

**РОДОВАЯ И ДОПОЛНЕННАЯ ПОТРЕБИТЕЛЬСКАЯ ЦЕННОСТЬ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ УСЛУГИ:  
ФОРМИРОВАНИЕ И РАЗВИТИЕ***Generic and Augmented Consumer Value of Educational Services: Formation and Development***Астахин Александр Станиславович,**

к.э.н., стажер-докторант кафедры менеджмента и маркетинга, Белгородский государственный национальный исследовательский университет; г. Белгород, Россия, ул. Победы, д. 85

**Astakhin Alexander Stanislavovich,**PhD in Economics, Doctoral trainee at the Department of Management and Marketing, Belgorod State National Research University; 85 Pobeda St., Belgorod, Russia  
aastaxin@yandex.ru<https://orcid.org/0000-0002-4828-1070>

Данная работа посвящена изучению понятия «образовательная услуга» и трансформации ее сущности и содержания в контексте смены образовательной парадигмы и системы общественных ценностей. Как в профессиональной среде, так и в широком общественном пространстве очень давно ведутся споры относительно правомерности и этичности использования (в том числе на законодательном уровне) словосочетания «образовательная услуга». Чтобы рассуждать о корректности интерпретации образования как предлагаемой услуги, важно понимать фундаментальную суть, основополагающую природу данной общественной и в то же время рыночной категории. И если изначально образование толковали исключительно как общественное благо, то постепенно оно перешло также и в разряд товарных единиц. В статье дана характеристика и сравнение родовой и дополненной потребительской ценности образовательной услуги, показано, что образование – явление многогранное, в связи с чем имеющее как объективный, так и субъективный уровни. Сделан вывод, что точная грань между рыночной ценой и общественной ценностью образовательной услуги достаточно размыта, и для того, чтобы определить, тождественны ли категории «образование» и «образовательная услуга» нужно четко представлять «точку отсчета» и понимать значение и целесообразность разграничения этих дефиниций.

**Ключевые слова:** образовательный маркетинг; рынок образовательных услуг; образование; потребительская ценность образования; образование как товар; спрос на образование.

This work is devoted to the study of the concept of «educational service» and the transformation of its essence and content in the context of a change in the educational paradigm and the system of social values. Both in the professional environment and in the wider public space, there have been disputes for a very long time regarding the legality and ethics of using the phrase «educational service» (including at the legislative level). In order to talk about the correctness of interpreting education as a service offered, it is important to understand the fundamental essence, the fundamental nature of this social and at the same time market category. And if initially education was interpreted solely as a public good, then gradually it also passed into the category of commodity units. The article describes and compares the generic and augmented consumer value of educational services, showing that education is a multifaceted phenomenon, and therefore has both objective and subjective levels. It is concluded that the exact line between the market price and the public value of an educational service is rather blurred, and in order to determine whether the categories «education» and «educational service» are identical, it is necessary to clearly represent the «starting point» and understand the meaning and expediency of distinguishing these definitions.

**Keywords:** educational marketing; educational services market; education; consumer value of education; education as a commodity; demand for education.

**Введение (Introduction)**

Каждому человеку от рождения принадлежат некоторые права и свободы, которые вытекают из естественного статуса человека как такового. Эти права и свободы по определению являются неотчуждаемыми (это обозначает то, что они не могут быть кому-то переданы или кем-то отняты). К ним традиционно относят право на жизнь, свободу, безопасность и др. Главенствующее положение среди остальных прав и свобод каждого гражданина занимает право на получение им образования.

Идея о том, что каждый вне зависимости от своей расы, пола, социального положения, религии имеет право на образование, появилась достаточно давно, но документальное закрепление этого права впервые произошло в 1948 году. В Париже Генеральной Ассамблеей ООН был

ратифицирован международный документ под названием «Всеобщая декларация прав человека (ВДПЧ)». В разработке декларации участвовали представители 58 стран, в том числе СССР. В 26 статье данного документа было сказано, что «каждый человек имеет право на образование», которое, по мнению принявших декларацию, должно содействовать толерантности, взаимопониманию, терпимости и дружбе между расами, религиями, народами, государствами.

