

Список литературы:

1. Кислицын К.Н. Болонский процесс как проект для Европы и для России [Электронный ресурс]. Режим доступа: //URL: <http://www.zpu-journal.ru/e-zpu/2010/11/Kislitsyn/>(дата обращения 05.02.2012).
2. Черная книга Болонского процесса. The Black Book of the Bologna Process. / под ред. Т. Нильсона. Берген, 2005 //URL: http://www.aic.lv/bologna/Bologna/contrib/ESIB/0505_ESIB_blackbook.pdf (дата обращения 05.02.2012).

И. В. Кузнецова, Е.С. Мурзина

Российский государственный профессионально-педагогический университет

КАЧЕСТВО И ЦЕНА КАК ФАКТОРЫ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

В рыночных условиях образовательные учреждения конкурируют между собой, чтобы привлечь как можно больше абитуриентов в свой вуз. Поэтому внимание уделяется проблеме соотношения качества и цены образовательных услуг, так как два эти фактора оказывают влияние на уровень конкурентоспособности вузов, от чего в свою очередь и зависит уровень профессиональных компетенций будущих специалистов.

Существуют различные позиции авторов по поводу оценки конкурентоспособности образовательных услуг.

По мнению Корчаговой Л.А. конкурентоспособность образовательных услуг и профессиональных программ во многом зависит от конкретных условий, складывающихся на рынке (состояние рынка, ассортимент образовательных услуг, цены, условия оплаты и др.). Иногда бывает достаточно предложить более льготные условия платежа, чтобы образовательная услуга получила широкое распространение. И такой прием нередко используют вузы для привлечения клиентов.

Учёные Фасхиев Х.А. и Гараев И.М. утверждают то, что конкурентный потенциал вуза – это интегральный показатель, определяемый такими комплексными показателями, как квалификация профессорско-преподавательского состава, развитость его научно-методической и материально-технической базы, широта областей подготовки и качество подготавливаемых учебным заведением специалистов.

Опираясь на мнения авторов, указанные выше, можно предположить то, что цена и качество образовательных услуг играют важную роль в определении

её конкурентоспособности, так как, выбирая вуз, одни потребители в первую очередь акцентируют внимание на качестве образования, а другие, исходя из своих финансовых возможностей, выбирают образовательное учреждение по доступной цене. Поэтому вузам необходимо следить за состоянием рынка сферы образовательных услуг и исходя из этого, устанавливать доступные для населения цены на обучение или повышать его качество путём улучшения среды для личностного роста студентов, модернизировать техническую базу вуза для повышения профессиональных компетенций будущих специалистов.

Список литературы:

1. Корчагова Л.А., Оценка конкурентоспособности вуза [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://referent.mubint.ru/security/8/5490/1>
2. Фасхиев Х.А., Гараев И.М. Оценка конкурентного потенциала и конкурентоспособности высшего учебного заведения [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://mgu.com.ua/index.php?option=com_content&task=view&id=493&Itemid

Д.Е. Немтинов, Л.А. Скороходова

Российский государственный профессионально-педагогический университет

К ВОПРОСУ О СОЦИАЛЬНОЙ СТРАТИФИКАЦИИ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Социальная стратификация - термин, применяемый для обозначения структурированного социального неравенства, условий, при которых социальные группы имеют неравный доступ к таким социальным благам, как деньги, власть, престиж, образование, информация, профессиональная карьера, самореализация и т.п.

Позиционирование образовательных услуг в условиях развитого потребительского рынка начинает осуществляться на основании ассоциации услуги, либо образовательного учреждения ее осуществляющую с социальным классом, к которому принадлежит или стремится принадлежать потребитель.

Важно помнить, что члены социальной страты желают догнать, копировать некоторые аспекты жизненного стиля более высокого социального слоя, хотя бы иногда.

Сегментация концентрируется на различиях в поведении отдельных потребительских групп. Социальные классы имеют особенности покупательского