DOI: 10.17117/na.2016.10.01.259

<http://ucom.ru/doc/na.2016.10.01.259.pdf>

Поступила (Received): 21.10.2016

Оськина А.В. Современный рынок бизнес образования

Oskina A.V. The modern market of business education

Бизнес образование в настоящее время – это быстроразвивающийся конкурентоспособный продукт, требующий постоянного совершенствования. Анализ ситуации на данном рынке позволяет точно определить целевую направленность процесса оказания услуги и интересы потребителей

Ключевые слова: бизнес образование, рынок образовательных услуг, потребители

Оськина Алена Викторовна

Студент

Новосибирский государственный университет экономики и управления

г. Новосибирск, ул. Каменская, 56

Business education at present is rapidly developing a competitive product that requires constant updating. Analysis of the situation on the market will allow to precisely determine the focus of the process of service provision and the interests of consumers

Key words: business education, educational services market, consumers

Oskina Alena Viktorovna

Student

Novosibirsk state university of economics and management

Novosibirsk, Kamenskaya st., 56

Современный рынок образовательных услуг – это некий источник воспроизводства общественного интеллекта. Структурными элементами данного рынка является большое количество образовательных учреждений, а также потребителей их услуг. Конкурируют, прежде всего, учреждения, предлагающие аналогичные образовательные услуги. Соперничество между поставщиками услуг в системе высшего профессионального образования, направлено на достижение конкурентных преимуществ и на завоевание прочных позиций на рынке образовательных услуг.

Взаимодействие поставщика и потребителя оказывает существенное влияние на формирование и оценку качества предоставляемых услуг. Оно проявляется на всех стадиях жизненного цикла услуги от этапа создания до реализации услуги потребителю. Специфика конкурентоспособности услуг устанавливает уровень качества образовательных услуг [1, с. 38].

Система профессионального бизнес образования имеет 4 уровня.

Ситуация на рынке в свою очередь определяет целевую направленность процесса оказания образовательных услуг, учитывая всесторонние интересы потребителей данных услуг. Происходящая трансформация сферы высшего образования в рынок образовательных услуг сопровождается рядом характеристик.

Таблица 1. Система профессионального бизнес образования

Уровни	Степень подготовки
Среднее профессиональное	влиять на коммерческие процессы компаний эти специалисты не могут по ряду причин: им на эти должности оказывают высокую конкуренцию выпускники вузов (бакалавры и магистры)
Высшее	Система высшего профессионального образования усердно готовит «наше будущее». Учебные заведения стараются делать своих студентов конкурентоспособными на рынке бизнес индустрии
Послевузовское	Аспирантура и докторантура, как и «вчера», сегодня настойчиво готовит научные кадры. Тот уровень профессионального образования работает преимущественно на свою систему, но не на реальный бизнес.
Дополнительное	это то самое «настоящее» России, экономик её отраслей и регионов, корпораций и отдельных компаний, их успешность – которое нужно всячески поддерживать

Это определение интересов сторон и обеспечение собственной конкурентоспособности, формирование рыночной мотивации и ментальности участников рынка образовательных услуг, выделение сферы образования как отдельного сектора, интеграция рынка образовательных услуг и рынка труда [2, с. 23].

Еще одним весомым аргументом при выборе поставщика услуг является оценка качества предлагаемой услуги.

Качество услуги – это, прежде всего, совокупность характеристик услуги, способные удовлетворить в полной мере предполагаемые и идеальные запросы потребителя.

Следует отметить, что понятие «качество» многоаспектно. Оно включает в себя не только качество услуги, но и качество результата. Необходимо соответствовать стандартам, быть оснащенными современным оборудованием, использовать современные технологии коммуникаций, иметь соответствующее образование, быть коммуникабельным и доброжелательным [3, с. 107].

Для повышения уровня своей конкурентоспособности образовательному учреждению необходимо изучение и улучшение качества предоставляемых услуг.

Таким образом, с одной стороны, образовательные услуги это некий качественный и конкурентоспособный продукт, являющийся экономической категорией и предназначенный для удовлетворения потребностей человека, а с другой, это что формирует современное общество, является базой для развития навыков создания собственного бизнеса и развития экономики.

Список используемых источников:

1. Архипов А.Е., Нюрнбергер Л.Б., Лаптев А.А. Маркетинговая парадигма как основа модернизации высшего профессионального образования России // Наука и практика. 2013. №4 (12). С. 34-40.
2. Архипов А.Е. Образование будущего: траектории и тренды // Гуманитарные науки и образование в Сибири. 2016. №4 (22). С. 21-24.
3. Нюрнбергер Л.Б., Климова Э.Н., Лаптев А.А. Рынок услуг высшего образования: особенности, противоречия, трансформация // Теоретические и прикладные аспекты современной науки. 2015. № 7-7. С. 106-110.

© 2016, Оськина А.В.

Современный рынок бизнес образования

© 2016, Oskina A.V.

The modern market of business education