Спустя некоторое время (в 1966 году), право на образование было закреплено еще в одном нормативно-правовом акте мирового уровня – «Международном пакте об экономических, социальных и культурных правах» (МПЭСКП). По состоянию на август 2025 года участниками данного пакта являются уже 173 государства. В статье 13 обозначенного до-

кумента закреплено право каждого человека на образование, которое должно способствовать полному развитию личности и укреплять уважение к правам человека и его основным свободам. Эти тезисы прямо соотносятся с содержанием 26-й статьи Всеобщей декларации прав человека.

Положения обоих вышеупомянутых международных документов в части декларирования права каждого гражданина мира на образование похожи, но тем не менее не идентичны. Основное отличие заключается в так называемой юридической силе этих документов. «Декларация» по своей «документальной» сути юридической силы не имеет, является «эталон», к которому должны стремиться государства при реализации социальной политики, и всего лишь гарантирует *право* на образование в общих чертах и рассматривает

получение образования как достижимый идеал в жизни граждан. В то же время «пакт» является юридически обязательным международным договором для подписавших его сторон и закрепляет это право уже с юридической стороны, так называемым *обязывающим образом*, и подробно это право детализирует, поясняет.

Положения, закрепленные в международных стандартах в сфере образования, в полной мере находят отражение в 43-й статье российской Конституции, согласно которой:

- ♦ каждый имеет право на образование (что соответствует положениям как ВДПЧ, так и МПЭСКП);
- ♦ основное общее образование обязательно, то есть все дети в нашей стране должны непременно пройти 9 классов обучения (налицо соответствие данной конституционной нормы статье 13 МПЭСКП);
- ♦ гарантируются общедоступность и бесплатность дошкольного, основного общего и среднего профессионального образования;
- ♦ каждый вправе на конкурсной основе бесплатно получить высшее образование.

Российское государство, исходя из исключительной значимости образования для развития интеллектуального, культурного и экономического потенциала страны, провозглашает область образования приоритетной.

Исходным моментом исследования выбрано формирование экономических отношений в сфере нематериального (духовного) производства, составной частью которой является образование.

Гипотеза исследования: трансформация понятия «образовательная услуга» проявляется в переходе от традиционной парадигмы, ориентированной исключительно на безвозмездную передачу знаний, к современной модели, в которой превалирует рыночный подход, направленный на удовлетворение спроса на образование со стороны потребителей (обучающихся, работодателей, государства).

## Материалы и методы (Materials and Methods)

В ходе подготовки к исследованию и в процессе написания статьи использовались такие методы научно-

го познания как анализ, синтез, описание и систематизация данных по проблематике предметной области. Для того чтобы выявить позицию авторов, чьи научные интересы затрагивают процесс оказания образовательных услуг, был проведен анализ публикаций на платформе научной электронной библиотечной системы «eLIBRARY». Были заданы параметры поиска (рис. 1), который осуществлялся по ключевым словам, по названию публикации и в аннотациях работ. В качестве типов публикации были выбраны:

- ♦ статьи в журналах;
- ♦ книги (учебники, монографии и учебные пособия);
- ♦ материалы, опубликованные по результатам разного уровня конференций.

Был задан параметр расширенного поиска работ по интересующей теме с учетом морфологии. То есть поиск проводился с учетом словоформ русского языка, что расширило исследуемую базу.

Для того чтобы определить наличие интереса научного сообщества к исследуемой в данной статье предмет-

ной области, а также подтвердить его динамичный рост, поиск осуществлялся в соответствии с заданными (пятилетними) временными лагами (рис. 2):

- ♦ до 2000 года;
- ♦ с 2001 по 2005 год;
- ♦ с 2006 по 2010 год;
- ♦ с 2011 по 2015 год;
- ♦ с 2016 по 2020 год;
- ♦ с 2021 по 2025 год.

Проанализировав количественный состав публикаций, можно сделать вывод о значительном росте интереса к заявленной тематике. Так, с 2000 по 2005 год произошел рост более чем в 7 раз; с 2006 по 2010 год — в 4,5 раза; с 2011 по 2015 год — в 2,7 раз; с 2016 по 2020 год — в 1,5 раза; с 2020 по 2025 год наблюдается сокращение количества публикаций, что по большей вероятности можно объяснить незавершенностью 2025 года и тем, что большая часть работ, опубликованных в этом году, еще не была размещена на платформе научной электронной библиотеки.

