

МРНТИ 14.01.75

DOI: <https://doi.org/10.62724/202610305>

Исалиева Сауле Темирбаевна*¹

Магистрант 2 курса, Государственный университет управления, Москва, Россия,
s_isalievaa@bk.ru, ORCID ID: 0000-0003-2336-3173

Окольнишникова Ирина Юрьевна²

Доктор экономических наук, профессор, Государственный университет управления,
Москва, Россия, okolnishnikova.i@mail.ru, ORCID ID: 0000-0002-4958-8189

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО РЫНКА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ КАЗАХСТАНА (на примере филологического факультета КазНУ имени аль-Фараби)

Аннотация. В статье рассматриваются современные тенденции развития рынка образовательных услуг Казахстана, представлены результаты анализа макро- и микросреды филологического факультета КазНУ имени аль-Фараби в условиях цифровой трансформации и интернационализации высшего образования. Авторы обобщили тенденции на рынке, определили целевые сегменты и сложившиеся устойчивые тренды. Для анализа представлены образовательные программы под разные сегменты и целевые аудитории: 11 - бакалавриат, 12 - магистратура, 9 – докторантура. В исследовании применены методы контент-анализа, изучения материалов в открытом доступе, сайтов и других источников.

Изучение микросреды показало, что образовательные программы факультета разработаны под разные сегменты и целевые аудитории, отличаясь от конкурирующих вузов рядом особенностей и преимуществ. На основе сравнительного и SWOT-анализа составлена матрица позиционирования конкретных образовательных, определены конкурентное поле и стратегические направления развития. На уровне макросреды с помощью PEST-анализа выявлены факторы, на основе которых разработаны стратегии развития образовательных программ.

Ключевые слова. Рынок образовательных услуг, цифровая трансформация, маркетинг высоких технологий, образовательная программа, конкурентоспособность университета.

Исалиева Сауле Темирбаевна*¹

2 курс магистранты, Мемлекеттік басқару университеті, Мәскеу, Ресей,
s_isalievaa@bk.ru, ORCID ID: 0000-0003-2336-3173

Окольнишникова Ирина Юрьевна²

Экономика ғылымдарының докторы, профессор, Мемлекеттік басқару университеті,
Мәскеу, Ресей, okolnishnikova.i@mail.ru, ORCID ID: 0000-0002-4958-8189

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ҚАЗІРГІ БІЛІМ БЕРУ ҚЫЗМЕТТЕРІ НАРЫҒЫНЫҢ ДАМУ ҮРДІСТЕРІ (әл-Фараби атындағы ҚазҰУ филология факультеті мысалында)

Аңдатпа. Мақалада Қазақстандағы білім беру қызметтері нарығының дамуындағы заманауи үрдістер қарастырылып, жоғары білім беруді цифрлық трансформациялау

және интернационалдандыру жағдайында әл-Фараби атындағы Қазақ ұлттық университеті филология факультетінің макро- және микросредасына жүргізілген талдау нәтижелері ұсынылған. Авторлар нарықтағы үрдістерді жинақтап, мақсатты сегменттерді және қалыптасқан тұрақты трендтерді айқындады. Талдау үшін әртүрлі сегменттер мен мақсатты аудиторияларға арналған білім беру бағдарламалары ұсынылды: 11 – бакалавриат, 12 – магистратура, 9 – докторантура. Зерттеуде контент-талдау, ашық қолжетімді материалдарды, сайттарды және басқа да дереккөздерді зерделеу әдістері қолданылды. Микросреданы зерттеу факультеттің білім беру бағдарламалары әртүрлі сегменттер мен мақсатты аудиторияларға бағыттылып әзірленгенін, бәсекелес жоғары оқу орындарынан бірқатар ерекшеліктері мен артықшылықтары арқылы айырмашылық жасайтынын көрсетті. Салыстырмалы және SWOT-талдау негізінде нақты білім беру бағдарламаларының позициялау матрицасы жасалып, бәсекелестік алаңы мен дамудың стратегиялық бағыттары анықталды. Макросреда деңгейінде PEST-талдау арқылы білім беру бағдарламаларын дамыту стратегияларын әзірлеуге негіз болған факторлар айқындалды.

Кілт сөздер. Білім беру қазметтері нарығы, цифрлық трансформация б жоғары технологиялар маркетингі, білім беру бағдарламасы, университеттің бәсекеге қабілеттілігі.

Issaliyeva Saule Temirbaevna^{*1}

2nd year Master Student, State University of Management, Moscow, Russia,
s_isaliyeva@bk.ru, ORCID ID: 0000-0003-2336-3173

Okolnishnikova Irina Yurievna²

Doctor of Economics, Professor, State University of Management, Moscow, Russia,
okolnishnikova.i@mail.ru, ORCID ID: 0000-0002-4958-8189

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF THE MODERN EDUCATIONAL SERVICES MARKET IN KAZAKHSTAN

(A Case Study of the Faculty Of Philology at al-Farabi Kazakh National University)

Abstract. The article examines contemporary trends in the development of the educational services market in Kazakhstan and presents the results of an analysis of the macro- and microenvironment of the Faculty of Philology at al-Farabi Kazakh National University in the context of digital transformation and the internationalization of higher education. The authors summarized market trends, identified target segments, and determined established sustainable tendencies. Educational programs for different segments and target audiences were presented for analysis: 11 for bachelor's degree programs, 12 for master's degree programs, and 9 for doctoral programs. The study employed methods of content analysis, review of publicly available materials, websites, and other sources. The analysis of the micro-environment showed that the faculty's educational programs are designed for different segments and target audiences, distinguishing themselves from competing universities through a number of specific features and advantages. Based on comparative and SWOT analysis, a positioning matrix of specific educational programs was developed, and the competitive landscape and strategic directions for development were identified. At the macro-environment level, PEST analysis was used to identify key factors that served as the basis for developing strategies for the advancement of educational programs.

