

# Образовательная услуга

Выполнили:  
Николаенко О., Фёдорова А.

Бухарова Г.Д., Старикова Л.Д.  
«Маркетинг в образовании»

Образовательная услуга – это система знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения потребностей человека, общества и государства.

# Ванькина И.В., Егоршин А.П. «Маркетинг в образовании»

Образовательные услуги удовлетворяют личные (конечный) потребитель, групповые (предприятия – работодатели) и общественные (государство) потребности. Исходя из этого, В.Б. Банслова предлагает определение образовательной услуги, учитывающие три аспекта.

# Аспекты

- 1) С позиции личности – это процесс передачи потребителю знаний, умений и навыков общеобразовательного и профессионального характера, необходимых для удовлетворения его личных потребностей в приобретении профессии, саморазвитии и самоутверждении в тесном контакте с потребителем по установленной форме и программе.

# Аспекты

2) С позиции потребителя – это процесс профессиональной подготовки (повышения квалификации, переподготовки) кадров, необходимой для обеспечения его работоспособности, поддержания конкурентоспособности и развития в постоянно изменяющихся рыночных условиях.

# Аспекты

3) С позиции государства – это процесс, обеспечивающий расширенное воспроизводство совокупного личного и интеллектуального потенциала общества.

Ванькина И.В., Егоршин А.П.

## «Маркетинг в образовании»

Услуги, в том числе и образовательные, обладают пятью основными характеристиками, которые в значительной степени влияют на разработку маркетинговых программ

В книге Ванькиной И.В., Егоршина А.П. «Маркетинг в образовании» выделяется 5 характеристик образовательной услуги

- неосвязаемость
- неотделимость
- несохраняемость
- недолговечность
- отсутствие владения



# Неосвязаемость

Неосвязаемость услуги означает, что ее нельзя продемонстрировать, то есть до приобретения услуги невозможно увидеть, попробовать на вкус, потрогать, услышать или ощутить ее запах. Чтобы ее выбрать, покупатели ищут «сигналы» качества услуги. В образовании это образовательные стандарты, учебные планы и программы, информация о методах, формах и условиях оказания услуг, документы об образовании (сертификаты, лицензии, аттестаты, дипломы).

# Неотделимость

Неотделимость услуги означает, что ее нельзя отделить от источника, независимо от того, предоставляется услуга человеком или машиной. Преподаватель не может предоставить услугу, если в классе нет учеников. Вследствие того, что при производстве услуги всегда присутствует ее потребитель, взаимодействие с поставщиком (преподавателем) является особым аспектом маркетинга услуг. Способность преподавателя достичь взаимопонимания с учениками влияет на показатели их успеваемости.

# Несохраняемость

Образовательную услугу нельзя накопить.

# Непостоянство качества

Непостоянство качества услуги означает, что ее качество может очень сильно изменяться в зависимости от того, кто, когда, где и как ее предоставляет.

Качество услуги, тем более образовательной, очень трудно поддается контролю.

Услуга, предоставляемая одним преподавателем, качественно варьируется в зависимости от его физической формы и настроения во время общения с учащимся. Администрация образовательного учреждения должна постоянно проверять степень удовлетворенности учащихся качеством учебного процесса путем анкетирования учащихся и мониторинга уровня успеваемости.

# Недолговечность услуги

Недолговечность услуги означает, что ее нельзя хранить с целью последующей продажи или использования. Для образовательных услуг характерно, что учебная информация может быть подготовлена и сохранена в раздаточных материалах, книгах, на дисках. Однако следует подчеркнуть, что знания быстро устаревают.

# Отсутствие владения

Отсутствие владения означает, что в отличие от физических товаров услуги не являются чьей-либо собственностью. Из-за отсутствия владения учреждения, предлагающие образовательные услуги, должны прилагать особые усилия для укрепления имиджа образовательного учреждения.

Особенностями, присущими только образовательным услугам, являются:

- относительная длительность исполнения;
- отсроченность выявления результативности оказания услуг;
- зависимость услуг от места их оказания и места проживания обучающихся.

