – при проектировании инновационных, высокотехнологичных, наукоемких стартапов.

Проблемная ориентация факторного анализа необходима для повышения эффективности подготовки потенциальных самозанятых. При необходимости выполняется субоптимизация образовательной системы и используются следующие группировки факторов влияния и регулирования системы (структуры и процессов): человек; финансы; методы и технологии; средства и механизмы; материалы и информация; управление, организация (процессов и системы); контроль, анализ и подготовка управленческих решений; внутренняя и внешняя среда. В каждом конкретном случае (проекте образовательной программы) набор факторов корректируется, уточняется по составу. При этом решающее значение при выборе факторов влияния имеет именно проблемное содержание управления и маркетинга, но для достижения запланированных результатов целесообразно в проблемно ориентированном управлении рыночной политикой использовать контроллинг и методический инструментарий системного анализа.

Факторный анализ позволяет подготовить ряд обоснованных вариантов проектных решений и рекомендаций на основе исследования моделей влияния факторов (для решения задачи рационального использования ограниченных ресурсов, в том числе финансовых и людских), а также модели спроса на новые образовательные услуги для целевых групп потребителей. Это позволяет структурировать рыночную политику и программы продвижения новых продуктов университета на рынок. Выбрать и обосновать программы противодействия конкурентным силам, развития возможностей, конкурентных преимуществ и ключевых компетенций университета.

Результаты анализа образовательной системы и продуктов университета, его внешней среды, рынка труда и образовательных услуг информационной базой последующего проектирования рыночной политики университета и синтеза новых структурных и процессных элементов его образовательной системы (рис. 3).

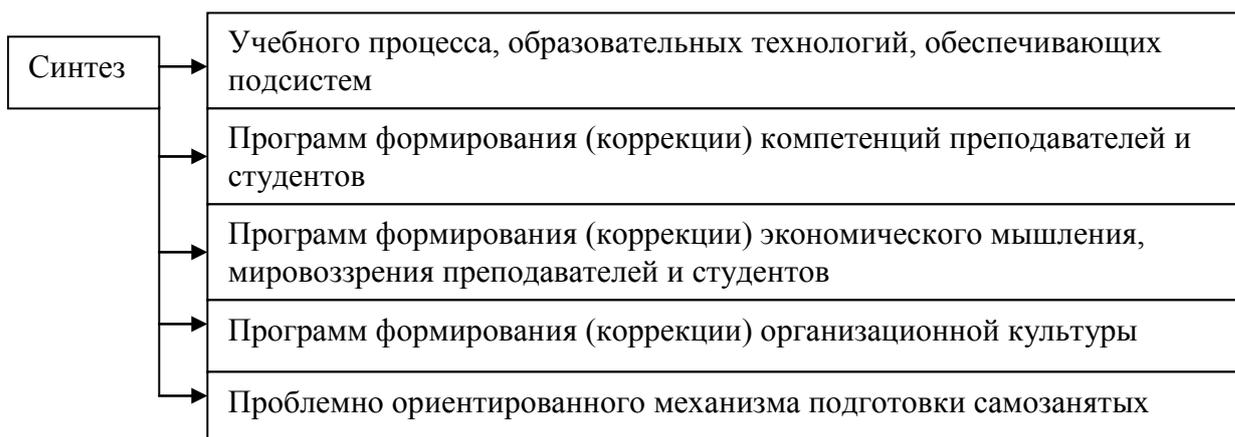


Рис. 3. – Схема синтеза нового образовательного продукта и элементов рыночной политики университета

Важным и новым продуктом, который университет должен создавать и продвигать на рынок, является стартап. Ориентация университета на инновационные, высокотехнологичные и наукоемкие стартапы может быть сохранена для большинства направлений подготовки бакалавров, специалистов и магистров и для разных специализаций, поскольку инновационная деятельность и инновационное производство присущи всем отраслям и сферам хозяйственной деятельности. Например, исследование, выполненное на базе Ростовского института (филиала) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, который готовит специалистов преимущественно для отраслей общественного питания, торговли, туризма, гостиничного хозяйства, выявило широкие возможности генерации как традиционной, так и инновационной самозанятости для этих отраслей. В инновационных производствах нуждаются сельское хозяйство и агропромышленный комплекс. Примером могут служить даже такие экзотические производства, как выращивание цветов с применением современных химических и биотехнологий, генной инженерии, что позволяет добиваться новых цветовых решений, которых в природе не существует и которые невозможно создать методами селекции. В результате рынок получает такие новые продукты инновационной деятельности, как флюоресцирующие розы, цветы-хамелеоны и др.

