

## Исследование конкурентоспособности вуза и факторов ее повышения

Анастасия С. Зарецкая

*Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,  
Великий Новгород, Россия, Anastasiya.Zaretskaya@novsu.ru*

Ольга П. Иванова

*Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,  
Великий Новгород, Россия, prof-ivanova@mail.ru*

Михаил М. Козырев

*Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,  
Великий Новгород, Россия, Mikhail.Kozirev@novsu.ru*

*Аннотация.* В современных экономических условиях при снижении числа мест в высших учебных заведениях, финансируемых за счет ассигнований федерального бюджета, достаточно остро выражена конкуренция на образовательном рынке. Чтобы быть привлекательным для абитуриентов, вузу сегодня недостаточно только предоставлять качественные образовательные услуги, необходимо проводить мониторинг рынка, анализировать предложения конкурентов, формировать положительное отношение к образовательному учреждению у заинтересованных сторон, выстраивать индивидуальную маркетинговую стратегию. Авторами анализируется конкурентоспособность вуза на современном образовательном рынке, отслеживается влияние на данный показатель различных внешних и внутренних факторов. В частности анализируется емкость рынка, выполняется ретроспективный анализ результатов приемных кампаний вуза прошлых лет, выявляются прямые и косвенные конкуренты образовательного учреждения и их преимущества. Выделенные в ходе исследования проблемы легли в основу сформулированных мер по повышению конкурентоспособности вуза, элементов позиционирования его на рынке образовательных услуг региона. Предложены подходы к снижению стоимости образовательных услуг для отдельных категорий абитуриентов, описан процесс перехода высшего учебного заведения на новую образовательную модель, которая включает в себя в образовательных модулях элементы проектной логики.

*Ключевые слова:* конкурентоспособность вуза, маркетинговая стратегия, новая образовательная модель, устойчивое развитие, позиционирование вуза

*Для цитирования:* Зарецкая А.С., Иванова О.П., Козырев М.М. Исследование конкурентоспособности вуза и факторов ее повышения // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право». 2019. № 4. С. 21–35. DOI: 10.28995/2073-6304-2019-4-21-35

## Research of the university competitiveness and factors of its improvement

Anastasiya S. Zaretskaya

*Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Novgorod the Great,  
Russia, Anastasiya.Zaretskaya@novsu.ru*

Olga P. Ivanova

*Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Novgorod the Great,  
Russia, prof-ivanova@mail.ru*

Michail M. Kozyrev

*Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Novgorod the Great,  
Russia, Mikhail.Kozirev@novsu.ru*

*Abstract.* In modern economic conditions, with a decrease in the number of student places in higher education institutions financed by federal budget allocations, competition in the educational market is quite acutely pronounced. To be attractive for applicants, a university today is not enough just to provide quality educational services, it is necessary to monitor the market, analyze the proposals of competitors, build a positive attitude towards the educational institution among interested parties, and form an individual marketing strategy. The authors analyze the competitiveness of the university in the modern educational market, they track of various external and internal factors upon that index. In particular, the market capacity is analyzed, a retrospective analysis of the results of the university's admission campaigns of past years is carried out, the direct and indirect competitors of the educational institution are identified. The issues highlighted during the study formed the basis of the formulated measures for improving the competitiveness of the university and its positioning in the educational market of the region. Approaches to reducing the cost of educational services for certain categories of applicants are proposed, the process of transition of a higher education institution to a new educational model, which includes elements of project logic in educational modules, is described.

*Keywords:* university competitiveness, marketing strategy, new educational model, sustainable development, university positioning

*For citation:* Zaretskaya, A.S., Ivanova, O.P. and Kozyrev, M.M. (2019), "Research of the university competitiveness and factors of its improvement", *RSUH/RGGU Bulletin. "Economics. Management. Law" Series*, no. 4, pp. 21-35, DOI: 10.28995/2073-6304-2019-4-21-35

## *Введение*

В современных социально-экономических условиях конкуренция на рынке образовательных услуг высока. Чтобы обеспечить достаточную численность студентов на первом курсе обучения, преподавателям современного высшего учебного заведения недостаточно только качественно выполнять свою основную деятельность. В борьбе за абитуриентов сегодня используется весь спектр маркетинговых технологий и методов.

