

Взаимодействие дошкольного образовательного учреждения с родителями воспитанников как фактор развития дополнительного образования в ДОО

Малышева Е.В.,
заведующий МБДОУ
«Детский сад № 62 «Огонек»

В современных социально-экономических условиях одна из важнейших задач сферы образования – предоставление широким слоям населения качественного и доступного образования. Развитие образовательного рынка идет параллельно с процессами социального и экономического развития, и для удовлетворения возрастающего спроса на образовательные услуги необходима новая форма получения образования.

Правительством Российской Федерации была утверждена **«Концепция развития дополнительного образования детей на 2015-2020 годы»** (Постановление от 04. 09. 2014 № 1726-р), где говорится, что все острее встает задача общественного понимания необходимости дополнительного образования, как открытого вариативного образования и его миссии наиболее полного обеспечения права человека на развитие и свободный выбор различных видов деятельности, в которых происходит личностное и профессиональное самоопределение детей и подростков.

На современном этапе рынок образовательных услуг широк и многообразен, что и порождает конкуренцию среди дошкольных образовательных учреждений. Детские сады выбираются в соответствии с запросами ребенка и самих родителей. А запросы разные: подготовить малыша к школе, приобщить к детскому сообществу, укрепить здоровье, обучить ребенка рисованию, танцам, а самим родителям получить квалифицированную помощь в вопросах воспитания, обучения и развития ребенка.

Учитывая запросы родителей, необходимо выстраивать стратегию развития дошкольного учреждения так, чтобы быть современным, востребованным, авторитетным, открытым образовательным пространством. Система дополнительного образования детей в условиях дошкольного образовательного учреждения все больше воспринимается как сфера услуг (услуг специфических, связанных с формированием личности человека, воспроизводством интеллектуальных ресурсов, передачи ценностей культуры). Руководитель должен сам инициировать введение дополнительных платных услуг, видеть его последствия, достижения, издержки. Введение такой деятельности предполагает системную работу и большую ответственность перед заказчиками, то есть родителями.

Дополнительное образование в ДОУ является сфера получения знаний и навыков за пределами обязательного государственного образовательного стандарта, которое должно удовлетворить разнообразные интересы ребенка. Поэтому спектр услуг в каждом дошкольном учреждении всегда индивидуален, что обусловлено потребительским спросом на платные услуги, ресурсами и возможностями ДОУ, часто разнообразен и ведется по нескольким направлениям.

Главная задача администрирования: как сделать деятельность более эффективной, а сами услуги более привлекательными для потребителей.

Алгоритм действий ДОУ по организации и оказанию дополнительных платных услуг:

1. шаг. Изучение нормативно-правовой документации.
2. шаг. Выявление спроса на дополнительные платные услуги.
3. шаг. Лицензирование образовательной деятельности.
4. шаг. Расчет стоимости платных услуг.
5. шаг. Кадровое обеспечение реализации программы.
6. шаг. Организация процесса обучения.
7. шаг. Информирование потребителей о дополнительных платных услугах.
8. шаг. Оформление отношений с заказчиками услуги.
9. шаг. Контроль качества оказания платных услуг.
10. шаг. Изучение нормативно-правовой документации, регламентирующей организацию и оказание дополнительных платных образовательных услуг

2 шаг. Выявление спроса на услуги дополнительного платного образования

В связи с повышением требований, которые родители предъявляют дошкольному учреждению, предоставлением прав выбора детского сада, конкуренцией между ДОУ, детские сады должны привлекать родителей, заинтересовывать их, изучать их потребности и спрос. Поэтому перед учреждениями встали задачи проведения маркетинга образовательных платных услуг и их рекламы.

В ходе маркетинга анализируются:

Аналитическое направление:

1. Спрос на платные образовательные услуги (анкетирование с целью анализа платежеспособности родителей, их потребностей, пожеланий и предпочтений) анкетирование, тестирование, опрос общественного мнения, индивидуальные интервью (проводится в детском саду во время ожидания ребенка), групповое интервью (организуется с группой

- родителей, и требует определенной подготовки), интервью по телефону (метод случайного выбора).
2. Сильные и слабые стороны ДООУ в случае оказания дополнительных услуг (виды услуг, потребность, стоимость, качество, доступность и конкурентоспособность)
 3. Кадровый потенциал ДООУ
 4. Материально-техническая база (соответствие материально-технической базы и помещений существующим требованиям и санитарным нормам)
 5. Опыт коллег-конкурентов (сравнение услуг конкурентов по видам услуг, их стоимости, качеству).