Исследование, проведенное в Южно-Российском государственном университете экономики и сервиса, показало, что многие образовательные программы могут быть адаптированы к подготовке самозанятых (инновационных и традиционных). На самозанятость целесообразно ориентировать студентов, обучающихся по специальностям «Конструирование швейных изделий», «Конструирование изделий из кожи», «Художественное проектирование изделий текстильной и легкой промышленности», «Дизайн», «Физическая культура и спорт» и др., а выпускники, получившие специальность «Бухгалтерский учет, анализ и аудит», могут (в качестве самозанятых) успешно заниматься финансовым (бухгалтерским) аутсорсингом. Этот вид аутсорсинга получает все большее распространение.

Хотя в настоящем исследовании приоритеты были отданы инновационной самозанятости, но по ряду причин не менее важна подготовка самозанятых для традиционных видов деятельности:

- университет обеспечивает трудоустройство выпускников. Это важно для общества и экономики и рассматривается Минобрнауки РФ в качестве важного (приоритетного) показателя успешности университета и критерия его эффективности;

- целевая ориентация университета привлекает абитуриентов, которые связывают свое будущее с самостоятельным бизнесом и такое будущее их устраивает. Следовательно, будет сохраняться спрос на услуги вуза;

- университет имеет возможность корректировать содержание образовательных программ по результатам маркетингового исследования целевых групп потребителей услуг, а не ориентироваться на мифические модели предприятий, которые должны будут стать работодателями для выпускников;

- университет не только изменяет рыночную политику и маркетинг, но и корректирует мышление и мировоззрение персонала, свою организационную культуру. Они уже не связываются только с наймом выпускников. Предпринимательское мышление и предпринимательская культура становятся важной частью нового мышления, мировоззрения, культуры коллектива, а ориентация на инновационную самозанятость неизбежно активизирует творчество и инновационную деятельность, которые связываются с вполне ясными целями, объектами и предметами их приложения.

Возвращаясь к основному направлению настоящего исследования, важно подчеркнуть, что рассматривая стартапы как новый продукт университета, особое внимание целесообразно уделить именно инновационной самозанятости и инновационным стартапам, анализируя процесс образования через призму классификации стартапов по месту в процессе создания и использования нового знания. Такая необходимость связана с характером и объемом творческого труда, вкладываемого в продукт инновационной самозанятости, что позволяет отнести стартапы к разным этапам инновационного процесса создания и использования новых знаний [19, 20]. Следовательно, потребуются вносить кастомизационные поправки и дополнения в образовательные программы, выделяя инновационных самозанятых, участвующих в создании нового знания, в его использовании в инновациях (разработке, проектировании инноваций) и в производстве инновационных товаров или применении инновационных технологий при производстве работ и оказании услуг (рис. 4). Такая классификация образовательных продуктов (программ) и направлений подготовки (проектирования) стартапов определяется потребностями определенного вида деятельности в компетенциях и способностях потенциальных самозанятых. Каждое из трех направлений связывается не только со спецификой деятельности, но и с необходимостью формирования разные компетенции, поскольку в каждом из этих случаев самозанятые будут использовать разную базу компетенций (теоретическую, методологическую, методическую, инструментальную и т.д.). При том от самозанятых потребуются разный уровень творческих, организационных, предпринимательских способностей. Дополнительно следует учитывать тремя особенностями, проявляющимися в образовательном процессе. Первая связана с неадекватностью самооценки потенциальных самозанятых, которые переоценивают или недооценивают те или иные способности, вторая – с психологическими барьерами выбора вида деятельности, когда самооценка способностей препятствует правильному выбору сферы деятельности, в которой самозанятый может быть наиболее эффективен, а третья – с экономическим мышлением и мировоззрением студента. Например, человек, не обладающий предпринимательскими способностями, отвергает, не принимает предпринимательство в экономической системе, но может быть успешен как творческий работник или организатор в составе группы самозанятых, отдавая роль предпринимателя другому самозанятому.

