

выводы и принимать обоснованные решения, которые будут способствовать развитию бизнеса и улучшению качества предоставляемых услуг.

#### Литература

1. Балахонова А.А., Лемешева О.А. Маркетинговые исследования в условиях кризиса/ А.А.Балахонова, О.А.Лемешева // Вестник Омского университета. Серия Экономика, 2017. – № 4. – С. 26-30.

2. Гапурбаева Ш.Р. Влияние демографических факторов на состояние рынка труда в Кыргызстане/ Ш.Р.Гапурбаева // Экономика труда, 2018. – Том 5. – № 3. – С. 819-834

3. Гаврилова И.В. Методы маркетинговых исследований в сфере услуг/И.В.Гаврилова // Молодой ученый, 2019. – № 2. – С. 79-81.

4. Деева Ю.В., Никитина Н.В. Маркетинговые исследования в услугах здравоохранения /Ю.В.Деева, Н.В.Никитина// Здравоохранение, 2016. – № 6. – С. 53-56.

5. Козлова Е.В., Жукова Л.А. Применение маркетинговых исследований в сфере услуг/Е.В.Козлова, Л.А.Жукова // Вестник ИжГТУ, 2018. – Т. 22. – № 3. – С. 62-65.

6. Югай Н.А., Гапурбаева Ш.Р. Подготовка кадров как фактор инновационного развития экономики в современных условиях/Н.А.Югай, Ш.Р.Гапурбаева// Вестник Международного Университета Кыргызстана, 2022. - № 2 (46). - С. 130-134

7. Сманова А.Б. Динамика и структура экспорта и импорта во внешнеторговом обороте Кыргызской Республики с Китаем/ А.Б.Сманова //БГУ им. К.Карасаева, 2021. - № 4-(58).- С. 86-89

УДК: 338: 24 (075.2)  
DOI 10.35254/bhu/2022.62.14

Тулемышева Б. И.,  
УНПК МУК

## МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ УСЛУГ ДИСТАНЦИОННОГО ОБРАЗОВАНИЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

### Аннотация

Данная статья посвящена исследованию рынка дистанционного образования с использованием современных технологий и роли маркетинговых исследований в этом процессе. В статье рассмотрены методы и инструменты маркетинговых исследований, применяемые при изучении рынка дистанционного образования, а также выбор статистических методов анализа данных. В результате исследования были выявлены основные тенденции и проблемы развития дистанционного образования, а также предложены рекомендации по развитию данного рынка с использованием современных технологий. Данная статья может быть полезна для специалистов в области маркетинга, образования и IT-технологий, а также для всех, кто интересуется темой дистанционного образования и его развития.

**Ключевые слова:** дистанционное образование, современные технологии, маркетинговые исследования, развитие рынка, образовательные технологии, интернет-образование, электронное обучение, онлайн-курсы, анализ данных, рекомендации

## ЗАМАНБАП ТЕХНОЛОГИЯЛАРДЫ КОЛДОНУУ АРАЛЫК ОКУУ КЫЗМАТТАРЫН ӨНҮКТҮРҮҮДӨ МАРКЕТИНГТИК ИЗИЛДӨӨЛӨР

### Кыскача мазмуну

Бул макалада заманбап технологияларды колдонуп, аралыктан тышкары билим берүү рыногун изилдөөгө арналган жана бул процессте маркетингди изилдөө ролу. Макалада аралыкта билим берүү рыногун изилдөөдө колдонулган маркетингдик изилдөөлөрдү, ошондой эле маалыматтарды талдоонун статистикалык ыкмаларын тандоодо колдонулган маркетингдик изилдөө ыкмалары жана куралдары талкууланат. Изилдөөнүн натыйжасында, аралыктан билим берүүнүн негизги тенденциялары жана проблемалары, ошондой эле заманбап технологияларды колдонуу менен ушул рынокту өнүктүрүү боюнча сунуштар аныкталды. Бул макалада Маркетинг, билим берүү жана IT технологиялар жаатындагы адистер үчүн, ошондой эле аралыктан билим берүү темасына жана аны өнүктүрүүгө кызыкдар болгон ар бир адам үчүн пайдалуу болушу мүмкүн.