Анализ представленной литературы позволил сделать вывод о том, что

Рис. 1. Заданные параметры поискового запроса  
Fig. 1. The set parameters of the search query

уже в 90-х годах прошлого века часть ученых рассматривала образовательную услугу не только как общественное благо, но и как рыночную продукцию, предмет сделки купли-продажи, пусть и не товара в его традиционном понимании, но всё же продукта (предлагаемого на образовательном рынке), на который уже в то время имелся спрос.

Так, еще в 1993 году Зиннуров У. Г. в своих научных работах рассматривал теоретические и методические основы применения инструментария маркетинга в деятельности вузов во взаимосвязи с его организационно-экономическим механизмом, раскрывал содержание инструментов маркетинга, применяемых вузами, и тем самым показывал адаптацию их организационно-экономического механизма к условиям рыночных отношений [1].

Гончарова Л.И. (1997 год) пишет о том, что в сложном, многоплановом процессе рыночного реформирования современного российского общества важное и относительно самостоятельное место занимает реформа социальной сферы и качественного обновления системы образования. В условиях административно-командной экономики не было экономических предпосылок и условий для производства образовательных услуг и формирования рынка образовательных услуг, что исключало подобные исследования [2].

Тема коммерциализации высшего образования рассмотрена в работах Кириллиной Ю. В., которая пишет о том, что высшее образование превратилось в товар, а точнее, в услугу нематериального характера, предоставляемую в течение определенного времени и в определенном месте, качество которой зависит не только от ее производителя (преподавательского коллектива), но и от индивидуального потребителя [3].

Особенности гражданско-правового регулирования возмездного оказания образовательных услуг еще четверть века назад рассматривал в своих научных трудах Куров С.В. Так, он пишет, что признание правовой и экономической природы платной образовательной деятельности как предпринимательской обуславливает необходимость и возмож-

ность применения методов и средств правового регулирования предпринимательства к общественным отношениям между участниками РОУ в процессе их образовательной деятельности [4].

Изучение работ, представленных на платформе Елайбрани, позволило сделать вывод, что, начиная с 2000 года, в научный лексикон ученых и обиход практиков образования прочно вошел термин «образовательная услуга». Смысл термина значительно варьируется в зависимости от контекста, но в целом отождествлять его с понятием «образование» нельзя. Большая часть авторов склоняется к выводу, что основное отличие данных категорий в том, что образование — это общественное благо, а образовательная услуга — это форма предоставления знаний и навыков, формирующих это благо. И это такая услуга, которая может быть предоставлена как на контрактной, так и на безвозмездной основе.

## Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Для того чтобы размышлять о развитии родовой и дополненной потребительской ценности образовательной услуги, следует для начала разобраться, что есть родовая ценность самого образования, а также, что есть его дополненная ценность.

Родовая (базовая) потребительская ценность образования — это та функциональная польза, которую потребитель получает от его потребления, удовлетворяющая его насущную (первичную) потребность в обучении. То есть, выражаясь категориями исторического материализма, это своего рода «базис» интеллекту-

ального развития человека и социума, тогда как «надстройкой» выступает дополненная потребительская ценность (полезность, важность, значимость) образования. В качестве дополненных ценностей образования можно назвать разного рода нематериальные выгоды от его потребления, способствующие удовлетворению потребностей более высоких уровней согласно классификации А. Маслоу: коммуникативных потребностей человека и потребностей в самовыражении, самореализации, таких как:

- ♦ формирование устойчивой потребности в познании, основанное на создании внутренней личной мотивации, побуждающей человека самостоятельно искать знания, преодолевая собственную скуку и получая удовольствие от умственных усилий;
- ♦ развитие творческих способностей, заключающееся в поощрении любознательности и позволяющее удовлетворить интерес ко всему, что может обогатить жизненный опыт индивидуума;
- ♦ профессиональное самоопределение, позволяющее согласовывать личные интересы, умения и навыки с насущными потребностями общества и актуальными требованиями рынка труда.

