

**Д. И. Бондарчук**

**СРЕДСТВА РЕАЛИЗАЦИИ КОНКУРЕНТНОЙ СТРАТЕГИИ  
ГОСУДАРСТВЕННЫХ И ЧАСТНЫХ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ:  
СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ**

В настоящее время образование представляет собой не только сферу государственной деятельности, но и активно развивающийся рынок, предоставляющий широкий спектр услуг. Образовательные организации сталкиваются с необходимостью внедрения эффективных стратегий для привлечения студентов, преподавателей, инвесторов и партнеров в условиях высокой конкуренции.

Подходы к разработке конкурентной стратегии в государственных и частных учебных заведениях различаются в зависимости от их целей, источников финансирования и организационных структур. К примеру, стратегии государственных учреждений направлены на поддержание стабильного финансирования, соблюдение государственных стандартов и зачисление абитуриентов на основе установленных квот, в то время как частные образовательные организации больше ориентированы на получение прибыли посредством привлечения платежеспособных студентов, создание уникального бренда и активное продвижение своих услуг.

Сравнительный анализ конкурентных стратегий государственных и частных образовательных организаций позволяет выявить сильные и слабые стороны каждой модели. Так, в государственных учреждениях гибкость в принятии решений часто ограничена бюрократическими процедурами и жестким контролем.

Несмотря на высокую конкуренцию, характеризующую рынок образовательных услуг в целом, цели и задачи организаций различаются. К совпадающим целям можно отнести привлечение потенциальных абитуриентов учреждений высшего образования, поэтому и частные, и государственные организации заинтересованы в их подготовке к сдаче экзаменов. Что касается различий, стоит отметить низкую степень заинтересованности государственных организаций в развитии цифровых платформ для оказания услуг, в связи с чем данная часть рынка по-прежнему закреплена за частными организациями.

В завершение отметим, что уровень конкуренции между государственными и частными учреждениями образования будет неуклонно расти. Если ранее их доли рынка были четко разделены, и у каждого типа организации была своя целевая аудитория, то теперь их сферы интересов пересеклись. Активное развитие рыночной экономики и растущие требования клиентов приводят к тому, что оба типа учреждений образования вынуждены быть гибкими и подстраиваться под изменяющиеся условия внешней среды.