Key words. Educational services market, digital transformation, high-tech marketing, educational program, university competitiveness.

Введение. В последние годы на рынке высшего образования Казахстана наблюдается устойчивое увеличение численности студентов, дополнительным фактором спроса выступает интернационализация, благодаря которой увеличивается количество иностранных студентов. Кроме того, целевые сегменты расширяются за счет применения дистанционных технологий для работающих взрослых и возможности получения второго высшего и дополнительного образования [1]. Так, в начале 2024-2025 учебного года контингент обучающихся составлял 624,5 тыс., в 2025-2026 учебном году – уже 678,1 тыс., рост составил 8,6%, в том числе прирост на первом курсе составил с 183,6 тыс. до 208,9 тыс. соответственно (13,8%) [2, 3]. По данным из МНВО РК в 2025 году в вузах Казахстана обучалось более 35 тыс. иностранных студентов из 88 стран [4, 5].

Искусственный интеллект уже давно внедряется в высшее образование и в настоящее время является ключевым компонентом цифровой трансформации. Последние исследования показывают состоятельность искусственного интеллекта в вопросах совершенствования системы маркетинга, повышения эффективности анализа данных и принятия решения, взаимодействия с целевыми аудиториями [6].

В условиях глобальной конкуренции вузы внедряют инновационные маркетинговые методы для привлечения и удержания абитуриентов, усиления своих позиций на рынке образовательных услуг [7]. Поэтому сочетание цифровых технологий и маркетинга может стать ключом к повышению конкурентоспособности образовательных программ в свете теории цифрового образовательного маркетинга [8], теории маркетинга высшего образования [9], модели цифровой трансформации университета [10].

В Казахстане существует Единая платформа высшего образования (ЕПВО), в цифровой базе которой аккумулируются сведения обо всех вузах, образовательных программах, профессорско-преподавательском составе, контингенте обучающихся и ключевых показателях [11]. Одной из функций платформы является генерация дипломов и подтверждение их подлинности, что обеспечивает прозрачность и доверие к институту высшего образования [12].

Высокую ценность для маркетинга приобретают наличие реестра образовательных программ, качество официального представления образовательных программ, удобство цифрового доступа к информации, личные кабинеты пользователей и др. [13].

Еще одна тенденция касается аккредитации образовательных программ, требования к которой определяются Правилами признания аккредитационных органов в сфере высшего и послевузовского образования [14]. Базовыми формами являются:

1. Институциональная аккредитация, направленная на оценку организации образования в целом, системы управления вузом, кадрового потенциала, инфраструктуры, системы внутреннего обеспечения качества, финансовой устойчивости и стратегии развития. Используется для подтверждения способности вуза реализовывать образовательные программы.

2. Программная аккредитация по стандартам NAAR/IQAA оценивает конкретную образовательную программу, ее цели и результаты обучения, учебный план, кадровое обеспечение, практическую подготовку, соответствие требованиям рынка труда. Является ключевой формой оценки для исследования, т.к. объектом исследования является образовательная программа «Русский язык и литература».

Аккредитацию могут проводить как национальные, так и зарубежные аккредитационные агентства, независимые от вузов и органов управления образованием,

не осуществляющие образовательную деятельность и не имеющие конфликта интересов. Аккредитационные органы имеют утвержденные стандарты, прозрачные процедуры внешней оценки, национальных и зарубежных экспертов, внутреннюю систему обеспечения качества, механизмы апелляции, опубликованные отчеты и решения.

Концепция развития высшего образования и науки Республики Казахстан на 2023-2029 годы задает устойчивый тренд на усиление измеримости результатов и показателей, повышение прозрачности образовательных программ, развитие современных образовательных технологий и сервисов [15]. В рамках образования и науки это означает качество, конкурентоспособность, развитие системы и управление показателями.

В последние годы во всем мире наблюдается бум цифровизации и цифровой трансформации, в образовании в том числе, и в частности, в Казахском национальном университете имени аль-Фараби [16]. Одной из основных тенденций является переход рынка образовательных услуг к «цифровым витринам» и проверяемости данных. На макроуровне активно развиваются цифровые платформы, вузы интегрируются в интернет-пространство, конкурируя в цифровых каналах и коммуникациях. Абитуриенты сравнивают образовательные программы по структуре, результатам обучения, условиям, траекториям и сервисам образовательной среды [17]. Например, в 2020 году стоимость обучения по программам бакалавриата в среднем составляла 1 245 000 тенге, то в 2025 году - 1 312 500 тенге, прирост составил от 100 000 тенге для казахстанских абитуриентов до 1 200 000 тенге для иностранных граждан (таблица 1) [18].

