

# ОТРАСЛЕВЫЕ РЫНКИ И РЫНОЧНАЯ ИНФРАСТРУКТУРА SECTORAL MARKETS AND MARKET INFRASTRUCTURE

УДК 339.138

DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-1-83-92

## Рынок образовательных продуктов и услуг высшей школы Российской Федерации: маркетинговая характеристика и тренды 2018–2024 гг.

**Кучерявенко С.А.**

Белгородский государственный национальный исследовательский университет  
Россия, 308015, г. Белгород, ул. Победы, 85  
E-mail: kucheryavenko\_s@bsu.edu.ru

**Аннотация.** Актуальность вопросов состояния образовательного рынка связана с трансформацией национальной системы высшего образования, жесткой конкуренцией университетов на региональном, национальном и внешнем образовательном рынке, а также с кардинальными изменениями в деятельности высшей школы, причинами которой послужила масштабная цифровизация всех процессов системы менеджмента университета и стремительное развитие дистанционных образовательных технологий. Целью данной работы является исследование современного рынка образовательных продуктов и услуг высшей школы Российской Федерации. Информационно-аналитической базой исследования выступила поисковая система eLibrary.Ru и официальные статистические источники информации по проблеме исследования. В статье представлены маркетинговые характеристики и тренды 2018–2024 гг., результаты анализа состояния, основных тенденций и приоритетных направлений дальнейшего развития образовательного рынка продуктов и услуг высшей школы Российской Федерации; обоснована необходимость формирования эффективной маркетинговой стратегии и внедрения процедур маркетингового контроля в образовательных организациях высшей школы для обеспечения конкурентоспособности. Полученные результаты могут быть интересны в рамках разработки и корректировки маркетинговой стратегии или политики в области маркетинга образовательной организации высшей школы.

**Ключевые слова:** образовательный рынок, рынок образовательных услуг, маркетинг, маркетинговая деятельность, цифровой маркетинг, маркетинговая стратегия, образовательная организация высшей школы, образовательная организация высшего образования, вуз, университет

**Для цитирования:** Кучерявенко С.А. 2024. Рынок образовательных продуктов и услуг высшей школы Российской Федерации: маркетинговая характеристика и тренды 2018–2024 гг. Экономика. Информатика, 51(1): 83–92. DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-1-83-92

## Market of Educational Products and Services of Higher Education in the Russian Federation: Marketing Characteristics and Trends 2018–2024

**Svetlana A. Kucheryavenko**

Belgorod State National Research University  
85 Pobedy St, Belgorod, 308015, Russia  
E-mail: kucheryavenko\_s@bsu.edu.ru

**Abstract.** The relevance of the issues of the educational market state is associated with the transformation of the national higher education system, the fierce competition of universities in the regional, national and external educational markets, as well as with fundamental changes in the activities of higher education,

caused by the large-scale digitalization of all processes of the university management system and the rapid development of distance education technologies. The purpose of this work is to study the modern market of educational products and services of higher education in the Russian Federation. The information and analytical base for the study was the eLibrary.Ru search system and official statistical sources of information on the research problem. The article presents marketing characteristics and trends for 2018–2024, the results of an analysis of the state, main trends and priority directions for the further development of the educational market for higher education products and services in the Russian Federation; the need to form an effective marketing strategy and introduce marketing control procedures in educational institutions of higher education to ensure competitiveness is substantiated. The obtained results may be of interest in the development and adjustment of marketing strategy or policy in the field of marketing of educational organization of higher education.