# Захарова И.В. «Маркетинг образовательных организаций»

Таблица 1

Отличительные черты образовательных услуг

	Образовательные услуги	Иные услуги
1	Заинтересованность общества в результатах образовательных услуг	Личная заинтересованность потребителя в получении услуги
2	Отдалённость результатов образовательных услуг от процесса их получения	Эффект от получения услуги возникает уже в процессе её получения или сразу после него
3	Спрос на некоторые услуги образования не всегда совпадает с долгосрочными потребностями общества	Спрос связан с актуальными нуждами конечного потребителя и стимулирует предложение
4	Активность потребителя образовательных услуг обязательна и является фактором их качества	Пассивность потребителя при получении услуг
5	Обязательный государственный контроль оказания образовательных услуг	Контроль государства за оказанием услуг минимален



## 3.2. Жизненный цикл образовательной услуги

### 3.2.1. Характеристика этапов ЖЦТ.

В рыночных условиях любой товар пользуется спросом и приносит прибыль только в течение ограниченного времени, а затем вытесняется новыми видами товарного предложения. Товарная политика компаний строится, исходя из жизненного цикла ее товаров (ЖЦТ) – это промежуток времени от замысла изделия до снятия его с производства и продажи.

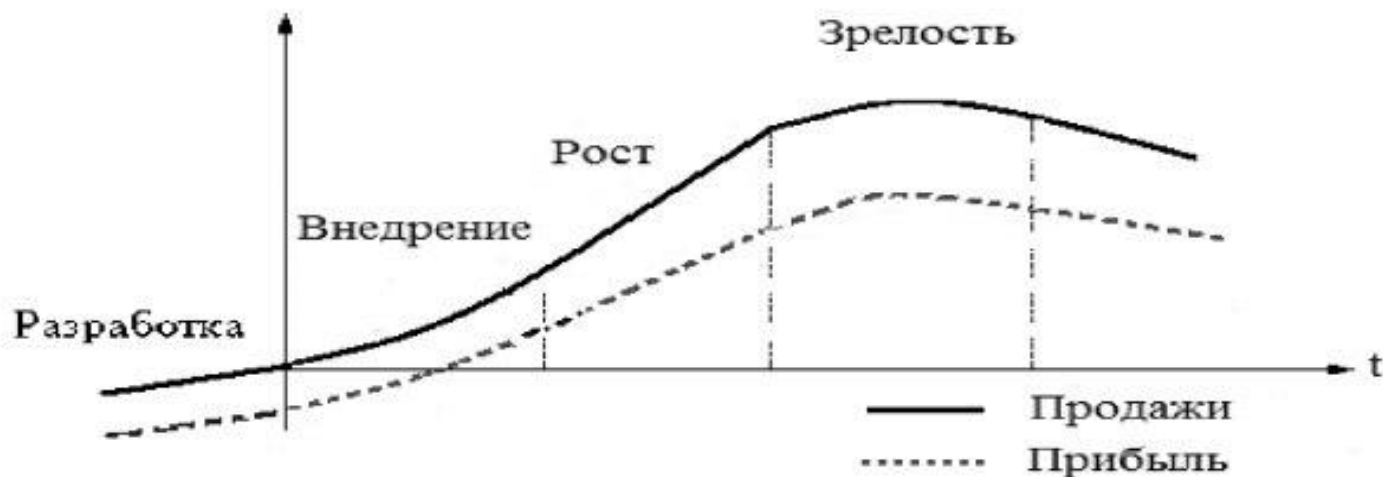


Рис. 2 – Жизненный цикл товара

# Список использованной литературы

1. Бухарова Г. Д. «Маркетинг в образовании» учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Г. Д. Бухарова, Л. Д. Старикова. – М. Издательский центр «Академия», 2010. – 208 с.
2. Ванькина И.В., Егоршин А.П., Кучеренко В.И. «Маркетинг образования» учеб. пособие. – М.: Университетская книга. Логос. – 2007. – 336 с.
3. Захарова И.В. «Маркетинг образовательных организаций»