Таблица 1 - Стоимость обучения в КазНУ имени аль-Фараби (бакалавриат)

№	Факультеты	2020-2021 учебный год	2024-2025 учебный год	2025-2026 учебный год
1.	После школы	От 1,0 млн до 1,6 млн тенге	От 1,0 млн до 1,6 млн тенге	От 1,1 млн до 1,7 млн тенге
2.	После колледжа	От 620 тыс до 750 тыс тенге	От 620 тыс до 750 тыс тенге	От 500 тыс до 800 тыс тенге
3.	Второе высшее	От 890 тыс до 1,7 млн тенге	От 890 тыс до 1,7 млн тенге	От 1,0 млн до 1,2 млн тенге
4.	Для иностранных граждан	1 700 000 тенге	От 1,5 млн до 2,7 млн тенге	От 1,5 млн до 2,7 млн тенге
	Средняя стоимость	1 245 000 тенге	1 345 000 тенге	1 312 500 тенге

Материалы и методы исследований. В целом на филологическом факультете Казахского национального университета имени аль-Фараби представлены образовательные программы под разные сегменты и целевые аудитории: 11 - бакалавриат, 12 - магистратура, 9 – докторантура. На факультете функционируют кафедры иностранного языка, иностранной филологии и переводческого дела, казахской литературы, казахского языкознания, русской филологии и мировой литературы, тюркологии и теории языка [19]. Таким образом, на факультете формируется тенденция портфельной стратегии развития образовательных программ как по отдельным направлениям, так и смежным областям.

В исследовании применены методы контент-анализа, изучения материалов в открытом доступе, сайтов и других источников.

Результаты и их обсуждение. На микроуровне по образовательной программе «Русский язык и литература» [20] обучение осуществляется на бакалавриате, в

магистратуре и докторантуре. Конкурентами КазНУ являются пять вузов, в которых также представлена эта образовательная программа (таблица 2).

Таблица 2 - Конкурирующие образовательные программы по русскому языку и литературе

№	Вуз	Специальность	Описание
1.	Казахский национальный университет имени аль-Фараби [20]	7В01703 – Русский язык и литература	Упор на педагогические компетенции (планирование и проведение уроков, инклюзия, нормативно-правовое обеспечение в образовании)
2.	Северо-Казахстанский университет имени М.Козыбаева [21]	6В01702 – Русский язык и литература	В паспорте ОП представлен сравнительный анализ результаты обучения, в рамках направления подготовки, группы ОП
3	Южно-Казахстанский университет имени М.Ауэзова [22]	6В01702 – Русский язык и литература в школах с русским и нерусским языками обучения (IP)	Сегментация под рынок школ разных типов, имеется блок «аккредитация / практика / мобильность»
4	Университет «Мирас» [23]	6В01722 – Русский язык и литература	Упор на практико-ориентированность, элементы дуального обучения, возможность применения дистанционных технологий
5	Павлодарский педагогический университет [24]	6В01702 – Русский язык и литература	Подготовка педагогов, указаны результаты обучения, рейтинги как элемент репутационного маркетинга
6	Казахский национальный педагогический университет имени Абая [25]	6В01702 – Русский язык и литература в школах с нерусским языком обучения	Фокус на нерусские школы

Образовательная программа КазНУ имеет следующие преимущества:

1. Четко определенная ценность ОП через результаты обучения и педагогическую составляющую (методика планирования и проведения урока, инклюзивный подход и др.).

2. Наличие профильной кафедры русской филологии и мировой литературы и Центра «Русский язык и культура» являются доказательством институциональной компетентности и обеспечивают доверие целевой аудитории.

Конкурентные преимущества других вузов:

- сегментация под конкретный тип школ (ЮКУ имени М.Ауэзова и КазНПУ имени Абая выделяют русские/нерусские школы как целевой сегмент);

- дистанционный и онлайн формат как УТП (университет «Мирас»);

- внешнее признание и рейтинги (Павлодарский педагогический университет использует это как репутационный маркер).

Более подробно сравнительный анализ конкурентной среды приведен в таблице 3 в виде матрицы позиционирования образовательной программы.

Таблица 3 - Матрица позиционирования ОП «Русский язык и литература»

Высокая упаковка + высокая сегментация	Высокая упаковка + умеренная сегментация
1. ЮКУ имени М.Ауэзова: - структурированность ОП, отдельные блоки (аккредитация, практика, мобильность) - сегментация «русский/нерусские школы»	1. КазНУ: - сильная «упаковка» (РО, педсценарии); - сегментация выражена в названиях, в профильной кафедре и Центре 2. СКУ имени М.Козыбаева: - сравнимость и структурность ОП;
2. Университет «Мирас»: - сильная сервисная часть (онлайн/ДОТ, дуальность, практико-ориентированность); - наличие документов в PDF	- невыраженная сегментированность формата обучения
Умеренная упаковка + высокая сегментация	Умеренная упаковка + умеренная сегментация
1. КазНПУ имени Абая: - четкая сегментация (русские/нерусские школы), наличие учебного плана; - для абитуриентов нет отдельной страницы	1. Павлодарский педагогический университет: - имеется описание и документы, упоминаются рейтинги в качестве репутационного аргумента; - сегментация менее выражена как УТП

Таким образом конкурентное поле образовательной программы «Русский язык и литература» основывается на сегментации, различных форматах обучения, наличии паспорта ОП, блоков практики и мобильности, а также профильной инфраструктуры (кафедры, центры и т.д.).

Анализ деятельности показал, что Казахский национальный университет имени аль-Фараби (КазНУ) является ведущим многопрофильным университетом, имеет особый статус в системе высшего образования Казахстана.

Университет осуществляет образовательную, научно-исследовательскую и инновационную деятельность, реализуя программы бакалавриата, магистратуры, докторантуры по более чем 200 направлениям подготовки (таблица 4).