В Новгородской области в последние годы отмечается усиление инвестиционной активности субъектов экономики, при этом частные инвестиции увеличивают свою долю относительно бюджетных в структуре региональных финансов [Ерзкян, Иванова 2019]. Это обуславливает рост потребности в регионе в высококвалифицированных кадрах. Спрос на выпускников высших учебных заведений будет увеличиваться в ближайшие годы. При этом меняются и требования к компетенциям последних. Внедрение в практику профессиональных стандартов в значительной степени изменило подходы к подбору персонала организации. Данный документ четко регламентирует знания, навыки, умения и опыт работы сотрудника, необходимый для осуществления конкретного вида профессиональной деятельности [Архипова, Седова 2016]. Специалист нового поколения не только обладает фундаментальными и прикладными знаниями и навыками в сфере своих профессиональных интересов, но и демонстрирует на высоком уровне качества, которые во всем мире сегодня принято называть *soft-skills*. Это умение гибко адаптироваться в изменяющихся внешних условиях, способность быстро принимать корректные управленческие решения, хорошие коммуникативные навыки, умение работать в команде.

Современное высшее учебное заведение должно следовать тренду потребностей на образовательном рынке, реагировать на постоянно меняющиеся запросы от работодателей. Только так вуз способен готовить современных высококвалифицированных специалистов, и, как следствие, быть популярным у абитуриентов [Корчагова 2019].

Конкурентоспособность вуза – многогранное понятие, включающее большое число факторов. Это и качество ресурсов образовательных организаций (профессиональная квалификация профессорско-преподавательского состава, уровень подготовки абитуриентов, качество инфраструктуры и материально-технической базы вуза и др.), и уровень научных и образовательных продуктов вуза (технологии обучения, актуальные образо-

вательные программы, качество научных исследований и др.), и эффективность деятельности высшего учебного заведения (успешность и востребованность выпускников на рынке труда, признание научного авторитета профессорско-преподавательского состава и др.). Немаловажным для увеличения конкурентоспособности вуза будет четкое позиционирование себя на рынке образовательных услуг (понимание своих преимуществ перед конкурентами, проработанная эффективная стратегия развития, наличие бренда вуза, понятного и привлекательного как абитуриентам, так и работодателям и др.) [Сагинова, Кондратьева, Искандарян, Шипунова 2019]. Только обладая всем набором факторов, высшее учебное заведение может рассчитывать на эффективное функционирование на современном образовательном рынке.

### *Методика исследования*

Для прогнозирования спроса на образовательные услуги на договорной основе обучения у абитуриентов в 2019 г. было проведено исследование конкурентоспособности Института экономики, управления и права (ИЭУП) Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого. В его рамках выделялись следующие задачи:

- 1) анализ емкости рынка образовательных услуг Великого Новгорода;
- 2) ретроспективный анализ данных приема абитуриентов ИЭУП;
- 3) анализ конкурентов ИЭУП на рынке образовательных услуг;
- 4) формирование мер повышения конкурентоспособности ИЭУП на рынке образовательных услуг региона.

Анализ емкости рынка образовательных услуг позволял оценить то количество абитуриентов, которое Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого (далее НовГУ) сможет привлечь в 2019–2020 учебном году. На данный показатель влияет несколько основных факторов [Екшикеев 2009а]:

- 1) демографическая ситуация в регионе;
- 2) профориентационные предпочтения абитуриентов (доля выпускников школ, желающих получить высшее образование, выбор вуза/города, в котором обучаться дальше);
- 3) наличие материальной возможности семьи абитуриента продолжить обучение ребенка в вузе на договорной (платной) основе.

Демографическая ситуация в Новгородской области не способствует росту числа абитуриентов в среднесрочной и долгосрочной перспективе. На протяжении последнего десятилетия число рожденных детей планомерно снижается: с 7203 детей в 2010 г. до 6261 ребенка в 2017 г.<sup>1</sup> Обозначенную тенденцию подтверждают и данные о численности населения Новгородской области в возрасте 16–19 лет, приведенные в табл. 1<sup>2</sup>.

