

DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-1-5-15

Конкурентная среда российского высшего образования и направления соперничества ее участников

А. И. Васильев^{1*}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

* AVasilev@synergy.ru

Аннотация. Данная статья посвящена описанию конкурентной среды образовательной системы высшего образования. В ней раскрываются направления и формы конкуренции российских вузов в соответствии с конструктивной теорией конкуренции. В статье описываются классические теоретические направления конкуренции: продуктовая, отраслевая, межотраслевая и межпродуктовая конкуренция. Продуктовой называется конкуренция между производителями взаимозаменяемых товаров в одинаковых каналах сбыта. Это соперничество между конкурирующими товарными брендами за сбыт, иначе называемое конкуренцией торговых марок. Отраслевая конкуренция – это конкуренция производителей товаров с использованием однородных, взаимозаменяемых ресурсов. По сути, это конкуренция за ресурсы между представителями одной отрасли, хотя может отсутствовать продуктовая конкуренция, конкуренция в сбыте. Межпродуктовая конкуренция – это конкуренция между заменителями из разных отраслей, то есть между представителями разных отраслей – производителями продуктов, удовлетворяющих одинаковую потребность. Межотраслевая конкуренция – это конкуренция брендов корпораций в маркетинге, общая конкуренция всех брендов за привлечение внимания определенного сегмента потребителей. В статье показано, что все четыре направления конкуренции приобретают свои формы в деятельности российских образовательных организаций высшего образования. Определяются конкретные формы конкуренции российских вузов, в которых проявляются эти направления конкуренции. Конкуренция вузов приобретает разные формы: за социальный авторитет и влияние; за статусы, титулы и престиж; за исключительную интеллектуальную собственность, массивы данных и вычислительные мощности; за таланты учащихся; за таланты преподавателей; за бюджетное финансирование; за грантовое, конкурсное финансирование; за пожертвования и эндаумент-фонды. Отдельное внимание уделяется формам конкуренции внутри партнерства и сотрудничества между вузами. В этой форме конкуренции проявляется переговорная власть, используемая при распределении созданной стоимости между участниками партнерства.

Ключевые слова: конкурентная среда, направления конкуренции, формы конкуренции, система высшего образования, ресурсная конкуренция, продуктовая конкуренция

Для цитирования: Васильев А. И. Конкурентная среда российского высшего образования и направления соперничества ее участников // Современная конкуренция. 2021. Т. 15. №1. С. 5–15. DOI: 10.37791/2687-0657-2021-15-1-5-15