Таблица 4 - Количество образовательных программ КазНУ

№	Факультеты	Образовательные программы		
		Бакалавриат	Магистратура	Докторантура
1.	Механико-математический	8	10	7
2.	Физико-технический	16	28	15
3.	Химии и химической технологии	8	14	8
4.	Биологии и биотехнологии	13	18	11
5.	Географии и природопользования	12	14	14
6.	Журналистики	10	14	3
7.	Истории	9	9	4

8.	Филологический	8	17	11
9.	Международных отношений	5	6	4
10.	Востоковедения	4	4	3
11.	Философии и политологии	8	17	13
12.	Высшая школа экономики и бизнеса	8	16	9
13.	Юридический	5	7	1
14.	Медицины и здравоохранения	7	14	5
15.	Информационных технологий	9	12	11
16.	Farabi International Business School	-	2	-
	Всего	120	202	119

Университет позиционируется как исследовательский, ориентированный на подготовку конкурентоспособных специалистов как для казахстанского рынка труда, так и для работы за рубежом. Активно участвует в процессах интернационализации, интегрируется в международное образовательное и научное сообщество, программам академической мобильности, привлекает иностранных обучающихся и профессорско-преподавательский состав.

С точки зрения рынка образовательных услуг КазНУ выступает крупным институциональным игроком, обладающим развитой инфраструктурой, устойчивым брендом, обширным портфелем образовательных программ, значительным научным и кадровым потенциалом.

Миссия университета заключается в формировании интеллектуальной элиты страны, развитии науки и инноваций, а также в интеграции казахстанского образования в глобальное академическое пространство.

Ключевые стратегические ориентиры университета включают:

- повышение качества образовательных программ;
- развитие исследовательской и инновационной экосистемы;
- цифровую трансформацию управления и образовательного процесса;
- интернационализацию образования;
- устойчивое развитие и социальную ответственность.

В условиях конкурентного рынка образовательных услуг КазНУ позиционируется как университет полного цикла, предоставляющий не только образовательный продукт, но и комплекс сопутствующих сервисов: научные лаборатории, центры компетенций, цифровые платформы, кампусную инфраструктуру.

Образовательная деятельность является базовым компонентом производственно-хозяйственной деятельности КазНУ и формирует основной объем его доходов и репутационного капитала.

Университет:

- реализует образовательные программы по гуманитарным, социальным, естественно-научным и техническим направлениям;
- осуществляет подготовку кадров по государственному образовательному заказу и на платной основе;
- развивает цифровые форматы обучения и элементы онлайн-образования;
- активно использует государственные цифровые платформы (включая Единую платформу высшего образования).

С позиции маркетинга высоких технологий образовательные программы КазНУ рассматриваются как высокотехнологичный нематериальный продукт, ценность которого формируется за счет качества содержания, цифровых сервисов сопровождения

обучающихся, прозрачности результатов обучения, признания диплома и аккредитации программ.

Вторым стратегическим направлением производственно-хозяйственной деятельности является научно-исследовательская деятельность, которая является источником бюджетного и грантового финансирования, международного признания и коммерциализации научных результатов.

В университете функционируют научно-исследовательские институты и лаборатории, диссертационные советы, центры трансфера технологий и инноваций.

КазНУ участвует в государственных научных программах, международных грантах и проектах, а также развивает прикладные исследования, ориентированные на потребности экономики и общества.

С точки зрения маркетинга высоких технологий научно-исследовательская деятельность:

- усиливает бренд университета,
- повышает ценность образовательных программ,
- формирует доверие со стороны абитуриентов, партнеров и работодателей.

Кроме того, КазНУ обладает высоким маркетинговым потенциалом, который основывается на статусе национального университета, развитой цифровой инфраструктуре и широком образовательном портфеле. Наличие профильных кафедр и научно-образовательных центров укрепляет академический профиль факультетов и обеспечивает высокий образовательный уровень.

Сильными сторонами университета является цифровизация с возможностью усиления цифрового сопровождения обучения. Очень высокий брендовый потенциал дает широкие возможности для интенсификации продвижения образовательных программ через контент-маркетинг, истории успеха и другие цифровые коммуникации.

Кроме того, репутация лучшего вуза страны, высокие позиции в рейтингах QS, лидерство в национальных рейтингах формируют устойчивый потенциал для расширения устойчивого развития и внешних связей. А интеграция в государственные цифровые системы, такие как реестры образовательных программ, Единая платформа высшего образования, усиливают прозрачность и управляемость.

Основательная академическая база является неоспоримым преимуществом для развития конкретной образовательной программы филологического факультета «Русский язык и литература», которая функционирует на кафедре русской филологии и мировой литературы (таблица 5).

Таблица 5 - SWOT-анализ ОП «Русский язык и литература»

Сильные стороны	Слабые стороны
1. Наличие профильной кафедры и научно-педагогической школы по русистике. 2. Практико-ориентированные результаты обучения с педагогической направленностью. 3. Возможность продолжения обучения по смежным образовательным программам. 4. Престиж диплома КазНУ.	1. Ограниченная видимость УТП. 2. Зависимость от госзаказа и средней школы как основного работодателя. 3. Недостаточная коммерциализация компетенций выпускников.
Возможности	Угрозы
1. Рост потребности в преподавателях русского языка в многоязычной и поликультурной среде.	1. Сокращение интереса абитуриентов к классическим гуманитарным образовательным программам.