Таблица 1

Данные о численности населения Новгородской области в возрасте 16–19 лет, на начало года, чел.

Год	2001	2006	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Численность	42 748	43 484	24 125	22 242	21 470	20 990	19 991	19 719	22 285

По сравнению с 2001 г. численность населения в возрасте 16–19 лет сократилась на 52,1%. При этом современные коэффициенты рождаемости не позволяют прогнозировать благоприятную тенденцию в будущем. Ориентируясь на данные прогноза численности населения младше трудоспособного возраста (табл. 2)<sup>3</sup>, можно говорить о дальнейшем снижении численности абитуриентов НовГУ, рожденных на территории Новгородской области.

Таблица 2

Данные прогноза численности населения Новгородской области в возрасте младше трудоспособного, на начало года, чел.

Год	2020	2022	2024	2026	2028	2030	2032	2034	2036
Численность	107 279	106 256	104 339	101 471	98 061	93 554	89 118	86 176	84 724

<sup>1</sup> Данные территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Новгородской области по адресу: <https://novgorodstat.gks.ru/population>

<sup>2</sup> Там же.

<sup>3</sup> Там же.

Прогнозируемое развитие демографической ситуации в Новгородской области не способствует приросту числа абитуриентов на среднесрочную перспективу.

По данным Комитета по образованию администрации Новгородской области в 2018–2019 уч. г., численность выпускников 11-х классов школ и гимназий Великого Новгорода составила 1210 человек.

МАО МООД «Институт образовательного маркетинга и кадровых ресурсов» Великого Новгорода ежегодно проводит мониторинг предпочтений выпускников 11 классов города в сфере дальнейшего обучения<sup>4</sup>.

Ориентируясь на данные мониторинга последних лет (табл. 3), Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого вправе рассчитывать на 40–47% всех выпускников школ и гимназий города в качестве своих будущих абитуриентов. В 2019 г. этот показатель составит не более 570 человек, проживающих в Великом Новгороде.

Таблица 3

Данные мониторинга профориентационных предпочтений выпускников 11-х классов Великого Новгорода

Год	Планируют поступление в вуз, %	Из них в вуз			
		Великого Новгорода	Санкт-Петербурга	Москвы	других городов
2018	84,6	42,1	43,4	5,2	9,3
2017	85,5	43,9	44,6	5,7	5,8
2016	90,8	40,7	41,1	2,6	15,6
2015	94,1	46	36,4	2,6	15,0

По результатам исследования (табл. 4) 59,1% опрошенных выпускников 9-х классов Великого Новгорода в 2018 г. планируют поступление в 10-й класс, 6,8% опрошенных выпускников не определились с выбором дальнейшего жизненного пути, 34,1% опрошенных выбрали учреждения СПО. Популярность среднего профессионального образования постоянно увеличивается в последние годы.

<sup>4</sup> Данные МАО МООД «Институт образовательного маркетинга и кадровых ресурсов» по адресу: [http://iem.natm.ru/doc\\_downl.php](http://iem.natm.ru/doc_downl.php)

Таблица 4

Данные мониторинга профориентационных предпочтений выпускников 9-х классов Великого Новгорода, %

Предпочтение	Год			
	2015	2016	2017	2018
Поступление в 10-й класс	63,0	65,6	60,0	59,1
Поступление в учреждения СПО	31,6	28,3	32,1	34,1
Не определились	5,4	6,1	6,9	6,8

Проведенный анализ показал, что Новгородскому государственному университету имени Ярослава Мудрого следует принять меры по стимулированию заинтересованности выпускников школ и гимназий Великого Новгорода продолжить свое образование на территории региона.

Анализ реальных денежных доходов населения Новгородской области (табл. 5) также не прогнозирует рост числа абитуриентов на платной основе обучения.

