

## **ЗНАЧЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВУЗОВ НА РЫНКЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ**

*Аблатдинов Султан Азатович*

старший преподаватель кафедры «Экономика и менеджмент» Ташкентского  
государственного экономического университета

Научный руководитель:

доктор экономических наук, профессор

*Останакулова Гульсара Мухаммадякубовна*

**Аннотация.** В публикации исследуется значение повышения конкурентоспособности вузов на рынке образовательных услуг, в частности отмечается актуальность создания благоприятной образовательной среды, способствующей академическому росту и инновациям, включая инвестиции в образование, развитие академических исследований, сотрудничество с ведущими международными учебными заведениями и привлечение талантливых преподавателей и студентов со всего мира. Автор приходит к выводу, что к преимуществам конкурентоспособных ВУЗов следует отнести высокий научный потенциал, повышение уровня квалификации кадров, повышение экономической эффективности деятельности образовательных учреждений, что в конечном итоге призвано привести к экономическому росту государства.

**Ключевые слова:** маркетинговая стратегия, Болонский процесс, рейтинг ВУЗов, мобильность студентов, глобализация и интеграция высшего образования.

Вопросы формирования маркетинговой стратегии в сфере образовательных услуг, прежде всего, вопросы повышения конкурентоспособности вузов, эффективного выполнения стоящих перед ними задач, удовлетворения потребностей в услугах и продукции ВУЗа являются актуальными во всех странах мира и во все времена.

Взаимодействие международных связей, глобализация и интеграция оказывают значительное влияние на высшее образование. Увеличение числа иностранных студентов и расширение краткосрочной мобильности в высшем

образовании, а также мобильности рабочей силы, возникают вопросы о сравнении и признании дипломов различных стран и необходимости установления общих стандартов структуры образования. Ответы на эти вопросы находятся в рамках Болонского процесса, который стремится к единой системе в структуре высшего образования (с условными степенями бакалавра, магистра и доктора наук) среди стран-участниц. При этом сохраняется разнообразие содержания дипломов, однако обеспечивается их взаимное признание между участвующими странами.

Процессы глобализации и интернационализации, а также увеличение мобильности студентов, поддерживаемые Болонским процессом, привели к изменениям в конкурентной среде высшего образования. Университеты стали бороться за привлечение новых студентов на национальном и международном уровнях, что привело к более открытому взаимодействию университетов с внешним миром. Возникла необходимость создания и поддержания репутации, а также активного продвижения информации о своих услугах среди потенциальных потребителей, в университетах появилась неотъемлемая функция маркетинга.

В каждой стране создана правительственная или неправительственная организация, которая занимается информационным обеспечением и ведет маркетинговую деятельность (например, DAAD - Deutscher Akademischer Austausch Dienst, выступающая посредником между вузами и правительством, открыла в разных частях мира 63 представительства).

Как результат активной маркетинговой деятельности в образовательных учреждениях США, стран Западной Европы, а также Канады, Австралии и Новой Зеландии в 2024 году обучается более 85% всех иностранных студентов, стажеров, аспирантов. Только в Соединенных Штатах обучается около 600 тыс. чел., в Великобритании, Франции, Германии, Испании и других западноевропейских странах - более 1 млн. чел. [1].

Исследования показывают, что в 2023 году во всем мире обучалось 6,4 миллиона иностранных студентов - столько же, сколько и в 2022 году. На рынки образования стран так называемой «большой четверки» - Австралию, Канаду, Великобританию и США - в 2023 году пришлось почти 44% всех иностранных студентов по сравнению с 40% в 2022 году. В 2023 году учебные заведения США приняли более 1 миллиона иностранных студентов, вернувшись к допандемическому уровню [2].

Существует рейтинг лучших стран для обучения позволяет определить государства с высокой конкурентоспособностью высшего образования (рис. 1). Эти страны обладают не только престижными университетами и качественными программами, но и создают благоприятную образовательную среду, способствующую академическому росту и инновациям. Они инвестируют в образование, развивают академические исследования, сотрудничают с ведущими международными учебными заведениями и привлекают талантливых преподавателей и студентов со всего мира.



**Рис. 1. Топ-10 лучших стран для обучения, март 2024 г. [3]**

В рейтинге стран по уровню образования Великобритания занимает первое место. В стране функционирует 130 вузов. Британские университеты постоянно занимают лидирующие позиции в общих рейтингах лучших высших учебных заведений по всему миру. Иностранцы, принятые в университет, имеют право на студенческую визу, которая позволяет им закончить весь период обучения. Образование в Великобритании является престижным, но имеет высокую стоимость, поэтому заявители должны быть финансово обеспечены для покрытия расходов на проживание и оплату учебных программ. Граждане Великобритании могут претендовать на гранты и стипендии, предоставляемые отдельными университетами через индивидуальные программы финансовой поддержки.

Таким образом, рынок образовательных услуг представляет собой сферу, где участники, такие как студенты, образовательные учреждения и плательщики, вступают в материальные взаимоотношения. В целом, эффективная маркетинговая деятельность высших образовательных учреждений должна быть целенаправленной, дифференцированной и ориентированной на потребности студентов. Вузы должны активно коммуницировать свои преимущества, создавать привлекательный образ и поддерживать взаимодействие со своей целевой аудиторией.

### **СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ**

1. Безносова М.И., Зеленина Т.И., Горбунова Е.С. Маркетинговые стратегии в международном образовании (на примере Удмуртского государственного университета) / ИЯЛ УдГУ. - Ижевск: Издательский центр «Удмуртский университет», 2024 - 142 с.  
[http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/18548/487%D0%BB%D0%B1\\_1000932552\\_28.08.2019.pdf?sequence=1](http://elibrary.udsu.ru/xmlui/bitstream/handle/123456789/18548/487%D0%BB%D0%B1_1000932552_28.08.2019.pdf?sequence=1)
2. Данные информационно-аналитического сайта  
<https://www.unipage.net/ru/2324>
3. Данные информационно-аналитического сайта  
[https://international.business/world/luchshie-strany-po-obrazovaniyu/#pop-up\\_timing\\_effect](https://international.business/world/luchshie-strany-po-obrazovaniyu/#pop-up_timing_effect)