

DOI: 10.37791/2687-0657-2023-17-4-90-102

Экономика виртуального образования: оценка уровня конкуренции и стратегии выхода на рынок

Н. П. Машегов^{1*}, П. Н. Машегов¹, А. А. Горшкова¹, Н. А. Озерова¹, А. Г. Зайцев^{1,2}

¹ Университет «Синергия», Москва, Россия

² Российский экономический университет им. Г. В. Плеханова, Москва, Россия

* NMashegov@synergy.ru

Аннотация. Процессы цифровизации, внешние вызовы и растущие запросы на формирование новых компетенций привели к тому, что в настоящее время такая традиционная сфера, как образование, претерпевает серьезную трансформацию как в плане используемых методов обучения, так и конкурентных стратегий, реализуемых субъектами образовательного процесса. Одним из наиболее динамично развивающихся секторов является виртуальное образование, выросшее за последние пятнадцать лет от простых информационных сайтов до полноценных виртуальных образовательных систем, способных предложить кастомизированные образовательные продукты широкому кругу пользователей. Несмотря на относительную молодость сектора виртуального образования и дискуссионность идентификации его границ, уже накоплен достаточный статистический и фактографический материал, который позволяет оценить уровень конкуренции и барьеры выхода на данный рынок. Идентификация типовых конкурентных стратегий входа позволит как проследить основные тенденции развития данного рынка, так и оценить их перспективность с точки зрения возможности применения новыми игроками. Цель работы – оценить уровень конкуренции на рынке виртуального образования и выявить характерные стратегии выхода на данный рынок; на основе данных рейтинга EdTech и «Списка сделок в сфере виртуального образования за 2014–2016 гг.» дать оценку конкуренции и выявить основные дескриптивные стратегии. Уровень конкуренции оценивался на основе расчета Индекса Херфиндаля – Хиршмана и расчета степени концентрации рынка. Для оценки барьера входа и выживаемости стартапов проведен анализ объемов инвестирования по сохранившимся на текущий момент проектам. При группировке и описании стратегий входа использовались монографический и историографический методы, а также анализ объема инвестиций и секторальной принадлежности компаний. По итогам исследования сделан вывод о высоком уровне конкуренции на данном рынке и среднем уровне его концентрации. Идентифицирован ряд характерных стратегий выхода на рынок, даны количественные оценки объема инвестиций их реализации.

Ключевые слова: стратегии выхода на рынок, конкуренция, виртуальное образование

Для цитирования: Машегов Н. П., Машегов П. Н., Горшкова А. А., Озерова Н. А., Зайцев А. Г.

Экономика виртуального образования: оценка уровня конкуренции и стратегии выхода на рынок // Современная конкуренция. 2023. Т. 17. №4. С. 90–102. DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-4-90-102

Economics of Virtual Education: Assessment of the Level of Competition and Market Entry Strategy

N. Mashegov^{1*}, P. Mashegov¹, A. Gorshkova¹, N. Ozerova¹, A. Zaitsev^{1,2}

¹ Synergy University, Moscow, Russia

² Plekhanov Russian University of Economics, Moscow, Russia

*NMashegov@synergy.ru

Abstract. Digitalization processes, external challenges and growing demands for the formation of new competencies have led to the fact that currently such a traditional sphere as education is undergoing a serious transformation both in terms of the teaching methods used and competitive strategies implemented by the subjects of the educational process. One of the most dynamically developing sectors is virtual education, It has grown over the past fifteen years from simple information sites to full-fledged virtual educational systems capable of offering customized educational products to a wide range of users. Despite the relative youth of the virtual education sector and the controversial identification of its borders, sufficient statistical and factual material has already been accumulated, which allows us to assess the level of competition and barriers to entry into this market. Identification of typical competitive entry strategies will allow both to trace the main trends in the development of this market and to assess their prospects in terms of the possibility of application by new players. The purpose of the work is to assess the level of competition in the virtual education market and identify characteristic strategies for entering this market. Based on the data of the EdTech rating and the “List of transactions in the field of virtual education for 2014–2016”, to assess competition and identify the main descriptive strategies. The level of competition was assessed based on the calculation of the Herfindahl – Hirschman Index and the calculation of the degree of market concentration. To assess the barrier of entry and the survival of startups, an analysis of the investment volumes for the projects that have survived at the moment was carried out. When grouping and describing entry strategies, monographic and historiographical methods were used, as well as an analysis of the volume of investments and the sectoral affiliation of companies. According to the results of the study, a conclusion was made about the high level of competition in this market and the average level of its concentration. A number of characteristic strategies for entering the market are identified, quantitative estimates of the volume of investments in their implementation are given.

Keywords: market entry strategies, competition, virtual education

For citation: Mashegov N., Mashegov P., Gorshkova A., Ozerova N., Zaitsev A. Economics of Virtual Education: Assessment of the Level of Competition and Market Entry Strategy. *Sovremennaya konkurentsia*=Journal of Modern Competition, 2023, vol.17, no.4, pp.90-102 (in Russian). DOI: 10.37791/2687-0649-2023-17-4-90-102

Введение

Современные информационные технологии во многом преобразовали все сферы нашей жизни в целом и обучение в частности. Уже невозможно представить себе образовательную деятельность без использования в той или иной мере средств ИКТ. Организация единого вирту-

ального пространства, позволяющего обучающимся и преподавателям различных уровней и сфер образования взаимодействовать между собой, – крайне перспективное в современной действительности направление развития таких технологий.

В зависимости от специфики научных трудов к понятию виртуального образования сложились разные подходы. Для начала