Остановившись на родовой ценности образования, отметим, что научную дефиницию «образование» можно отнести к фундаментальному понятию, имеющему основополагающее значение и многообразное отражение практически во всех науках о жизнедеятельности человека, общества и государства. Приведем лишь некоторые трактовки данного

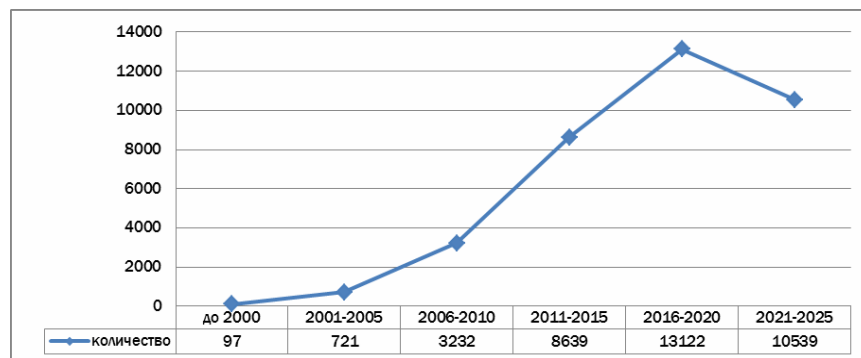


Рис. 2. Количество публикаций по теме оказания образовательных услуг  
Fig. 2. Number of publications on the provision of educational services

многозначного понятия, обращаясь в первую очередь к словарям и прочим энциклопедическим источникам.

В толковом словаре живого великорусского языка под авторством Владимира Ивановича Даля\* данный термин вовсе отсутствует. Как, собственно, отсутствует толкование и смежных терминов, таких как «обучение», «просвещение», «воспитание», «преподавание», «учеба».

Сергей Иванович Ожегов в своем толковом словаре 1949 года не дает интерпретацию слову «образование», зато есть пояснение термину «образованный» — получивший, имеющий образование, имеющий разносторонние знания\*\*.

Толковый словарь Дмитрия Николаевича Ушакова (1935 год) обозначает «образование» как совокупность знаний, полученных в результате систематического обучения<sup>3\*</sup>.

В педагогическом словаре Коджаспировой Галины Михайловны «образование» предстает как процесс и результат усвоения определенной системы знаний в интересах человека, общества и государства, сопровождающиеся констатацией достижения гражданином (обучающимся) установленных государством образовательных уровней (цензов) [5].

Согласно краткому словарю по социологии под авторством Петра Денисовича Павленка, «образование» — это процесс и результат усвоения систематизированных знаний, умений и навыков, а также необходимое условие подготовки человека к жизни и труду [6].

В психологическом словаре «образование» — это обучение, просвещение; совокупность знаний, полученных специальным обучением<sup>4\*</sup>.

Экономический словарь рассматривает «образование» как отрасль экономики, хозяйства страны, объединяющую организации, учреждения, предприятия, занятые обучением, воспитанием, передачей знаний, выпуском учебной литературы, подготовкой кадров<sup>5\*</sup>.

Согласно словарю терминов, используемых в законодательстве Российской Федерации, «образование» — это единый целенаправленный процесс воспитания и обучения, являющийся общественно значимым благом и осуществляемый в интересах человека, семьи, общества и государства, а также совокупность приобретаемых знаний, умений, навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенции определенных объема и сложности в целях интеллектуального, духовно-нравственного, творческого, физического и (или) профессионального развития человека, удовлетворения его образовательных потребностей и интересов [7].

По определению, принятому 20-й сессией Генеральной конференции ЮНЕСКО, под образованием понимается процесс и результат совершенствования способностей и поведения личности, при котором она достигает социальной зрелости и индивидуального роста.

Обобщая определения, представленные в различных источниках, было сформулировано авторское, согласно которому «образование» — это комплексное явление, представляющее собой процесс аккумулирования, передачи, хранения, использования знаний, полученных в ходе обучения. «Образование», по мнению автора, по своему смысловому содержанию шире понятия «обучения», которое фокусируется лишь на непосредственной передаче знаний, умений, навыков. В свою очередь, «образование» ориентировано на «рост человека» как личности в социальном плане, охватывающий как его интеллектуальное, так и нравственно-волевое развитие. Оно выступает основой научно-технического прогресса, весомой частью формирования национальной культуры, инструментом национальной безопасности и суверенитета.