<p>2. Развитие направлений: русский язык как иностранный, академическое письмо, медиатексты, цифровая лингвистика. 3. Расширение ОП за счет цифровых методик преподавания, онлайн-курс и программ повышения квалификации и т.д. 4. Использование бренда КазНУ для продвижения ОП на международном образовательном рынке.</p>	<p>2. Конкуренция со стороны ОП дистанционного формата или узкой сегментации. 3. Снижение привлекательности ОП без усиления цифровой составляющей и междисциплинарности.</p>
--	---

Основные положения SWOT-анализа сводятся к следующему:

- наличие профильной кафедры и научно-педагогической школы по русистике, четкие результаты обучения повышают прикладную значимость программы;
- возможность продолжения обучения по смежным программам, престиж получаемого диплома формируют устойчивую образовательную траекторию.

Изучение влияния макросреды показало, что государственное регулирование высшего образования, наличие государственных общеобязательных образовательных стандартов, реестров ОП и процедур национальной и международной аккредитации, в полной мере способствуют реализации государственной политики в области образования. Смешанная модель финансирования, гранты и платная форма обучения способствуют росту конкуренции вузов, а запросы общества на качественное образование и индивидуальные образовательные траектории способствуют удовлетворению ожиданий поколения Z в части гибкости, цифровых форматов и практической направленности получаемых компетенций. Подробный анализ приведен в таблице 6.

Таблица 6 - PEST-анализ ОП «Русский язык и литература»

Политические факторы	Экономические факторы
<p>1. Стабильный госзаказ на подготовку педкадров. 2. Требования к соответствию результатов обучения профстандарту «Педагог». 3. Нормативное закрепление полиязычного образования.</p>	<p>1. Ограниченная платежеспособность целевой аудитории (будущих педагогов). 2. Расширение платного формата за счет платных курсов, программ дополнительного образования, онлайн-курсов по русскому языку.</p>
Социально-культурные факторы	Технологические факторы
<p>1. Сохранение социальной значимости русского языка как языка межкультурного общения. 2. Запрос на учителей с полиязычными и инклюзивными компетенциями. 3. Необходимость обновления имиджа профессии учителя русского языка.</p>	<p>1. Возможность внедрения цифровых лингвистических инструментов, методик онлайн-преподавания, мультимедийных и интерактивных форм обучения. 2. Рост конкуренции со стороны онлайн-образования и бездипломного обучения.</p>

Таким образом, образовательная программа «Русский язык и литература» обладает устойчивый маркетинговым потенциалом, который может быть усилен за счет:

- дифференциации продукта, его цифровых и прикладных модулей);
- усиления сервисов онлайн-обучения;
- целевой коммуникации;

- работы со стейкхолдерами (школами, языковыми центрами, EdTech-платформами и др.).

В таблице 7 рассматриваются различные стратегии развития образовательной программы «Русский язык и литература» с учетом сильных и слабых сторон как КазНУ и филологического факультета, так и самой образовательной программы.

Таблица 7 - Стратегия развития ОП «Русский язык и литература»

Стратегия	Действия	Ожидаемые результаты
Strengths + Opportunities (Сильные стороны + Возможности)	Использование бренда и инфраструктуры КазНУ	Развитие цифровых возможностей и международного сотрудничества ОП (РКИ, онлайн-курсы, дополнительное образование)
Weaknesses + Opportunities (Слабые стороны + возможности)	Усиление продуктовой упаковки, цифровых форматов и прикладных компетенций	Компенсация ограниченности рыночной видимости ОП
Strengths + Threats (Сильные стороны + Угрозы)	Использование статуса КазНУ, поддерживать качество подготовки	Демонстрация практической и социальной значимости ОП
Weaknesses + Threats (Слабые стороны + угрозы)	Обновление содержания, внедрение EdTech-элементов, расширение целевых сегментов	Минимизация рисков сокращения спроса на ОП

Однако, несмотря на сильную институциональную базу, для сохранения и усиления конкурентоспособности, необходимо активнее использовать возможности макросреды и компенсировать возможности цифровизации и сегментации, усиливая прикладную составляющую в условиях трансформации рынка образовательных услуг.

На основании вышеизложенного целесообразно использовать возможности маркетинга высоких технологий на всех уровнях – институциональном, факультетском и программном.

Так, в КазНУ в качестве **стратегического направления** предлагается:

1. Формировать единую цифровую маркетинговую экосистему, в которую входят:

- интеграция сайта университета, личные кабинеты абитуриентов и студентов;
- аналитика поведения посетителей сайта (просмотры, воронка поступления);
- внедрение CRM-подхода в работе с абитуриентами.

Big data, визуальная аналитика, персонализированные коммуникации способствуют росту конверсии «интерес – подача документов», а также повышению управляемости маркетинговых процессов.

2. Перейти от информационного к продуктовому маркетингу образовательных программ:

- представление каждой ОП как отдельного цифрового продукта;
- стандартизация паспортов ОП (ценность, результаты обучения, компетенции выпускника и др.);
- формирование продуктовых линеек (естественно-научные, гуманитарные, педагогические, исследовательские и т.д.).

Подобный подход позволит повысить прозрачность выбора для абитуриентов и усилит конкурентоспособность КазНУ на национальном рынке труда.

3. Для усиления бренда КазНУ и роста доверия со стороны абитуриентов использовать как ресурс репутацию и научный капитал университета:

- системное продвижение научных школ, центров и исследовательских лабораторий;

- визуализация академических достижений в цифровых каналах;
- использование ППС в качестве экспертов в коммуникациях.