Рекламное направление:

1. После формирования перечня планируемых услуг проводятся рекламная кампания, наглядная и информационная агитация для потенциальных заказчиков на предмет выбора платных услуг. Информация о дополнительных платных услугах размещается на информационном стенде и официальном сайте ДООУ, проводятся анкетирование, краткая презентация программ на родительских собраниях, предлагаются буклеты, памятки, организация ярмарки платных дополнительных образовательных услуг дошкольного учреждения;
2. Проведение публичной защиты педагогических идей, разработок, программ;
3. Творческие отчёты перед родителями;

На практике, при организации ДПУ, нередко складывается ситуация, когда родителям приходится выбирать те услуги, которые смогло организовать ДООУ, учитывая свои ресурсные возможности. Принимая решение об организации новой услуги, ДООУ ориентируется не столько на спрос заказчика, сколько на ресурсные возможности дошкольного учреждения. Руководители в своих ответах подтверждают это и говорят о том, что сначала на основе возможностей ДООУ определяются виды услуг, потом предлагаются родителям, а затем, учитывая их пожелания и запросы, организовываются ДПУ.

Данная позиция, обратная основному экономическому закону, когда спрос порождает предложение, возникает в связи отсутствием достаточных ресурсов и необходимости поиска потребителей услуг, они уже находятся в списочном составе ДООУ на 4 года. Происходит тестирование спроса, и, как показывает практика, больше половины родителей выбирают предложенную ДООУ услугу родителей .

7 шаг. Информирование заказчиков о ДООУ

Требования к открытости и доступности информации, которая касается услуг, предусмотренных пунктом 4 части 2 статьи 29 Закона «Об образовании в РФ» и пунктом 9 Правил оказания платных образовательных услуг:

1. Исполнитель обязан до заключения договора и в период его действия предоставлять заказчикам достоверную информацию о себе и об оказываемых платных услугах, обеспечивающую возможность их правильного выбора (ст. 8,10 Закона РФ от 07. 02. 1992 № 2300-0 «О защите прав потребителей»);
2. Информация об оказании дополнительных платных услуг (лицензия на образовательную деятельность, образовательные программы, перечень, порядок и условия получения платных услуг, стоимость услуг, образцы договоров, нормативные документы, информация о педагогах дополнительного образования и другие) размещается на информационном стенде в общедоступном месте и на официальном сайте ДОУ в сети Интернет.
3. Оформление отношений с заказчиками услуги

Платные услуги оказываются только по желанию родителей (законных представителей) обучающихся и на договорной основе.

ДОУ разрабатывает и утверждает Форму договора об образовании на обучение по дополнительным образовательным программам с учетом требований статьи 54 Закона «Об образовании», пункта 12 Правил оказания платных образовательных услуг и в соответствии с Примерной формой договора об образовании на обучение по дополнительным программам, утвержденной приказом Министерства образования и науки от 25. 10. 2013 № 1185.

Аналитическая часть в виде сравнительных диаграмм.

Ответы на следующий вопрос показали, что существует спрос со стороны родителей на ряд занятий, которых в детском саду нет. Часть родителей хотят расширить перечень дополнительных услуг. Они предложили следующие услуги: моделирование, йога, самооборона, лепка из глины, индивидуальный вокал, аквабеби для детей от 1,5 лет с мамами. Оздоровительные: массаж, ингаляции, соляные комнаты, кислородные коктейли.

Для привлечения родителей используем акции и бонусные предложения.

Эффективно влияет на спрос презентация родителям результатов ребенка, получающего дополнительную образовательную услугу. Мы

создаем короткометражные видеоролики, фоторепортажи, которые транслируем в холле образовательного учреждения, в социальных сетях, во время открытых мероприятий.

Всегда положительно влияют на спрос акции и бонусные предложения.

1. «Занятие в подарок» – заключив договор на новую услугу, родители получают пробное занятие бесплатно;
2. «Приведи друга» – одно бесплатное занятие получают воспитанники, чьи родители рассказали о платных услугах родителям детей, не посещающих наш детский сад, и это привело к заключению договора;
3. «Бонусы для выпускников»

Выводы: в детских садах создана система дополнительных платных услуг, которая работает и развивается. В последние годы отмечается рост заинтересованности семей в дополнительном образовании детей на платной основе. Заметно увеличилась мотивация семей и детей к участию в различных совместных мероприятиях и возрастает их активность. Предоставляемые ДОУ платные услуги востребованы родителями и детьми.

Таким образом, оказывая спектр платных услуг, детские сады успешно адаптировались к современным условиям, предоставив воспитанникам и их родителям свободу выбора дополнительных образовательных программ на основе собственных интересов и увлечений из широкого спектра предложений. Дополнительное образование дает не только материальную прибыль, но и повышение качества дошкольного образования в целом и имиджа дошкольного учреждения.

В заключение, отметим, чтобы избежать риски (не востребованность уже оформленной услуги и низкий уровень качества проведения дополнительной услуги и как итог отток воспитанников). Детям и родителям нужно предлагать качественную организацию платной образовательной услуги, что представляется возможным при системном анализе изменения спроса на предлагаемую услугу и анализа качественных и количественных показателей, открытой системы оценки данного вида деятельности.