Хотелось бы отметить, что «образование» и «образовательная услу-

га» не идентичны, хотя находятся в одном «социальном пласте»: первое понятие является одним из наиболее значимых прав человека и одним из крупнейших общественных институтов, тогда как второе — это скорее технический инструмент для описания финансовых и гражданско-правовых отношений, связанных с реализацией конституционного права каждого человека на образование. Данные категории, скорее дополняют друг друга.

Но такой позиции придерживаются не все авторы, порой отождествляя образовательную услугу и процесс получения образования. «Камнем преткновения» в асимметричных взглядах ученых на возможность отнесения образования к услугам, оказываемым населению, является их возмездный характер со стороны потребителя [8]. Одни авторы считают, что образовательными услугами можно называть только те из них, которые оказываются на платной основе. По их мнению, образование, осуществляемое по государственному образовательному стандарту (бесплатное, гарантируемое государством), не является услугой, соответственно, и обучающийся не обладает статусом потребителя. Позиция второго «лагеря» ученых основывается на том, что образование бывает бесплатным лишь в нашем сознании, на самом же деле любое образование платное, различаются только источники финансирования. По их мнению, образование — это всегда услуга, и она, так или иначе, оплачивается, только плательщиком не всегда выступает непосредственный ее получатель, зачастую в этой роли выступает государство, беря на себя финансовое обеспечение бюджетных мест на всех уровнях образования. Также не стоит забывать и о том, что, хоть и опосредованно, но каждый человек, уплачивающий налоги, участвует, так или иначе, в создании общественного продукта, в частности — в софинансировании образования в стране.

\* Толковый словарь Даля онлайн [Электронный ресурс]. — Режим доступа: [https://slovardalja.net/view\\_search.php](https://slovardalja.net/view_search.php) (дата обращения 01.09.2025).

\*\* Словарь русского языка : 50000 слов / Акад. наук СССР, Ин-т рус. яз. ; сост. С.И. Ожегов, гл. ред. акад. С.П. Обнорский. — М. : ОГИЗ, Гос. изд-во иностр. и нац. словарей, 1949. — XVI, [1], 968 с.

<sup>3\*</sup> Толковый словарь Ушакова онлайн [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://ushakovdictionary.ru/word.php?wordid=38168> (дата обращения 01.09.2025).

<sup>4\*</sup> Словарь психологических терминов [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.belogurova.ru/glossary?letter=14&word=1732> (дата обращения 01.09.2025).

<sup>5\*</sup> Современный экономический словарь [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://economics.niv.ru/doc/dictionary/economical/fc/slovar-206-1.htm#zag-3193> (режим доступа 01.09.2025).

Образовательные услуги оказываются на специфическом рынке. Рынок образовательных услуг можно рассматривать как сферу формирования спроса и предложения на образовательные услуги. На нем же устанавливается и равновесная цена на них. Производить и продавать (оказывать) услуги в сфере образовательной деятельности (образовательные услуги) могут образовательные учреждения любой формы собственности (коммерческие, бюджетные). Потребитель — это всегда человек с его индивидуальными запросами и возможностями. У данного рынка есть ключевая особенность, отличающая такой рынок от всех остальных (за исключением медицинского рынка): товар, обращающийся на нем — это одновременно и частное, и общественное благо. По мнению автора, образование — это как раз таки общественное благо, а образовательная услуга — частное. И хотя родовая ценность у них одна, считаем обоснованным суждение о том, что дополненной ценностью образовательной услуги будут выступать дополнительный сервис, гарантии, удобство, которые выделяют продукт среди конкурентов, расширяют основную программу и удовлетворяют особые потребности учащихся, например, углубленное изучение предметов, факультативы или репетиторство.