**Keywords:** educational market, market for educational services, marketing, marketing activities, digital marketing, marketing strategy, educational organization of higher education, educational organization of higher education, institution of higher learning, university

**For citation:** Kucheryavenko S.A. 2024. Market of Educational Products and Services of Higher Education in the Russian Federation: Marketing Characteristics and Trends 2018–2024. Economics. Information technologies, 51(1): 83–92. DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-1-83-92

## Введение

Состояние рынка продуктов и услуг высшей школы оценивается сегодня как беспрецедентная революция навыков в будущем образовании. В основу трансформации национальной системы высшего образования положена концепция «навыки прежде всего». Конкурентные условия на образовательном рынке и рынке труда все больше ориентируют университеты на расширение возможностей формирования практических навыков в рамках реализации образовательных программ, а также обеспечение непрерывного образования на протяжении всей жизни через регулярное повышение квалификации [Романович, 2021; Пласкова, 2022; Бондаренко, 2023]. Стоит отметить, что значимыми событиями, влияющими на трансформацию и развитие образовательного рынка высшей школы, стал запуск в 2023 году проекта по изменению уровней профессионального образования на основании Указа Президента РФ «О некоторых вопросах совершенствования системы высшего образования» от 12.05.2023 № 343. Так, в своем докладе Валерий Фальков обратил внимание на то, что в 2023/2024 и 2024/2025 учебных годах продолжится повсеместный переход на новую систему высшего образования с выделением двух уровней высшего образования: базового (от 4 до 6 лет) и специализированного высшего образования (от 1 до 3 лет). По словам министра, правила приема в магистратуру будут ужесточены и такое право будет не у всех университетов. Помимо этого, в высшей школе активно внедряются дистанционные образовательные технологии, реализуются новые образовательные продукты (микроквалификация и пр.), кардинальные изменения происходят в рамках масштабной цифровизации всех процессов деятельности университета [Егорова, 2022; Бондаренко, 2023]. Основными трендами в образовании становятся практико-ориентированное обучение, использование искусственного интеллекта, применение технологии метавселенной и пр.

Все это порождает жесткую конкуренцию между университетами на образовательном рынке и влечет развитие многочисленных рейтингов, а также требует формирования эффективной маркетинговой стратегии. Одной из процедур маркетингового контроля конкурентоспособности реализуемых образовательных программ на национальном уровне можно назвать стартовавший в 2023 году аккредитационный мониторинг, который проведен в 43 700 образовательных организаций всех уровней.

В связи с этим особый интерес вызывают вопросы, связанные с состоянием, основными тенденциями и приоритетными направлениями дальнейшего развития образовательного рынка и разработкой на основе полученной информации маркетинговой стратегии развития образовательных организаций высшей школы.

## Объекты и методы исследования

Исследование предполагаемых гипотез проводилось на основе методов маркетингового анализа образовательного рынка, ретроспективного контент-анализа научных статей по проблеме исследования, методов статистики и социологических методов. Информационной базой исследования для проведения контент-анализа выступила поисковая система eLibrary.Ru.

## Результаты исследования и их обсуждение

В настоящее время высшая школа является ведущим общественным институтом, воспроизводящим интеллектуальный потенциал страны. Развитие рынка образовательных продуктов и услуг высшей школы – одна из ключевых задач Российской Федерации в реализации международной политики. Реализация образовательных программ на образовательном рынке имеет ряд существенных особенностей и маркетинговых характеристик, обусловленных спецификой рынка (рис. 1).



Рис. 1. Особенности и маркетинговые характеристики рынка образовательных продуктов и услуг высшей школы Российской Федерации

Fig. 1. Features and marketing characteristics of the market for educational products and services of higher education in the Russian Federation

Приоритетной особенностью образовательного рынка является отсутствие четких границ рынка и наличие большого количества субъектов рыночных отношений. Все большее количество

абитуриентов отдадут предпочтение престижным университетам, важными составляющими которых являются наличие бюджетных мест на интересующую образовательную программу и ее востребованность на рынке труда, а также рейтинг и бренд университета.

На начало 2023 года национальный рынок высшего образования был представлен 722 образовательными организациями, что значительно ниже, чем в 2000 и 2010 гг. (рис.2).