Таблица 5

Реальные денежные доходы населения Новгородской области (в % к предыдущему году)

Год	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Реальные денежные доходы	101,9	107,9	100,4	109,8	101,8	102,2	94,0	91,2	96,7	92,1

Проведенный анализ емкости рынка образовательных услуг Великого Новгорода не выявил факторы, способствующие увеличению данного показателя в среднесрочной перспективе. Чтобы обеспечить достаточный набор абитуриентов, образовательному учреждению следует принимать меры по повышению своей конкурентоспособности, разрабатывать свою уникальную стратегию и траекторию развития [Стародубцева 2011].

### Ретроспективный анализ

В 2019–2020 уч. г. ИЭУП ведет прием абитуриентов по семи направлениям подготовки, на четыре из которых осуществляется прием полностью на договорной основе обучения.

За последние 10 лет число мест, финансируемых за счет средств федерального бюджета, по очной форме обучения по направлениям подготовки укрупненной группы «Экономика и управление» снизилось более чем в 3 раза (рис. 1).

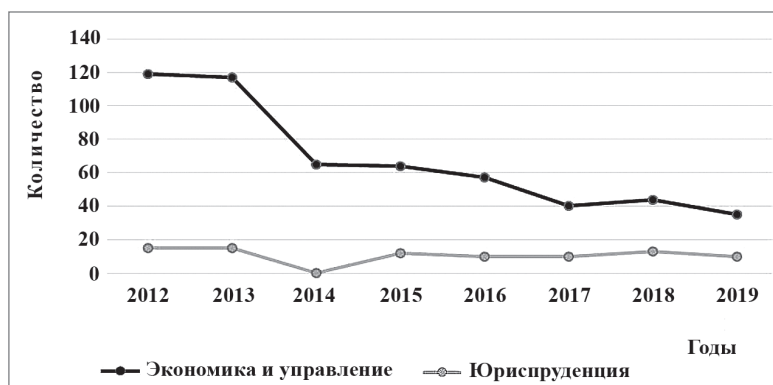


Рис. 1. Количество мест приема, финансируемых за счет ассигнований бюджета

Аналогичная ситуация прослеживается и в магистратуре (рис. 2).

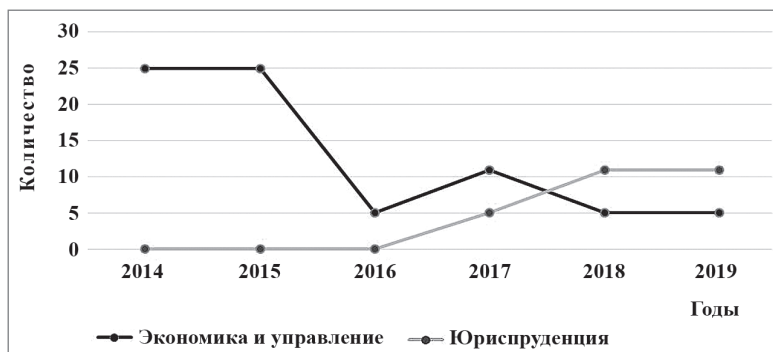


Рис. 2. Количество мест приема в магистратуру ИЭУП, финансируемых за счет ассигнований бюджета



Сокращение числа бюджетных мест, уменьшение емкости рынка образовательных услуг Великого Новгорода, а также снижение реальных доходов населения частично находят свое отражение и в количестве поданных заявлений на направления подготовки ИЭУП (табл. 6).

Таблица 6

Количество поданных заявлений от абитуриентов на места, финансируемые из ассигнований государственного бюджета, на очную форму обучения

Год	Направление подготовки		
	экономика	менеджмент	юриспруденция
2015	296	412	221
2016	238	305	191
2017	219	287	193
2018	210	264	179
2018/2015	70,9%	64,1%	80,9%

На места по договорной основе обучения конкурс снижается стремительнее. За анализируемые четыре года число желающих обучаться платно на очной форме обучения сократилось почти в два раза практически по всем направлениям подготовки ИЭУП (табл. 7).