### Заключение (Conclusion)

Объединяющим началом, фундаментом, родовой ценностью рас-

смотренных выше понятий «образование» и «образовательные услуги» выступает образовательная деятельность (целенаправленный процесс обучения, развития и воспитания личности), а также совокупность педагогических отношений между различными субъектами образования (педагогами и учащимися). С этой точки зрения «образовательные услуги» можно рассматривать как процесс и результат профессионального обучения, определяемого в законе «Об образовании» как «вид образования, который направлен на приобретение обучающимся знаний, умений, навыков и формирования компетенций, необходимых для выполнения определенных трудовых, служебных функций». Воспитывающая функция при этом зачастую упускается вовсе или отходит на второй план. Тогда как образование в его традиционном понимании значительно шире и объемнее понимания образовательных услуг. Образование — есть нечто иное, как целостное единство обучения и воспитания. Этот факт подтверждает и толкование понятия образования в новом законе «Об образовании» как «единого целенаправленного процесса воспитания и обучения являющегося общественно-значимым благом и осуществляемым в интересах человека, семьи и государства, а также совокупности знаний, умений и навыков, ценностных установок, опыта деятельности и компетенций» [9].

Резюмируя, стоит отметить, что дискуссионным остается вопрос:

«Чем является образование, социальным благом, либо образовательной услугой?» Прежде всего, образование — это отрасль экономики, инструмент реализации государственной политики, обеспечивающий политическую социализацию населения, позволяющий создавать желаемый тип общества. Современные образовательные организации ведут не только просветительскую, но и экономическую деятельность, и этот факт нельзя оспорить.

Решая задачи формирования «человеческого капитала», образование, безусловно, является наиболее значимым социальным благом. Вместе с тем в ряде случаев образование выполняет функции образовательной услуги, к примеру, при профессиональной переподготовке, повышении квалификации, получении второго высшего и дополнительного образования. Возникновение в современной России рынка образовательных услуг поставило перед субъектами, оказывающими эти услуги, принципиально новые задачи по управлению данным процессом. Одним из эффективных методов управления является маркетинг [10]. Именно он, по большей части за счет реализации образовательным заведением товарной и коммуникационной политик, позволяет расширять перечень дополненных ценностей образовательных услуг, не снижая при этом роли и значения родовой ценности самого образования.

Поступила в редакцию 12.09.2025

Принята к публикации 23.10.2025

### ИСТОЧНИКИ (References)

1. Зиннуров, У. Г. Маркетинг в деятельности вузов : теория и методы решения / У. Г. Зиннуров. — Уфа : ГОУ ВПО «Уфимский государственный авиационный технический университет», 1993. — 226 с. — ISBN 5-230-17334-3. — EDN VUZFWL.
2. Гончарова, Л. И. Формирование рынка образовательных услуг : специальность 08.00.01 «Экономическая теория» : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Гончарова Людмила Ивановна. — Саратов, 1997. — 193 с. — EDN NLJUKB.
3. Кириллина, Ю. Маркетинг образовательных услуг / Ю. Кириллина // Высшее образование в России. — 2000. — № 5. — С. 26–29. — EDN IBBYJL.
4. Куров, С. В. Особенности гражданско-правового регулирования возмездного оказания образовательных услуг / С. В. Куров // Право и образование. — 2001. — № 6. — С. 76–86. — EDN GZTRQH.
5. Коджаспирова, Г. М. Педагогический словарь : Для студентов высших и средних педагогических учебных заведений / Г. М. Коджаспирова, А. Ю. Коджаспиров. — Москва : Издательский центр «Академия», 2003. — 176 с. — ISBN 5-7695-0445-5. — EDN XTDVJB.
6. Краткий словарь по социологии / Авт.-сост. П. Д. Павленок. — М.: ИНФРА-М, 2001. — (Библиотека малых словарей «ИНФРА-М»). ISBN 5-86225-805-1.
7. Словарь терминов, используемых в законодательстве Российской Федерации. — М.: Издание Государственной Думы (электронное), 2013. — 800 с.
8. Майбуров, И. А. Соотношение понятий «Образование» и «Образовательные услуги» / И. А. Майбуров // Право и образование. — 2003. — № 5. — С. 34–43. — EDN HTYSPL.
9. Позднякова, А. Н. Образование и образовательные услуги: соотношение понятий / А. Н. Позднякова // Технологическое образование и устойчивое развитие региона. — 2014. — Т. 1, № 1-1(11). — С. 258–265. — EDN TJGSPH.
10. Ярославцева, Н. В. Российское образование — социальное благо или образовательные услуги / Н. В. Ярославцева, Т. Л. Лопуха // Мир науки, культуры, образования. — 2017. — № 1(62). — С. 17–19. — EDN XXJNTH.