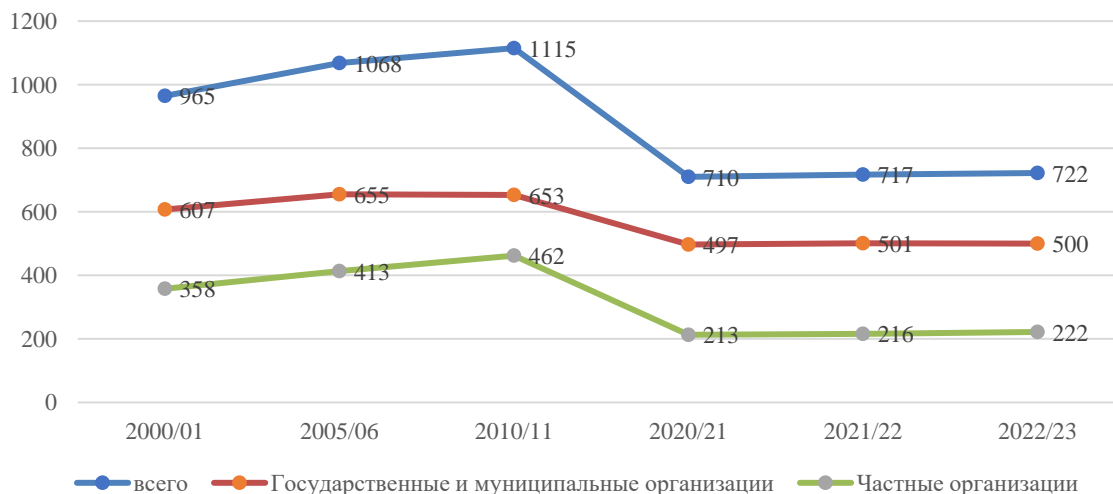


Рис. 2. Динамика количества организаций, осуществляющих образовательную деятельность по программам бакалавриата, специалитета, магистратуры на национальном образовательном рынке высшего образования за 2000–2023 гг. (на начало года)  
 (составлен по основе данных [Образование в цифрах, 2023])

Fig. 2. Dynamics of the number of organizations carrying out educational activities in bachelor's, specialist's, and master's programs in the national educational market of higher education for 2000–2023. (for the beginning of the year)  
 (compiled based on data from [Education in Figures, 2023])

Анализ статистических данных позволяет сделать вывод о снижении количества государственных, муниципальных и частных образовательных организаций в целом по состоянию на начало 2023 года, а также идентифицировать существенный рост доли государственных и муниципальных организаций в общем объеме по отношению к частным организациям. Значительное снижение обусловлено трансформацией высшего образования, сокращением неэффективных университетов, реализацией политики, направленной на повышение конкурентоспособности национальной системы высшего образования, в рамках которой наблюдалось объединение университетов, выделение федеральных, научно-исследовательских и опорных вузов.

По динамике и структуре контингента обучающихся по программам высшего образования, прием на обучение и выпуск бакалавров, специалистов, магистров по источникам финансирования также наблюдается отрицательная тенденция (таблица 1). Так, за период с 2000 года по 2021 год наблюдается снижение контингента по программам высшего образования на 611,4 тыс. чел. С 2005 года в общем контингенте студентов преобладает доля обучающихся по договорам об оказании платных образовательных услуг (51,4 % – в 2021 году). Рассматривая структуру численности приема обучающихся за период 2000–2021 гг., принятых по программам бакалавриата, магистратуры и специалитета, можно увидеть, что прием незначительно сократился и составил в 2021 году 1 201,5 тыс. человек, из них 49 % поступивших в государственные и муниципальные организации за счет бюджетных ассигнований; 50,7 % – по договорам об оказании платных образовательных услуг, в том числе 10,7 % поступивших в частные организации. Отдельно стоит отметить динамику по выпуску бакалавров, специалистов, магистров на начало 2021 года – наблюдается незначительный прирост (3 тыс. чел.) по сравнению с 2020 годом. В структуре выпуска бакалавров, специалистов, магистров 46,6 % – обучающихся за счет бюджетных ассигнований и 53,4 % –

по договорам об оказании платных образовательных услуг, при этом 42,6 % обучались в государственных и муниципальных образовательных организациях.