Таблица 7

Количество поданных заявлений от абитуриентов на места на договорной основе (платно) на очную форму обучения

Год	Направление подготовки				
	Экономика	Менеджмент	Государственное и муниципальное управление	Управление персоналом	Юриспруденция
2015	147	163	59	–	126
2016	126	152	42	42	131
2017	99	135	37	42	118
2018	81	99	31	25	95
2018/2015	55,1%	60,7%	52,5%	59,5% (к 2016)	75,4%

Так как в среднесрочной перспективе основной акцент в образовательной деятельности ИЭУП делается именно на договорную основу обучения, то необходимо обеспечить конкурентоспособность ИЭУП на рынке образовательных услуг.

### *Анализ конкурентов*

Прямыми конкурентами ИЭУП можно признать:

- Российскую академию народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Новгородский филиал);
- Псковский государственный университет.

Это определяется близким территориальным расположением вузов, однотипными направлениями и профилями подготовки, стоимостью платных образовательных услуг одной ценовой категории [Екшикеев 2009b].

Косвенными конкурентами – высшие учебные заведения Санкт-Петербурга.

Анализ стоимости платных образовательных услуг показал, что ИЭУП НовГУ является «лидером» по данному показателю среди вузов – прямых конкурентов (табл. 8).

Стоимость обучения по очной форме в ИЭУП НовГУ имени Ярослава Мудрого выше, нежели в двух других анализируемых высших учебных заведениях. Это объясняется наличием системы снижения стоимости платных образовательных услуг для отдельных категорий абитуриентов у прямых конкурентов.

Представленная стоимость обучения в вузах Санкт-Петербурга выше (табл. 9). Поэтому те абитуриенты, семьи которых располагают возможностью учить детей платно в Санкт-Петербурге, выбирают вузы Северной столицы (по результатам мониторинга это не менее 35% всех выпускников 11-х классов Великого Новгорода).

Чтобы быть конкурентоспособным на рынке платных образовательных услуг и привлекать большее число абитуриентов, ИЭУП необходимо выстроить эффективную и гибкую систему формирования стоимости обучения.

Таблица 8

Сравнительная характеристика стоимости обучения на 1-м курсе бакалавриата по очной форме за 2018/19 уч. г.

Направление подготовки	Новгородский государственный университет им. Ярослава Мудрого, Институт экономики, управления и права		Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте РФ (Новгородский филиал)		Псковский государственный университет	
	План приема бюджет/платно	Стоимость обучения на 1-м курсе, руб. в год	План приема бюджет/платно	Стоимость обучения на 1-м курсе, руб. в год	План приема бюджет/платно	Стоимость обучения на 1-м курсе, руб. в год
Экономика	16/15	111 000	-/20	79 000	4/40	89 000*
Менеджмент	19/15	111 000	-	-	3/25	89 000*
Управление персоналом	-/10	111 000	15/15	121 780 (97 424 с учетом скидки**)	-	-
Государственное и муниципальное управление	-/10	111 000	10/20	121 780 (97 424 с учетом скидки**)	3/25	89 000*
Юриспруденция	10/30	125 000	-	-	10/60	96 000

\* Стоимость приведена без учета скидок. Снижение стоимости платных образовательных услуг для студентов на 1-м курсе обучения рассчитывается в соответствии с результатами вступительных испытаний абитуриента.

\*\* Снижение стоимости платных образовательных услуг на 20% выполнялось для абитуриентов, имеющих средний бал по ЕГЭ 47 баллов и выше.

Таблица 9

Сравнительная характеристика стоимости обучения на 1-м курсе бакалавриата по очной форме за 2018/19 уч. г.

Направление подготовки	Санкт-Петербургский государственный экономический университет	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого
Экономика	198 000	168 000
Менеджмент	198 000	168 000
Управление персоналом	188 000	168 000
Государственное и муниципальное управление	188 000	168 000
Юриспруденция	198 000	168 000

### *Меры обеспечения конкурентоспособности*

Для обеспечения конкурентоспособности вуза на рынке образовательных услуг региона и СЗФО предприняты следующие меры:

1. Разработан гибкий подход к формированию стоимости образовательных услуг для отдельных категорий абитуриентов. Потенциальный студент вуза может рассчитывать на снижение данного показателя, если он:

- а) демонстрирует хорошие знания по предметам в ходе вступительных испытаний;
- б) проживает в сельской местности, а следовательно, имеет более низкие реальные доходы семьи, нежели жители городов;
- в) является призером или победителем регионального этапа всероссийских олимпиад школьников.
- г) решил продолжить свое обучение в НовГУ имени Ярослава Мудрого.