На уровне филологического факультета в маркетинговой системе вуза следует:

1. Формировать продуктовый кластер, который продвигает гуманитарные образовательные программы с четкой сегментацией и направленностью на целевую аудиторию.

2. Создать цифровой портфель образовательных программ:

- с единой цифровой страницей факультета как продуктовой линейки;
- с функцией сравнения внутрифакультетовских ОП, например, филология, русистика, РКИ и др.;

- с визуализацией траекторий обучения и карьерных возможностей.

Проектирование цифровых продуктов на принципах UX/UI-дизайна обеспечивает доступность информации, удобство навигации и положительный пользовательский опыт, что способствует осознанному выбору и снижению оттока абитуриентов.

3. Внедрять контент-маркетинг с помощью цифровых медиа, видеоресурсов, образовательных платформ с целью обновления образа филолога и роста привлекательности гуманитарных ОП:

- экспертный контент ППС факультета;
- кейсы обучающихся и выпускников;
- демонстрация прикладной ценности гуманитарного образования.

4. Развивать междисциплинарные и цифровые направления для усиления рыночной ценности ОП, адаптации к запросам поколения Z:

- совместные модули с ИТ, педагогикой, медиа;
- цифровые методики преподавания языков;
- участие факультета в Ed-Tech-инициативах.

На уровне **образовательной программы «Русский язык и литература»** с целью обеспечения дифференциации, персонализации и масштабируемости образовательного продукта предлагается:

1. Формирование УТП образовательной программы как высокотехнологичного педагогического продукта, позволит:

- повысить конкурентоспособность по сравнению с программами классической филологии;

- четко идентифицировать целевую аудиторию.

2. Внедрение цифровых образовательных модулей:

- цифровые технологии преподавания русского языка;
- РКИ и онлайн-методики;
- работа с медиатекстами и цифровыми платформами.

Использование LMS, онлайн-курсов, интерактивных симуляций уроков способствует росту прикладной ценности диплома и расширению сфер трудоустройства выпускников.

3. Использование data-driven маркетинга для повышения эффективности набора обучающихся, а также адаптивного развития ОП:

- анализ интереса абитуриентов к дисциплинам;

- мониторинг воронки поступления;
- корректировка коммуникаций и содержания ОП.

4. Развитие сервисной модели обучения для повышения удовлетворенности студентов и удержания контингента:

- цифровое сопровождение студента;
- прозрачная траектория «поступление – практика – выпуск»;
- поддержка академической и профессиональной идентичности.

Заключение. Анализ текущего состояния рынка образовательных услуг КазНУ имени аль-Фараби показал, что рост общей численности студентов и приема абитуриентов усиливает конкуренцию между вузами и повышает требования к качеству образовательных программ, цифровым сервисам и прикладной ценности УТП.

Обзор исследований, анализ макро- и микросреды КазНУ позволяет сделать вывод о высоком институциональном маркетинговом потенциале университета.

Внедрение маркетинга высоких технологий в КазНУ имени аль-Фараби целесообразно реализовывать как многоуровневую систему, охватывающую как макро-, мезо- и микроуровни. В частности, на макроуровне фокус на цифровой экосистеме, направленной на рост конверсии и управляемости. Мезоуровень предполагает продуктовый портфель и усиление гуманитарного бренда, а для микроуровня важны инструменты дифференциации, цифровизации и повышения прикладной ценности конкретной образовательной программы, что обеспечивает конкурентоспособность на рынке образовательных услуг.

Предлагаемые меры по развитию образовательной программы «Русский язык и литература» обосновывают целесообразность расширения траектории развития через минор-программы, дудипломные программы, программы второго высшего и дополнительного образования с применением дистанционных технологий. Эти решения повышают привлекательность для абитуриентов, усиливают интернационализацию и создают широкие возможности для трудоустройства выпускников.

По нашему мнению, одной из причин актуальности выбранной темы является нерешенность главного вопроса – по разработке программы совершенствования системы управления маркетингом университета с использованием искусственного интеллекта.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1 Об утверждении требований к организациям образования по предоставлению дистанционного обучения и правил организации учебного процесса по дистанционному обучению и в форме онлайн-обучения по образовательным программам высшего и(или) послевузовского образования [Текст]: приказ МОН РК от 20.03.2015 № 137. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1500010768>

2 Высшее образование в Республике Казахстан (на начало 2024–2025 учебного года) [Текст] // Статистика образования, науки и инноваций. – 25.12.2024. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/stat-edu-science-inno/publications/196856/>

3 Высшее образование в Республике Казахстан (на начало 2025–2026 учебного года) [Текст] // Статистика образования, науки и инноваций. – 25.12.2025. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/stat-edu-science-inno/publications/358722/>

4 Более 35 тыс. иностранных студентов обучаются в казахстанских вузах [Текст] // Turan Times. – 02.12.2025. – URL: <https://turantimes.kz/obschestvo/65313-bolee-35-tys-inostrannyh-studentov-obuchajutsja-v-kazahstanskih-vuzah.html>

5 Бирбаева, А. Kazakhstan takes in more than 35,000 foreign students, strengthening country's educational status [Text] / А. Бирбаева // The Astana Times. – 03.12.2025. – URL:

<https://astanatimes.com/2025/12/kazakhstan-hosts-35000-foreign-students-strengthening-countrys-education-status/>

6 Weege, M. AI in marketing education: capabilities required of marketers today [Text] / M. Weege, T. Zweigle // IU Discussion Papers – Marketing & Kommunikation. – 2025. – No. 2. – April. – 31 p. – DOI: <https://doi.org/10.56250/4049>