Таблица 1  
Table 1

Динамика и структура контингента обучающихся по программам высшего образования  
(составлена по основе данных [Образование в цифрах, 2023])  
Dynamics and structure of the student population in higher education programs  
(compiled based on data from [Education in Figures, 2023])

<b>Численность студентов, на начало учебного года (тыс. чел.)</b>	<b>2000 г.</b>	<b>2005 г.</b>	<b>2010 г.</b>	<b>2019 г.</b>	<b>2020 г.</b>	<b>2021 г.</b>
<b>Всего (тыс. чел.):</b>	4741,4	7064,6	7049,8	4049,3	4044,2	4130,0
<b>в том числе обучающихся:</b>						
за счет бюджетных ассигнований	59,1 %	42,5 %	37,2 %	47,0 %	47,8 %	48,6 %
в государственных и муниципальных организациях	59,1 %	42,5 %	37,2 %	46,8 %	47,6 %	48,4 %
в частных организациях	...	...	...	0,2 %	0,2 %	0,2 %
по договорам об оказании платных образовательных услуг	40,9 %	57,5 %	62,8 %	53,0 %	52,2 %	51,4 %
в государственных и муниципальных организациях	31,0 %	42,2 %	45,8 %	44,9 %	43,6 %	42,3 %
в частных организациях	9,9 %	15,3 %	17,0 %	8,1 %	8,6 %	9,1 %
<b>Прием студентов (тыс. чел.)</b>	1292,5	1640,5	1399,5	1093,3	1129,1	1201,5
<b>в том числе на обучение:</b>						
за счет бюджетных ассигнований	45,4 %	37,4 %	37,1 %	47,7 %	49,1 %	49,3 %
в государственные и муниципальные организации	45,4 %	37,4 %	37,1 %	47,4 %	48,8 %	49,0 %
в частные организации	...	...	...	0,3 %	0,3 %	0,3 %
по договорам об оказании платных образовательных услуг	54,6 %	62,6 %	62,9 %	52,3 %	50,9 %	50,7 %
в государственные и муниципальные организации	42,8 %	46,3 %	48,3 %	42,5 %	40,6 %	40,0 %
в частные организации	11,8 %	16,3 %	14,6 %	9,8 %	10,3 %	10,7 %
<b>Выпуск бакалавров, специалистов, магистров (тыс. чел.)</b>	635,1	1151,7	1467,9	849,4	813,3	816,3
<b>в том числе обучавшихся:</b>						
за счет бюджетных ассигнований	71,1 %	44,9 %	37,2 %	47,8 %	48,4 %	46,6 %
в государственных и муниципальных организациях	71,1 %	44,9 %	37,2 %	47,6 %	48,2 %	46,4 %
в частных организациях	...	...	...	0,2 %	0,2 %	0,2 %
по договорам об оказании платных образовательных услуг	28,9 %	55,1 %	62,8 %	52,2 %	51,6 %	53,4 %
в государственных и муниципальных организациях	20,0 %	40,0 %	43,0 %	42,7 %	42,2 %	42,6 %
в частных организациях	8,9 %	15,1 %	19,8 %	9,5 %	9,4 %	10,8 %

Исходя из этого, приведенные в таблице данные позволяют проанализировать динамику и структуру спроса, структуру приема и выпуска обучающихся в целом по Российской Федерации за период 2000–2023 гг. Результаты анализа обеспечивают оценку изменений поведения и траектории движения их предпочтений.

Особое внимание следует уделить конкурентоспособности реализуемых образовательных программ, которая служит основой продвижения образовательной организации высшего образования на образовательном рынке и рынке труда (рис.3).