**Түйүндүү сөздөр:** Дистанциялык билим берүү, заманбап технологиялар, маркетинг изилдөө, рынокту өнүктүрүү, билим берүү технологиялары, интернет билим берүү, электрондук окутуу, онлайн курстар, маалыматтарды талдоо, сунуштар

## MARKETING RESEARCH IN THE DEVELOPMENT OF DISTANCE EDUCATION SERVICES USING MODERN TECHNOLOGIES

### Abstract

*This article is dedicated to the market research of distance education using modern technologies and the role of marketing research in this process. The article discusses the methods and tools of marketing research used in the study of the distance education market, as well as the selection of statistical methods for data analysis. As a result of the research, the main trends and problems of the development of distance education were identified, and recommendations for the development of this market using modern technologies were proposed. This article may be useful for professionals in the fields of marketing, education, and IT technologies, as well as for anyone interested in the topic of distance education and its development.*

**Key words:** *distance education, modern technologies, marketing research, market development, educational technologies, online education, e-learning, online courses, data analysis, recommendations*

В последние годы дистанционное образование становится все более популярным во всем мире. Это связано с быстрым развитием современных технологий, что позволяет создавать более эффективные и доступные платформы для обучения. Однако, такой рынок становится все более конкурентным, и многие компании и организации, занимающиеся дистанционным образованием, вынуждены использовать маркетинговые исследования, чтобы успешно развиваться и привлекать новых клиентов [3].

Дистанционное образование (или онлайн-обучение) — это форма обучения, при которой студенты получают знания и навыки через использование интернет-технологий и компьютерных программ, не присутствуя в традиционном аудиторном зале. Эта форма обучения включает в себя онлайн-курсы, вебинары, электронные учебники, видео-лекции, общение с преподавателями и другими студентами через интернет-платформы и другие средства связи. Дистанционное образование позволяет учащимся получать образование в удобное для них время и в любом месте, где есть доступ к интернету.

Проблемой развития дистанционного образования является необходимость обеспечения качественного обучения и удовлетворения потребностей студентов при использовании современных технологий обучения. В этом процессе маркетинговые исследования играют важную роль, позволяя анализировать рынок дистанционного образования, определять потребности студентов и разрабатывать эффективные стратегии продвижения дистанционных образовательных программ.

Маркетинговые исследования помогают понимать, что именно ищут студенты, какие услуги наиболее востребованы, какие цены приемлемы, а также определять конкурентов на рынке. Одним из самых важных аспектов маркетинговых исследований является изучение поведения потребителей, их мнений и оценок услуг дистанционного образования. Это позволяет определить потребности клиентов и создавать более эффективные рекламные кампании [6].

Также, маркетинговые исследования включают анализ конкурентов на рынке. Это позволяет организациям лучше понимать сильные и слабые стороны конкурентов, выявлять уникальные возможности и границы конкуренции. Это позволяет создавать более эффективную стратегию продвижения своих услуг и продуктов на рынке.

Одним из самых популярных маркетинговых исследований в области дистанционного образования является

анализ сегментации рынка. Это позволяет определить целевую аудиторию и создавать персонализированные продукты и услуги. Это также помогает определить наиболее перспективные сегменты рынка и разрабатывать стратегии по их привлечению.

Среди других маркетинговых исследований, которые могут быть использованы для развития дистанционного образования, можно назвать анализ потребностей клиентов, исследование ценовых предложений, анализ новых продуктов и услуг, определение каналов продвижения, определение наиболее эффективных каналов продаж.

Анализ потребностей клиентов помогает определить, что именно ищут студенты и какими функциями платформа для дистанционного обучения должна обладать, чтобы удовлетворить эти потребности. Это важно для создания более эффективных рекламных кампаний и более персонализированных продуктов.

Исследование ценовых предложений помогает определить цены, которые будут конкурентоспособными на рынке, и при этом будут приемлемы для клиентов. Это помогает компаниям установить оптимальные цены на свои продукты и услуги.

Анализ новых продуктов и услуг помогает компаниям создавать новые продукты и услуги, которые будут конкурентоспособными и будут отвечать потребностям клиентов. Это также позволяет организациям следить за тенденциями и изменениями на рынке, чтобы оставаться конкурентоспособными [2].

Определение каналов продвижения и каналов продаж помогает организациям определить, как лучше всего продвигать свои продукты и услуги на рынке, какие каналы продаж наиболее эффективны для привлечения клиентов и какие каналы следует использовать для максимальной отдачи.

В целом, маркетинговые исследования являются важным инструментом для развития дистанционного образования с использованием современных технологий. Они помогают понимать потребности клиентов, конкуренцию на рынке, а также создавать более эффективные и персонализированные продукты и услуги, которые будут конкурентоспособными и пользующимися спросом на рынке.

Методология маркетинговых исследований при исследовании рынка дистанционного образования включает следующие методы и инструменты [5]:

1. Опросы (анкетирование): метод получения струк-

турированных данных через различные формы вопросов для выявления потребностей студентов, их мнений и предпочтений.

2. Фокус-группы: метод коллективного обсуждения мнения студентов по определенной теме для выявления их общих взглядов и предпочтений.

3. Глубинные интервью: метод глубокого интервьюирования отдельных студентов с целью выявления более подробной информации о их мнениях, потребностях и ожиданиях.

4. Анализ данных веб-трафика: метод анализа статистики посещений сайтов для определения интересов и предпочтений студентов, эффективности маркетинговых кампаний и улучшения пользовательского опыта.