7 Trusca, A. Implementation Models of Artificial Intelligence in Higher Education Marketing [Text] / A. Trusca // Journal of Emerging Trends in Marketing and Management. – 2025. – Vol. I. – No. 4. – pp. 29–39. – URL: https://www.etimm.ase.ro/RePEc/aes/jetimm/2025/JETIMM_V04_2025_171.pdf

8 Коледник, Т. Развитие теории цифрового маркетинга [Текст] / Т. Коледник // Наука и инновации. – 2021. – № 1(215). – С. 53–57. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-teorii-tsifrovogo-marketinga/viewer>

9 Захарова, И. В. Маркетинговые инструменты в современном вузе: тенденции исследований [Текст] / И. В. Захарова // Высшее образование в России. – 2018. – № 6. – С. 20–30. – URL: <https://vovr.elpub.ru/jour/article/view/1390/1140>

10 Цяо Ланьцзюй. Модель «Цифрового университета» [Текст] // Образовательные технологии. – 2021. – № 3. – С. 22–32.

11 Цифровая база данных «Единая платформа высшего образования» [Сайт] / МНВО РК. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/sci/documents/details/842305>

12 Информация о мерах по подтверждению подлинности дипломов [Сайт] / МНВО РК. – 05.12.2025. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/sci/press/news/details/1119470>

13 Об утверждении Алгоритма включения и исключения образовательных программ в Реестр образовательных программ высшего и послевузовского образования [Текст] : приказ МОН РК от 04.12.2028 № 665. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36844838#pos

14 Об утверждении требований, предъявляемых к аккредитационному органу в сфере высшего и послевузовского образования, и правил признания аккредитационных органов в сфере высшего и послевузовского образования, в том числе зарубежных [Текст] : приказ МОН РК от 01.11.2016 № 629. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1600014438>

15 Об утверждении Концепции развития высшего образования и науки в Республике Казахстан на 2023–2029 годы [Текст] : постановление Правительства Республики Казахстан от 28.03.2023 № 248. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000248>

16 Farabi University [Сайт]. – URL: <https://farabi.university>

17 5 reasons to choose KazNU named after al-Farabi [Text] // Admissions 2026. – URL: <https://welcome.kaznu.kz/en>

18 Стоимость обучения в КазНУ имени аль-Фараби [Текст]. – URL: <https://univision.kz/univ/50-kazahskiy-natsionalnyy-universitet-imeni-al-farabi/price>

19 Филологический факультет КазНУ имени аль-Фараби [Текст]. – URL: <https://farabi.university/faculty/8?lang=ru>

20 КазНУ имени аль-Фараби. Образовательная программа 6B01703 – Русский язык и литература [Текст]. – URL: <https://farabi.university/programs/1456?lang=ru>

21 Северо-Казахстанский университет имени Манаша Козыбаева [Сайт]. – URL: <https://ku.edu.kz>

22 Южно-Казахстанский университет имени М. Ауэзова [Сайт]. – URL: <https://auezov.edu.kz>

23 Университет Мирас [Сайт]. – URL: <https://miras.edu.kz>

- 24 Павлодарский педагогический университет [Сайт]. – URL: <https://ppu.edu.kz>
25 Казахский национальный педагогический университет имени Абая [Сайт]. – URL: <https://abaiuniversity.edu.kz>

REFERENCES

- 1 Ob utverzhdenii trebovaniy k organizatsiyam obrazovaniya po predostavleniyu distantsionnogo obucheniya i pravil organizatsii uchebnogo processa po distantsionnomu obucheniyu i v forme onlain-obucheniya po obrazovatel'nym programmam vysshego i(ili) poslevuzovskogo obrazovaniya [On Approval of Requirements for Educational Organizations Providing Distance Learning and the Rules for Organizing the Educational Process in Distance Learning and Online Learning for Higher and (or) Postgraduate Education Programs]: prikaz MON RK ot 20.03.2015 No. 137. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1500010768> – (In Rus)
- 2 Vysshee obrazovanie v Respublike Kazakhstan (na nachalo 2024–2025 uchebnogo goda) [Higher Education in the Republic of Kazakhstan (at the Beginning of the 2024–2025 Academic Year)] // Statistika obrazovaniya, nauki i innovatsii. – 25.12.2024. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/stat-edu-science-inno/publications/196856/> – (In Rus)
- 3 Vysshee obrazovanie v Respublike Kazakhstan (na nachalo 2025–2026 uchebnogo goda) [Higher Education in the Republic of Kazakhstan (at the Beginning of the 2025–2026 Academic Year)] // Statistika obrazovaniya, nauki i innovatsii. – 25.12.2025. – URL: <https://stat.gov.kz/ru/industries/social-statistics/stat-edu-science-inno/publications/358722/> – (In Rus)
- 4 Bolee 35 tys. inostrannykh studentov obuchayutsya v kazakhstanskiykh vuzakh [More than 35 Thousand Foreign Students Study at Universities in Kazakhstan] // Turan Times. – 02.12.2025. – URL: <https://turantimes.kz/obschestvo/65313-bolee-35-tys-inostrannykh-studentov-obuchajutsya-v-kazahstanskiykh-vuzakh.html> – (In Rus)
- 5 Birbaeva, A. Kazakhstan takes in more than 35,000 foreign students, strengthening country's educational status [Text] / A. Birbaeva // The Astana Times. – 03.12.2025. – URL: <https://astanatimes.com/2025/12/kazakhstan-hosts-35000-foreign-students-strengthening-countrys-education-status/>
- 6 Weege, M. AI in marketing education: capabilities required of marketers today [Text] / M. Weege, T. Zweigle // IU Discussion Papers – Marketing & Kommunikation. – 2025. – No. 2. – April. – 31 p. – DOI: <https://doi.org/10.56250/4049>
- 7 Trusca, A. Implementation Models of Artificial Intelligence in Higher Education Marketing [Text] / A. Trusca // Journal of Emerging Trends in Marketing and Management. – 2025. – Vol. I. – No. 4. – pp. 29–39. – URL: https://www.etimm.ase.ro/RePEc/aes/jetimm/2025/JETIMM_V04_2025_171.pdf
- 8 Kolednik, T. Razvitie teorii cifrovogo marketinga [Development of the Theory of Digital Marketing] / T. Kolednik // Nauka i innovatsii. – 2021. – No. 1(215). – S. 53–57. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-teorii-tsifrovogo-marketinga/viewer> – (In Rus)
- 9 Zaharova, I. V. Marketingovyie instrumenty v sovremennom vuze: tendentsii issledovaniy [Marketing Tools in the Modern University: Research Trends] / I. V. Zaharova // Vysshee obrazovanie v Rossii. – 2018. – No. 6. – S. 20–30. – URL: <https://vovr.elpub.ru/jour/article/view/1390/1140> – (In Rus)
- 10 Cyao Lan'czyui. Model' «Cifrovogo universiteta» [The Model of the “Digital University”] // Obrazovatel'nye tekhnologii. – 2021. – No. 3. – S. 22–32. – (In Rus)