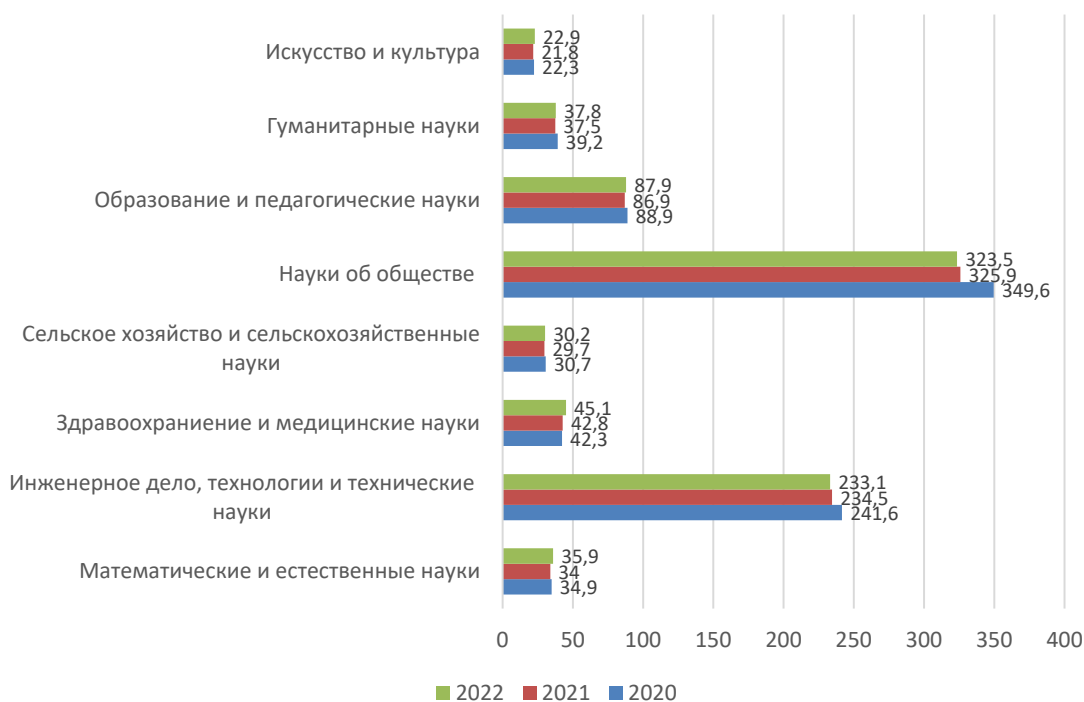


Рис. 3. Динамика структуры выпуска бакалавров, специалистов, магистров в разрезе областей образования за 2020–2022 гг. (в тыс. чел.) (составлен по основе данных [Образование в цифрах, 2023])

Fig. 3. Dynamics of the structure of graduation of bachelors, specialists, masters by area of education for 2020–2022. (in thousand people) (compiled based on data from [Education in Figures, 2023])

Так, анализ динамики структуры выпуска бакалавров, специалистов, магистров в разрезе областей образования позволяет сделать вывод о востребованности обучающимися направлений и специальностей двух областей образования: науки об обществе и инженерное дело, технологии и технические науки. Показатель численности выпускников по направлениям и специальностям области образования «Инженерное дело, технологии и технические науки» в 2022 году составил 233,1 тыс. человек, по укрупнённой группе специальностей и направлений подготовки 38.00.00 Экономика и управление составил 159,9 тыс. человек, а по 40.00.00 Юриспруденции – 89,2 тыс. человек. По направлениям «Экономика», «Менеджмент», «Юриспруденция» наблюдается избыточное предложение на рынке труда, при этом данные направления у абитуриентов остаются востребованными. Однако приоритетные направления остаются незакрытыми («Здравоохранение и медицинские науки», «Информационная безопасность», «Инженерное дело» и пр.), что порождает высокий спрос на рынке труда данных специалистов.

