

FEATURES OF EDUCATIONAL SERVICES IN MODERN CONDITIONS

Ravshan Mardonov

Candidate of philosophical sciences,
Associate Professor of the Department of Social
Humanities of Samarkand
branch of Tashkent University
information technologies

Resume:

Based on the study of scientific literature, the article defines the concepts of "education", "service", "educational services", reveals the distinctive features and characteristics of educational services. The author reveals the role and place of educational services in the information society.

Key words:

Education system, educational services, distinctive features, features, modern society, narrow specialization

ОСОБЕННОСТИ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Равшан Мардонов

кандидат философских наук
доцент кафедры социально-гуманитарных
наук Самаркандского филиала ТУИТ

Аннотация:

В статье на основе изучения научной литературы определяются понятия "образование", "услуга", "образовательные услуги", раскрываются отличительные черты и особенности образовательных услуг. Автор раскрывает роль и место образовательных услуг в условиях информационного общества.

Ключевые слова:

Система образования, образовательные услуги, отличительные черты, особенности, современное общество, узкая специализация

Система образования в Узбекистане переживает существенные изменения. Информатизация экономики и общества в целом, изменение условий функционирования государственных и частных предприятий и организаций вызвали повышение спроса на различные виды образовательных услуг. Одним из основополагающих вопросов при изучении сферы образовательных услуг в маркетинговом аспекте является определение базового понятия «образовательная услуга», а также рассмотрение ее специфики.

В современной экономической литературе, посвященной сфере образования, преобладает подход, согласно которому образовательные услуги являются основным продуктом деятельности системы образования. Но многие ученые-исследователи не дают однозначного определения этому понятию: являются ли образовательными услугами, например, отдельные лекции и практические занятия, программы учебных курсов, полный курс подготовки (переподготовки) специалистов и т.д. Очевидно, что четкое определение сущности образовательных услуг важно для выявления всех форм, в которых они могут выступать, для соотношения образовательных услуг и прочих образовательных продуктов;

для понимания места конкретной образовательной услуги в общей деятельности образовательного учреждения.

Обозначим сущности понятий «услуга» и «образование», выделим характеристики, присущие всем услугам.

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» [2]. Вообще, с позиций маркетинга под услугами понимают огромное разнообразие видов деятельности и коммерческих занятий.

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» [8].

Основным видом деятельности учреждений образования является создание и оказание образовательных услуг. Выделим основные подходы к определению этого понятия.

Наиболее распространенный из них под образовательными услугами понимает «систему знаний, информации, умений и навыков, которые используются в целях удовлетворения многих потребностей человека, общества и государства» [8]. Несколько иначе формулирует это понятие А.А. Ченцов: образовательные услуги создаются в процессе научно-педагогического труда, являющегося в свою очередь разновидностью научного труда. Результатом научного труда является научный продукт. Результат научно-педагогического труда может быть назван образовательным продуктом» [7]. А.В. Сагинова считает, что продуктом любого образовательного учреждения является образовательная программа, которая разрабатывается им для того, чтобы удовлетворить потребность в образовании, профессиональной подготовке, обучении или переподготовке, т.е. достижении определенного социального эффекта (изменение образовательного или профессионального уровня) [6]. Отсюда можно заключить, что образовательная программа – это комплекс образовательных услуг, нацеленный на изменение образовательного уровня или профессиональной подготовки потребителя и обеспеченный соответствующими ресурсами образовательной организации. Вуз – это «производитель» не выпускников, а образовательных программ, в том виде, в котором они освоены его выпускниками. Некоторые авторы придерживаются противоположного мнения. Они рассматривают вузы как производителей товара «молодые специалисты» [1].

Выделим **отличительные черты образовательных услуг**, присущие только им.

1. Специфика образовательных услуг заключается в том, что, по мнению многих исследователей, они относятся к категории *«общественных благ (товаров)»*.
2. Своеобразной чертой услуг образования является *невозможность их непосредственного денежного измерения*. Ценовой механизм часто не в состоянии отразить всех затрат на производство образовательных услуг. Если в материальной сфере их сравнительно легко измерить количественно (в штуках или килограммах, например) на единицу продукции, то применительно к образовательным услугам это трудно осуществимо. Полезный результат такой услуги может проявиться лишь спустя продолжительное время, и его практически можно измерить лишь с помощью косвенных показателей.
3. Еще один отличительный признак образовательных услуг - *многозначность целей*, поставленных перед производителями этих услуг. Как правило, деятельность образовательного учреждения не направлена явно на достижение прибыли. Но, с другой стороны, многие их интересы связаны с ростом благосостояния, который предполагает «получение прибыли, необходимой для обеспечения расширенного воспроизводства». Поэтому, прибыль не является изначально запретным ориентиром для учреждения образования, но, конечно, и не сводится только к нему.
4. Особенность образовательных услуг проявляется и в том, что они *оказываются*, как правило, в комплексе с созданием духовных ценностей, преобразованием и развитием личности обучающегося. Эти услуги обеспечивают реализацию познавательных интересов

обучающихся, удовлетворяют потребности личности в духовном и интеллектуальном развитии, вносят вклад в создание условий для их самоопределения и самореализации, участвуют в формировании, сохранении и развитии разнообразных способностей человека к труду, в специализации, профессионализации и росте его квалификации. Таким образом, можно сказать, что образовательные услуги непосредственно участвуют в *формировании человеческого капитала*.

