Глазкова Н. Е.
сотрудник Центра

Понятие об образовательной услуге

Прежде чем дать определение термину «образовательная услуга» кратко обозначим сущности понятий «услуга» и «образование». Ф.Котлер предлагает следующее определение: «Услуга - любое мероприятие или выгода, которые одна сторона может предложить другой и которые в основном неосязаемы и не приводят к завладению чем-либо». Согласно классической теории маркетинга, услугам присущ ряд специфических характеристик, отличающих их от товара и которые необходимо учитывать при разработке маркетинговых программ. Эти характеристики следующие:

- Неосязаемость. Услуги невозможно увидеть, попробовать на вкус, услышать или понюхать до момента приобретения.
- Неотделимость от источника. Услуга неотделима от своего источника, ее осуществление возможно только в присутствии производителя.
- Непостоянство качества. Качество услуг колеблется в широких пределах в зависимости от их производителей, а также от времени и места их оказания.
- Несохраняемость. Услугу невозможно хранить для последующей продажи или использования.

Под «образованием» понимается процесс и результат совершенствования способностей и поведения личности, при котором она достигает социальной зрелости и индивидуального роста. В законе "Об образовании в Российской Федерации»дается следующее определение образования- «целенаправленный процесс воспитания и обучения в интересах человека, общества, государства, сопровождающийся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (образовательных цензов)».

В то же время образование как отрасль представляет собой «совокупность учреждений, организаций и предприятий, осуществляющих преимущественно образовательную деятельность, направленную на удовлетворение многообразных потребностей населения в образовательных услугах, на воспроизводство и развитие кадрового потенциала общества». Главной целью образования как педагогического процесса, его миссией является приращение ценности человека как личности, работника, гражданина.

Основным видом деятельности учреждений образования является создание образовательных услуг. Что скрывается за термином "образовательная услуга"? В чем ее отличие от других видов услуг?

Анализ отечественной литературы и периодики показал, что среди

исследователей, изучающих данную проблему, единое мнение по поводу того, что же считать образовательной услугой, отсутствует. В связи с этим постараюсь выделить лишь основные подходы.

Наиболее распространенный подход под образовательными услугами понимает «систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многоликих потребностей человека, общества и государства».

Согласно другому подходу услуга образования в процессе потребления трансформируется в рабочую силу, качество которой зависит не только от совокупности потребленных образовательных услуг, но и от количества и качества личного труда, затраченных в процессе потребления этих услуг, личных способностей, степени их реализации и других субъективных факторов.

Поэтому в рамках этого подхода следует отличать совокупность знаний, умений, навыков, которая является продуктом совместного труда преподавателя и обучающегося, от образовательных услуг, потребленных обучающимся самостоятельно. Таким образом, «именно образовательные услуги (т.е. совокупность труда преподавателей), а не знания, умения, навыки, как это часто утверждается в литературе, могут рассматриваться как товарная продукция учебного заведения».

Еще более конкретизирует приведенное выше положение Сагинова А.В., которая, ссылаясь на определение товара в теории маркетинга (все, что может удовлетворить потребность и предлагается рынку с целью приобретения, потребления, использования или привлечения внимания), продуктом любого образовательного учреждения называет образовательную программу, которая разрабатывается вузом для того, чтобы удовлетворить потребность в образовании, профессиональной подготовке, обучении или переподготовке, то есть достижении определенного социального эффекта (изменение образовательного или профессионального уровня). Автор объясняет свое мнение следующим образом: «Вуз, не имеющий специалистов по информационным технологиям и современного оснащения учебных аудиторий, не может предлагать образовательные программы по этому направлению. Однако, даже располагая указанными ресурсами, вуз не предлагает своим клиентам разрозненные лекции или практические занятия, а выходит на рынок с образовательной программой по данной специальности, включающей определенное содержание, организацию учебного процесса, систему управления этим процессом и систему его методического, материального и кадрового обеспечения».

Таким образом, можно заключить, что образовательная программа – это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня или профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации.

Литература:

1. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг образовательных услуг: Учебное пособие для магистров / Е.Е. Кузьмина. - М.: Юрайт, 2012.

2. Кузьмина, Е.Е. Маркетинг образовательных услуг: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Е.Е. Кузьмина. - Люберцы: Юрайт, 2016.

3. Лукина, А.В. Маркетинг товаров и услуг: Учебное пособие / А.В. Лукина. - М, 2013.