События последних лет, преимущественно связанные с пандемией коронавируса, привели к масштабному развитию рынка образовательных продуктов и услуг в Российской Федерации. Риски и угрозы снижения качества образования породили возможность тотальной цифровизации образовательного процесса. Цифровая трансформация всех процессов деятельности университета рассматривается как основная маркетинговая



стратегия развития образовательных организаций высшей школы и требует проработки вопросов реализации качественного образования.

Основными трендами в образовании стали развитие и интеграция образовательных технологий, мультимодальная педагогика, обучение через вызов и пр. (рис. 4).



Рис. 4. Тренды высшего образования 2024  
Fig. 4. Higher education trends 2024

Внедрение междисциплинарного подхода в обучении позволяет изучать предмет с разных сторон, автоматизация образовательного процесса отчасти облегчает труд преподавателя высшей школы, а также меняет его роль. Если раньше он был носителем знаний, сегодня он наставник, который создает и курирует образовательный процесс, вовлекая в обучение и поддерживая мотивацию обучающихся.

Основываясь на проведенном обзоре, можно отметить, что новые подходы и тренды в образовании позволяют усилить командную работу над реализацией научно-исследовательских или прикладных проектов и иметь возможность постоянно оценивать результат обучения. Подчеркнем, что использование технологий виртуальной и дополненной реальности позволяет по-новому посмотреть на образовательный процесс, расширить границы восприятия, сделать обучение увлекательным, размыть границы теории и практики. Характеристиками обучения в университете становятся открытость, доступность, интерактивность, междисциплинарность, активная проектная работа, непрерывность обучения на протяжении всей жизни.

Прогноз кадровой потребности отраслей экономики Российской Федерации позволяет сделать вывод о развитии прорывных решений в области искусственного интеллекта. Поэтому рассмотренные тренды в образовании могут оказать существенное влияние на конъюнктуру образовательного рынка, а именно на устойчивость и пропорциональность развития, присутствие структурных деформаций.

### Заключение

В целом анализ результатов конъюнктуры рынка образовательных товаров и услуг Российской Федерации позволяет выявить действующие тенденции его несбалансированного развития и структурной деформации. Объем российского рынка онлайн-образования значительно увеличился, его рост в 2023 году составил 38%. Двигателем значительного роста является сегмент обучающиеся-взрослые в онлайн-формате. Результаты, полученные на основе проведенного контент-анализа научных статей по проблеме исследования, позволяют сделать вывод о том, что высшее образование должно стать более персонализированным и адаптивным, а развитие искусственного интеллекта должно быть ориентировано на формирование индивидуальной траектории обучения, позволяющей удовлетворить требования и ожидания потребителей разных целевых аудиторий.

Основываясь на результатах проведенного анализа образовательного рынка, отметим, что основным фактором конкурентоспособности университета является эффективная маркетинговая стратегия, разработанная на основе полученных результатов анализа образовательного рынка.

### Список источников

- Атлас новых профессий – URL: [https://atlas100.ru/upload/pdf\\_files/atlas.pdf](https://atlas100.ru/upload/pdf_files/atlas.pdf) (дата обращения: 18.01.2024)
- Грамотность населения – URL: [https://countrymeters.info/ru/Russian\\_Federation#literacy](https://countrymeters.info/ru/Russian_Federation#literacy) (дата обращения: 18.01.2024)
- Исследование российского рынка онлайн-образования и образовательных технологий: Edumarket, 2017–2021 – URL: [https://www.dropbox.com/s/sbug8en7faoooaw/edumarket\\_RUS.pdf?dl=0](https://www.dropbox.com/s/sbug8en7faoooaw/edumarket_RUS.pdf?dl=0) (дата обращения: 18.01.2024)
- О запуске пилотного проекта по изменению уровней профессионального образования – URL: [https://www.minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/67889/?sphrase\\_id=8048171](https://www.minobrnauki.gov.ru/press-center/news/novosti-ministerstva/67889/?sphrase_id=8048171) (дата обращения: 18.01.2024)
- Образование в цифрах: 2023: краткий статистический сборник / Т.А. Варламова, Л.М. Гохберг, О.К. Озерова и др.; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – URL: <https://www.hse.ru/primarydata/ovz2023> (дата обращения: 18.01.2024)