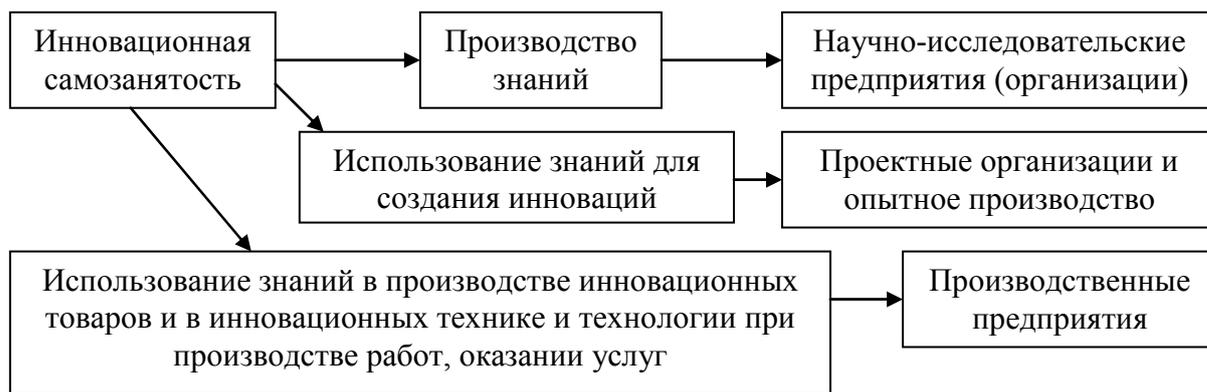


Рис. 4. – Логическая схема кастомизации образовательных продуктов университета

Важно отметить, что многие инновационные самозанятые, а возможно, их большинство, используют аутсорсинг как форму организации своей деятельности. Все большее распространение получает научно-исследовательский аутсорсинг [21, 22], а также сетевые и кластерные формы организации труда самозанятых, которые облегчают встраивание (вхождение) инновационных самозанятых в сложившиеся экономические системы и интегрированные бизнес-процессы.

В качестве примера высокотехнологичного стартапа может быть приведено краткое описание проекта Общества с ограниченной ответственностью «Аутсорсинговая сервисная компания „Эквайринговые технологии“». Предпроектные исследования, анализ результатов и синтез проектных решений был выполнен студентом факультета высоких технологий Южного федерального университета Д. Е. Клеваковым [23].

Выбор проекта стартапа определили актуальность этого направления IT-сервиса и широкое распространение эквайринговых технологий в России, связанное с ростом числа пользователей пластиковых банковских карт и объемов выполняемых с их помощью операций. При этом организацию дела целесообразно связывать с аутсорсингом, как эффективной формой выполнения высокотехнологичных функций для постоянных заказчиков (банков, компаний, предприятий) – потребителей высокотехнологичных услуг.

Устройства, необходимые для выполнения расчетов с использованием пластиковых банковских карт, сегодня используются во всех банках и в большинстве торговых центров, крупных и средних магазинах, бутиках, местах проведения культурно-массовых мероприятий, в сфере услуг (например, при оплате услуг телефонной связи, жилищно-коммунального хозяйства и т.д.). Необходимо тщательно следить за работой таких устройств и своевременно проводить обслуживание POS-терминалов. Подавляющему большинству организаций невыгодно содержать штат сотрудников, обслуживающих терминалы. Это экономически невыгодно даже для больших, развитых банковских сетей. Выгоднее обратиться в специализированную аутсорсинговую сервисную компанию, прибегнуть к услугам профессионалов.

Аутсорсинг информационных технологий считается одним из наиболее перспективных направлений аутсорсинга. Известно, что российский сегмент IT-аутсорсинга в целом повторяет путь, пройденный сервис-провайдерами на Западе, но с отставанием на 5 – 10 лет. Сейчас рынок продолжает формироваться. Темп прироста российского рынка IT-аутсорсинга составляют около 60-70% в год, а экономический кризис, по мнению ряда экспертов, стал дополнительным «драйвером» для его становления.