5. Анализ социальных медиа: метод мониторинга и анализа данных социальных медиа для выявления мнения и обратной связи студентов, оценки репутации бренда и эффективности маркетинговых кампаний.

При выборе статистических методов анализа данных маркетинговых исследований рынка дистанционного образования следует учитывать характер данных и поставленные цели исследования. Некоторые из распространенных статистических методов анализа данных включают дисперсионный анализ, множественную регрессию, факторный анализ, кластерный анализ и др.

Общие тенденции и прогнозы развития рынка дистанционного образования с использованием современных технологий включают увеличение числа онлайн-курсов и платформ для обучения, рост числа студентов, которые выбирают онлайн-обучение, увеличение использования технологий дополненной и виртуальной реальности, а также усиление роли и влияния онлайн-образования в связи с пандемией COVID-19[3].

Компания Кыргызтелеком, как крупный оператор связи и провайдер услуг Интернета, активно использует современные технологии и инновации для развития дистанционного образования. Компания регулярно проводит маркетинговые исследования, чтобы понимать потребности своих клиентов и определить новые возможности для улучшения качества образования через технологии [2].

Одним из главных направлений развития дистанционного образования в Кыргызстане является проект «Цифровой Кыргызстан», запущенный Кыргызтелекомом. Проект предполагает создание высокоскоростных интернет-сетей по всей стране, а также внедрение современных технологий в области медицины, образования и государственного управления [7].

Для оценки эффективности проекта и удовлетворенности клиентов Кыргызтелеком проводит регулярные маркетинговые исследования. Они позволяют выявить потребности клиентов в образовательных услугах, определить тенденции развития дистанционного образования в мире и определить лучшие методы доставки образовательных услуг в цифровую эру[4].

Кроме того, компания проводит анализ новых технологий в области образования и оценивает их применимость для использования в своих услугах. Например, компания внедрила облачные технологии и виртуальную реальность для создания более эффективных онлайн-курсов и обучающих программ.

Таким образом, Кыргызтелеком активно использует

маркетинговые исследования для развития дистанционного образования с использованием современных технологий, чтобы удовлетворить потребности своих клиентов и сделать образование более доступным и качественным в цифровую эпоху [7].

В заключении маркетингового исследования рынка дистанционного образования с использованием современных технологий, можно подвести итоги полученных результатов и выделить основные выводы:

1. Дистанционное образование с использованием современных технологий имеет большой потенциал и пользуется растущим спросом у студентов.

2. Определены основные проблемы и потребности студентов, такие как доступность и качество обучения, интерактивность курсов, удобство использования платформы и др.

3. Рекомендуются внедрять новые технологии, повышать качество обучения и сервисного обслуживания, улучшать взаимодействие студентов и преподавателей, а также проводить мероприятия по привлечению новых студентов.

4. В качестве возможных направлений дальнейших исследований предлагается изучение мнения преподавателей и работодателей о качестве дистанционного образования, анализ тенденций развития технологий и их влияния на образовательный процесс, а также исследование рынка дистанционного обучения в других странах [5].

В целом, результаты маркетингового исследования позволяют организациям в области дистанционного образования с использованием современных технологий разработать более эффективные стратегии развития и удовлетворить потребности студентов, повышая качество обучения и конкурентоспособность на рынке[1].

### Литература

1. Дроздова Е. А. Маркетинговые исследования в сфере дистанционного образования / Е. А. Дроздова // *Инновации в образовании*. — 2018. — № 1. — С. 111-117.
2. Лебедева Е. С. Интернет-маркетинг в дистанционном образовании / Е. С. Лебедева // *Менеджмент в России и за рубежом*. — 2017. — № 4. — С. 36-40.
3. Михайлова Е. И. Маркетинговые исследования в сфере дистанционного обучения / Е. И. Михайлова // *Экономические науки*. — 2016. — № 7. — С. 79-82.
4. Молдошева А.А., Савин В.Е. Управленческий анализ консалтинговых услуг как элемент инфраструктуры профессиональной поддержки бизнеса/ А.А.Молдошева, В.Е.Савин//БГУ им. К.Карасаева – 2021. - № 4-(58). - С. 81-85
5. Орлова А. В. Маркетинговые исследования дистанционного образования в условиях цифровой экономики / А. В. Орлова // *Молодой ученый*. — 2019. — № 7. — С. 111-115.
6. Салова, О. А., Павлова О.А. Методы маркетинговых исследований в дистанционном образовании / О. А. Салова, О. В. Павлова // *Экономика и управление*. — 2018. — № 1. — С. 25-31.
7. Югай Н.А., Гапурбаева Ш.П. Подготовка кадров как фактор инновационного развития экономики в современных условиях/ Н.А.Югай, Ш.П.Гапурбаева//*Вестник МУК – 2022 г. №11 С. 130-134*