РБК Тренды, по данным Smart Ranking: 2019–2022 – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/education> (дата обращения: 18.01.2024)

### Список литературы

- Авдонькина В.В. 2018. Анализ и оценка состояния регионального рынка образовательных услуг. Вестник Нижегородского института управления, 2(48): 35–39.
- Бавыкина Е.Н., Фомина С.А., Корецкая Т.В. 2021. Маркетинговые исследования на рынке образовательных услуг как основа стратегии устойчивого развития вуза. Экономика устойчивого развития, 3(47): 20–24.
- Бондаренко Ю.Н. 2023. Современные тенденции развития цифровой трансформации образования. Вестник Российского нового университета. Серия: Сложные системы: модели, анализ и управление, 2: 99–104.
- Егорова Д.А., Шпильман Н.И. 2022. Цифровая трансформация российского бизнеса с использованием искусственного интеллекта в образовательной сфере. Экономика, предпринимательство и право, 12: 3283–3298.
- Жукова Е.Е., Козырев М.С., Ильина И.Ю., Мельничук Ю.А. 2020. Анализ целевой аудитории рынка образовательных услуг на примере московских вузов. Перспективы науки и образования, 2(44): 430–442.
- Мигранова Л.И. 2021. Анализ состояния и перспектив развития рынка образовательных услуг региона. Управленческий учет, 12–3: 735–744.
- Пласкова Н.С., Прокофьева Е.В. 2022. Развитие рынка образовательных услуг вузов. Наука, инновации, образование: актуальные вопросы и современные аспекты: монография. – Пенза: Наука и Просвещение: 5–15.
- Порядина О.В. 2016. Анализ современных институциональных преобразований рынка образовательных услуг в сфере высшего образования в РФ. Инновационное развитие Российской экономики: IX Международная научно-практическая конференция, Москва, 25–28 октября 2016 года / Министерство образования и науки Российской Федерации; Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова; Российский гуманитарный научный фонд. Москва: Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова: 78–82.
- Романович М.А., Мохсени Х., Романович Л.Г., Кузнецова И.А. 2021. Актуальные вопросы и анализ рынка образовательных услуг в постпандемийный период, Экономика. Информатика, 48 (4): 717–725
- Суетин А.Н., Шурус А.А. 2020. Повышение конкурентоспособности вуза: глобальные тенденции и современное состояние мирового рынка образовательных услуг. Фундаментальные исследования, 6: 143–149.
- Тарасова Е.Е., Теплова Л.В., Ефимова Н.А. 2019. К вопросу о разработке, реализации и оценке маркетинговой стратегии вуза для обеспечения конкурентоспособности. Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права, 2(75): 298–312.

### References

- Avdon'kina V.V. 2018. Analiz i ocenka sostoyaniya regional'nogo rynka obrazovatel'nyh uslug [Analysis and Assessment of the State of the Regional Educational Services Market]. Vestnik Nizhegorodskogo instituta upravleniya, 2(48): 35–39.
- Bavykina E.N., Fomina S.A., Koreckaya T.V. 2021. Marketingovye issledovaniya na rynke obrazovatel'nyh uslug kak osnova strategii ustojchivogo razvitiya vuza [Marketing Research in the Educational Services Market as the Basis of the University's Sustainable Development Strategy]. Ekonomika ustojchivogo razvitiya, 3(47): 20–24.
- Bondarenko YU.N. 2023. Sovremennye tendencii razvitiya cifrovoj transformacii obrazovaniya [Current Trends in the Development of Digital Transformation of Education]. Vestnik Rossijskogo novogo universiteta. Seriya: Slozhnye sistemy: modeli, analiz i upravlenie, 2: 99–104.
- Egorova D.A., N. I. V. SHpil'man. 2022. Cifrovaya transformaciya rossijskogo biznesa s ispol'zovaniem iskusstvennogo intellekta v obrazovatel'noj sfere [Digital Transformation of Russian Business Using Artificial Intelligence in the Educational Field]. Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo, 12: 3283–3298.