## Литература:

1. Образование // Томская область в цифрах, 2011. [Электронный ресурс]. URL: [http://tmsk.gks.ru/digital/docs/8\\_ОБРАЗОВАНИЕ.pdf](http://tmsk.gks.ru/digital/docs/8_ОБРАЗОВАНИЕ.pdf). (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
2. На Дону открыли стекольный завод // News.mail.ru. 21.12.2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://news.mail.ru/inregions/south/61/economics/11385933/>. (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
3. Промышленность потеряла 142 тысячи рабочих мест // Rabota.mail.ru 26.12.2012. [Электронный ресурс]. URL: <http://rabota.mail.ru/news/2265>; <http://lenta.ru/news/2012/12/26/losses/>. (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
4. Сербиновский Б.Ю. Маркетинговая концепция и рыночная политика университета по развитию самозанятости выпускников. Часть 1 / Б. Ю. Сербиновский, Л. Г. Зверева // Научный журнал КубГАУ. – 2012. – №10(84). – [Электронный ресурс]. URL: <http://ej.kubagro.ru/2012/10/pdf/11.pdf>. (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
5. Сербиновский Б.Ю. О содержании терминов «инновационная экономика», «новая экономика» и «экономика знаний» / Б. Ю. Сербиновский, О. С. Захарова // Научный журнал КубГАУ. – 2010. – №07(61). [Электронный ресурс]. URL: <http://ej.kubagro.ru/2010/07/pdf/11.pdf>. (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
6. Сербиновский Б. Ю. Инновационная самозанятость и ее функции на рынке труда и в модернизируемой экономике России. Часть 1 / Б. Ю. Сербиновский, Р. Р. Мукучан, Н. Г. Калмыкова // Научный журнал КубГАУ. – 2012. – №08(82). [Электронный ресурс]. URL: <http://ej.kubagro.ru/2012/08/pdf/60.pdf>. (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
7. Сербиновский Б. Ю. Инновационная самозанятость и ее функции на рынке труда и в модернизируемой экономике России. Часть 2 / Б. Ю. Сербиновский, Р. Р. Мукучан, Н. Г. Калмыкова // Научный журнал КубГАУ. – 2012. – №09(83). [Электронный ресурс]. URL: <http://ej.kubagro.ru/2012/09/pdf/12.pdf>. (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
8. Постановление Правительства РФ от 26.12.2011 № 1146 (в ред. Постановления Правительства РФ от 19.04.2012 № 345) «О предоставлении и распределении в 2012 году субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию дополнительных мероприятий, направленных на снижение напряженности на рынке труда субъектов Российской Федерации» // КонсультантПлюс. 21.11.2012. [Электронный ресурс]. URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
9. Правила предоставления в 2012 году субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию дополнительных мероприятий, направленных на снижение напряженности на рынке труда субъектов Российской Федерации (в ред. Постановления Правительства РФ от 19.04.2012 № 345) // КонсультантПлюс. 21.11.2012. [Электронный ресурс]. URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
10. Методика распределения субсидий из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на реализацию дополнительных мероприятий, направленных на снижение напряженности на рынке труда субъектов Российской Федерации (утверждена постановлением Правительства Российской Федерации от 26 декабря 2011 г. № 1146) // КонсультантПлюс. 21.11.2012. [Электронный ресурс]. URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.
11. Заключение Комитета Государственной Думы по образованию Федерального Собрания Российской Федерации (от 12.03.2012) на проект федерального закона № 541337-5 «О мерах государственной поддержки выпускников государственных и муниципальных образовательных учреждений высшего профессионального образования и государственных образовательных учреждений среднего профессионального образования» // КонсультантПлюс. 20.11.2012. [Электронный ресурс]. URL: [www.consultant.ru](http://www.consultant.ru). (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

12. Хруцкий В. Е. Три вида маркетинга // iTeam. Технологии корпоративного управления. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.iteam.ru/publications/marketing/section\\_28/article\\_3835/](http://www.iteam.ru/publications/marketing/section_28/article_3835/). (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

13. Рейтинг вузов // Исследовательский центр портала Superjob.ru. 26.03.2007. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.superjob.ru/research/articles/496/rejting-vuzov/>. (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

14. Второй деловой рейтинг высшего образования. Оценка результатов деятельности вузов с точки зрения работодателей. – М.: Общероссийская общественная организация «Деловая Россия»; Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), 2008. – 25 с. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.deloros.ru/press/news/drevo2008.ppt>. (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

15. Serbinovskiy B. Y. Innovative self-employment: the essence and differences. Part 1 / B.Y. Serbinovskiy, R.R. Mukuchyan // Applied and Fundamental Studies: Proceedings of the 1st International Academic Conference. October 27 – 28, 2012, St. Louis, USA. – St. Louis: Publishing House "Science & Innovation Center", 2012. – vol.2. – P.513 – 519.