5. Следующая отличительная черта - *сотворчество преподавателя и слушателя*. В сфере образования, где преобразуется личность клиента, он, не являясь профессионалом, претендует на самую активную роль в процессе производства и оказания образовательных услуг. Важно также и то, что оказание услуг образования, предполагающее ярко выраженную открытость этой сферы для информационного, кадрового и другого обмена, задает приоритет сотрудничества и ограничивает эффективность конкуренции производителей образовательных услуг [3].

6. Образовательные услуги как никакой другой вид деятельности находится под пристальным *общественным вниманием и внерыночным давлением*. Это положение наиболее отчетливо проявляется в рамках политических компаний, в которых вопрос общественного образования обычно рассматривается как элемент обеспечения национальной безопасности, перспективы выживания и развития нации.

Еще также перечислим ряд специфических **особенностей образовательных услуг**, отличающих их от других видов услуг:

- сезонность;
- высокая стоимость (образовательные услуги обладают высокой потребительной стоимостью, т.к. наращивают потенциал личности, специалиста, а на развитых рынках это выражается в признании высокой стоимости, правомерности высоких цен на них);
- относительная длительность оказания (в нашей стране получение первого высшего профессионального образования по различным специальностям может занимать от 4 до 6 лет);
- отсроченность выявления результативности;
- зависимость результатов от условий будущей работы и жизни обучившегося;
- необходимость дальнейшего сопровождения услуг;
- зависимость приемлемости услуг от места их оказания и места проживания потенциальных обучающихся;
- невозможность перепродажи;
- необходимость лицензирования;
- конкурсный характер (этот признак в основном проявляется в большинстве государственных высших учебных заведений);
- относительно молодой возраст потребителей образовательных услуг и другие.

Высшее профессиональное образование направлено на фундаментальную подготовку обучающихся по какому-либо направлению. Но сегодня уже нельзя удовлетворить новые требования экономики, общественные запросы к уровню и содержанию образования только путем трансформации основных звеньев образовательной системы, изменением учебных программ и технологий, так как многие из образовательных потребностей вообще лежат за пределами академических программ. Поэтому изменилась и сфера услуг, предлагаемых системой образования. На первый план выходят уже не стандартные учебные программы, а активно формируются новые, дополнительные, отвечающие более узким запросам со стороны потребителей. Специальные короткие дополнительные программы будем называть малыми образовательными формами. Соответственно появляется принципиально новый рынок - рынок малых образовательных форм.

Литература

1. Браверманн А.А. Маркетинг в российской экономике переходного периода: методология и практика. – М.: Экономика. – 1997.
2. Котлер Ф. Основы маркетинга: Пер. с англ. - М.: "Ростинтэр", 1996. - 704 с.

3. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 1997. - № 7-8
4. Попов Е.Н. Услуги образования и рынок // Российский экономический журнал. – 1992. - № 6.
5. Потеев М.И. Основы маркетинга в сфере образования. Уч. пособие. - СПб.: ЛИТМО, 1992.
6. Сагинова О.В. Маркетинг образовательных услуг // Маркетинг в России и за рубежом. – 1999. - 7. Ченцов А.А. О бизнесе образовательных услуг // Высшее образование в России. – 1999. - №2. с.120-123.
7. Щетинин В.П. Рынок образовательных услуг в современной России // Школа. – 1997. -№3.
8. Мардонов Р.С. Роль образования в ускорении социально-экономического роста страны. - Электронное научно-практическое издание “Экономика и социум”. Выпуск №11(78) (ноябрь, 2020). Сайт: <http://www.iupr.ru>. – Саратов: Институт управления и социально-экономического развития, 2020. – С.868-876
9. Mardonov R. Philosophical problems of modern education. - ACADEMICIA. An International Multidisciplinary Research Journal (Double Blind Ref ereed & Peer Reviewed Journal). ISSN: 2249-7137 Vol. 10 Issue 12, December 2020, pp. 249-255
10. Mardonov R. Eastern Philosophy Of Education And Educational Policy: Features And Priorities. - The American Journal of Social Science and Education Innovations (ISSN – 2689-100x) Published: February 28, 2021 | Pages: 288-294
11. Mardonov R. Historical and philosophical analysis of Eastern and Western education systems. - International Journal For Advanced Research In Science & Technology / A peer reviewed international journal. www.ijarst.in – Volume 11, Issue 02, Feb. 2021, pp. 252-256.
12. Мардонов Р.С. Особенности современной западной философии образования. - “Фалсафа ва хаёт” / Халқаро журнал, №SI-2 | 2020. – Тошкент, 2020. - 200-207 бетлар.