- ZHukova E.E., Kozyrev M.S., Il'ina I.YU., Mel'nichuk YU.A. 2020. Analiz celevoy auditorii rynka obrazovatel'nyh uslug na primere moskovskih vuzov [Analysis of the Target Audience of the Educational Services Market on the Example of Moscow Universities]. *Perspektivy nauki i obrazovaniya*, 2(44): 430–442.
- Migranova L.I. 2021. Analiz sostoyaniya i perspektiv razvitiya rynka obrazovatel'nyh uslug regiona [Analysis of the State and Prospects of Development of the Educational Services Market in the Region]. *Upravlencheskiy uchet*, 12–3: 735–744.
- Plaskova N.S., Prokof'eva E.V. 2022. Razvitie rynka obrazovatel'nyh uslug vuzov [Development of the Market of Higher Education Institutions Educational Services] // *Nauka, innovacii, obrazovanie: aktual'nye voprosy i sovremennye aspekty: monografiya*. – Penza: Nauka i Prosveshchenie: 5–15.
- Poryadina O.V. 2016. Analiz sovremennyh institucional'nyh preobrazovaniy rynka obrazovatel'nyh uslug v sfere vysshego obrazovaniya v RF [Analysis of Modern Institutional Transformations of the Educational Services Market in the Field of Higher Education in the Russian Federation]. *Innovacionnoe razvitie Rossijskoj ekonomiki: IX Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferenciya, Moskva, 25–28 oktyabrya 2016 goda / Ministerstvo obrazovaniya i nauki Rossijskoj Federacii; Rossijskiy ekonomicheskij universitet imeni G.V. Plekhanova; Rossijskiy gumanitarnyj nauchnyj fond. Moskva: Rossijskiy ekonomicheskij universitet imeni G.V. Plekhanova: 78–82.*
- Romanovich M.A., Mohseni H., Romanovich L.G., Kuznecova I.A. 2021. Aktual'nye voprosy i analiz rynka obrazovatel'nyh uslug v postpandemijnyj period [Current Issues and Analysis of the Educational Services Market in the Post-Pandemic Period]. *Ekonomika. Informatika*, 48 (4): 717–725.
- Suetin A.N., SHulus A.A. 2020. Povyshenie konkurentosposobnosti vuza: global'nye tendencii i sovremennoe sostoyanie mirovogo rynka obrazovatel'nyh uslug [Improving the Competitiveness of the University: Global Trends and the Current State of the Global Educational Services Market]. *Fundamental'nye issledovaniya*, 6: 143–149.
- Tarasova E.E., Teplova L.V., Efimova N.A. 2019. K voprosu o razrabotke, realizacii i ocenke marketingovoj strategii vuza dlya obespecheniya konkurentosposobnosti [On the Issue of Developing, Implementing and Evaluating the University's Marketing Strategy to Ensure Competitiveness]. *Vestnik Belgorodskogo universiteta kooperacii, ekonomiki i prava*, 2(75): 298–312.

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 29.01.2024

Received January 29, 2024

Поступила после рецензирования 12.02.2024

Revised February 12, 2024

Принята к публикации 19.02.2024

Accepted February 19, 2024

## ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

## INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Кучерявенко Светлана Алексеевна**, кандидат экономических наук, доцент, директор Центра менеджмента качества, доцент кафедры управления и экономики фармации, Белгородский государственный национальный исследовательский университет, г. Белгород, Россия

**Svetlana A. Kucheryavenko**, PhD in Economics, Associate Professor; Director of the Center for Quality Management, Associate Professor of the Department of Management and Economics of Pharmacy, Belgorod State National Research University, Belgorod, Russia