16. Serbinovskiy B. Y. Innovative self-employment: the essence and differences. Part 2 / B.Y. Serbinovskiy, R.R. Mukuchyan // Applied and Fundamental Studies: Proceedings of the 1st International Academic Conference. October 27 – 28, 2012, St. Louis, USA. – St. Louis: Publishing House "Science & Innovation Center", 2012. – vol.2. – P. 519 – 525.

17. Мукучан Р. Р. Исследование самозанятости в свете современных концепций экономической теории // Vedecky pokrok na prelomu tysyachalety – 2011: Materialy VII mezinarodni vedecko-prakticka konference. – Dil 3. Economicke vedy. – Praha: Publishing House "Education and Science", 2011. – S. 94 – 96.

18. Сербиновский Б. Ю. Структурные складки самозанятости / Б. Ю. Сербиновский, Р. Р. Мукучан // Наукові дослідження та їх практичне застосування. Сучасний стан та шляхи розвитку – 2011: Зб. матер. міжнарод. науково-практичної конф., 04 – 15 жовт. 2011 г, г. Одеса, Україна. В 31 т. – Одесса: Черноморье, 2011. – Т. 12. Економіка. – С. 85 – 93.

19. Сербиновский Б. Ю. Развитие самозанятости населения и проблема нормирования творческого труда в R@D-организациях: теоретико-методологический аспект анализа процесса создания нового знания, продукта, технологии и техники. Часть 1 / Б. Ю. Сербиновский, Н. Г. Калмыкова, Р. А. Боташев // Инженерный вестник Дона. – 2013. – № 1 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ivdon.ru/uploads/article/pdf/IVD\\_52\\_Serbinovskiy1.pdf\\_1521.pdf](http://www.ivdon.ru/uploads/article/pdf/IVD_52_Serbinovskiy1.pdf_1521.pdf). (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

20. Сербиновский Б. Ю. Развитие самозанятости населения и проблема нормирования творческого труда в R@D-организациях: теоретико-методологический аспект анализа процесса создания нового знания, продукта, технологии и техники. Часть 2 / Б. Ю. Сербиновский, Н. Г. Калмыкова, Р. А. Боташев // Инженерный вестник Дона. – 2013. – № 1 [Электронный ресурс]. URL: [http://www.ivdon.ru/uploads/article/pdf/ivd\\_article\\_Serbinovskiy2.pdf\\_1522.pdf](http://www.ivdon.ru/uploads/article/pdf/ivd_article_Serbinovskiy2.pdf_1522.pdf). (доступ свободный) – Загл. с экрана. – Яз. рус.

21. Сербиновский Б. Ю. Научно-исследовательский аутсорсинг: Монография / Б. Ю. Сербиновский, Б. Б. Сербиновский, Т. Г. Гусенко; Юж. фед. ун-т. – Новочеркасск: Оникс+, 2007. – 146 с.

22. Сербиновский Б. Ю. Научно-исследовательский аутсорсинг в реализации инновационной промышленной политики / Б. Ю. Сербиновский, Т. Г. Гусенко, Б. Б. Сербиновский // Промышленная политика и модернизация национальной экономики: Монография; Под ред. д.э.н., проф. А. В. Бабкина. – СПб.: Изд-во СПбГПУ, 2010. – С. 391 – 428.

23. Сербиновский Б. Ю. Маркетинг университета: рыночная политика, инновационная самозанятость выпускников и создание высокотехнологичных стартапов. Часть 2 / Б. Ю. Сербиновский, Л. Г. Зверева, Д. Е. Клеваков // Инженерный вестник Дона. – 2013. – № 1.