11 Cifrovaya baza dannyh «Edinaya platforma vysshego obrazovaniya» [Digital Database “Unified Higher Education Platform”] [Website] / MNVO RK. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/sci/documents/details/842305> – (In Rus)

12 Informaciya o merah po podtverzhdeniyu podlinnosti diplomov [Information on Measures to Confirm the Authenticity of Diplomas] [Website] / MNVO RK. – 05.12.2025. – URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/sci/press/news/details/1119470> – (In Rus)

13 Ob utverzhdenii Algoritma vklyucheniya i isklyucheniya obrazovatel'nyh programm v Reestr obrazovatel'nyh programm vysshego i poslevuzovskogo obrazovaniya [On Approval of the Algorithm for Inclusion and Exclusion of Educational Programs in the Register of Higher and Postgraduate Education Programs]: prikaz MON RK ot 04.12.2028 No. 665. – URL: https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36844838#pos – (In Rus)

14 Ob utverzhdenii trebovaniy, pred'yavlyаемых k akkreditacionnomu organu v sfere vysshego i poslevuzovskogo obrazovaniya, i pravil priznaniya akkreditacionnyh organov v sfere vysshego i poslevuzovskogo obrazovaniya, v tom chisle zarubezhnyh [On Approval of the Requirements for Accreditation Bodies in the Field of Higher and Postgraduate Education and the Rules for Recognition of Accreditation Bodies in the Field of Higher and Postgraduate Education, Including Foreign Ones]: prikaz MON RK ot 01.11.2016 No. 629. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/V1600014438> – (In Rus)

15 Ob utverzhdenii Konceptii razvitiya vysshego obrazovaniya i nauki v Respublike Kazakhstan na 2023–2029 gody [On Approval of the Concept for the Development of Higher Education and Science in the Republic of Kazakhstan for 2023–2029]: postanovlenie Pravitel'stva Respubliki Kazakhstan ot 28.03.2023 No. 248. – URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000248> – (In Rus)

16 Farabi University [Website]. – URL: <https://farabi.university>

17 5 reasons to choose KazNU named after al-Farabi [Text] // Admissions 2026. – URL: <https://welcome.kaznu.kz/en>

18 Stoimost' obucheniya v KazNU imeni al'-Farabi [Tuition Fees at Al-Farabi KazNU]. – URL: <https://univision.kz/univ/50-kazahskiy-natsionalnyy-universitet-imeni-al-farabi/price> – (In Rus)

19 Filologicheskii fakul'tet KazNU imeni al'-Farabi [Faculty of Philology of Al-Farabi KazNU]. – URL: <https://farabi.university/faculty/8?lang=ru> – (In Rus)

20 KazNU imeni al'-Farabi. Obrazovatel'naya programma 6V01703 – Russkii yazyk i literatura [Al-Farabi KazNU. Educational Program 6V01703 – Russian Language and Literature]. – URL: <https://farabi.university/programs/1456?lang=ru> – (In Rus)

21 Severo-Kazakhstanskii universitet imeni Manasha Kozybaeva [M. Kozybayev North Kazakhstan University] [Website]. – URL: <https://ku.edu.kz> – (In Rus)

22 Yuzhno-Kazakhstanskii universitet imeni M. Auezova [M. Auezov South Kazakhstan University] [Website]. – URL: <https://auezov.edu.kz> – (In Rus)

23 Universitet Miras [Miras University] [Website]. – URL: <https://miras.edu.kz> – (In Rus)

24 Pavlodarskii pedagogicheskii universitet [Pavlodar Pedagogical University] [Website]. – URL: <https://ppu.edu.kz> – (In Rus)

25 Kazakhskii nacional'nyi pedagogicheskii universitet imeni Abaya [Abai Kazakh National Pedagogical University] [Website]. – URL: <https://abaiuniversity.edu.kz> – (In Rus)