2. С сентября 2019 г. Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого перешел на новую модель образования. Студенту кроме изучения базовых дисциплин образовательного плана предлагается функционировать в проектной логике. Данная проектно-ориентированная модель позволит сформировать у будущего выпускника Новгородского государственного университета имени Ярослава Мудрого ряд уникальных компетенций, таких как: критическое и творческое мышление, решение нестандартных задач, умение и практические навыки работы в команде, хорошая адаптация к быстро изменяющимся внешним условиям среды и др. Это позволит ему в будущем стать более конкурентоспособным на рынке труда.

## Заключение

Региональный рынок труда диктует свои условия для учебных заведений по уровню подготовки выпускников. Несбалансированность спроса и предложения на рынке труда Российской Федерации ведет сегодня к увеличению внутренней миграции [Архипова, Назайкинский, Седова 2016]. Часто специалисты способны подобрать удовлетворяющее всем их требованиям место трудоустройства лишь в соседнем регионе. Данная тенденция актуальна и для Новгородской области. С увеличением инвестиционного потока в регион, с ростом темпов промышленного производства неизбежно возникает потребность в дополнительных высококвалифицированных кадрах, подготовку которых Новгородский государственный университет должен начать уже сегодня.

Обеспечение конкурентоспособности в современных экономических условиях должно стать приоритетной целью для любого вуза. Выбор корректной стратегии управления конкурентоспособностью высшего учебного заведения – это одна из основных задач в компетенциях руководства [Антонов, Иванова, Тумин 2012]. Трансформация образовательного процесса в Новгородском государственном университете имени Ярослава Мудрого, введение принципов проектной логики, гибкие маркетинговые предложения для абитуриентов, желающих обучаться на договорной основе – все это наряду с предоставлением качественных образовательных услуг может послужить базисом для высокого уровня его конкурентоспособности на рынке и стать «фундаментом» для дальнейшего эффективного функционирования и устойчивого развития [Баталова 2010].

## Литература

---

- Антонов, Иванова, Тумин 2012 – Антонов Г.Д., Иванова О.П., Тумин В.М. Управление конкурентоспособностью организации. М.: Инфра-М, 2012. 300 с.
- Архипова, Назайкинский, Седова 2016 – Архипова Н.И., Назайкинский С.В., Седова О.Л. Влияние рынка труда на трансформацию управления персоналом в современных условиях // Вестник ВГУ. Серия «Экономика и управление». 2016. № 4. С. 72–76.
- Архипова, Седова 2016 – Архипова Н.И., Седова О.Л. Управление персоналом в контексте внедрения профессиональных стандартов // Вестник МГУУ. 2016. № 4. С. 6–11.
- Баталова 2010 – Баталова О.С. Конкурентоспособность вуза на рынке образовательных услуг // Молодой ученый. 2010. № 10. С. 53–59.

- Ерзнкян, Иванова 2019 – *Ерзнкян Б.А., Иванова О.П.* Новгородская область: возможности и результаты реагирования на стратегические риски и вызовы развития // *Инновации и инвестиции*. 2019. № 8. С. 197–204.
- Екшикеев 2009а – *Екшикеев Т.К.* Конкурентоспособность и конкурентные преимущества вуза // *Проблемы современной экономики*. 2009. № 4. С. 392–395.
- Екшикеев 2009б – *Екшикеев Т.К.* Стейкхолдеры рынка образовательных услуг // *Сибирский торгово-экономический журнал*. 2009. № 9. С. 106–109.
- Корчагова 2019 – *Корчагова Л.А.* Анализ продвижения вузов в социальных сетях // *Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право»*. 2019. № 1. С. 31–43.
- Сагинова, Кондратьева, Искандарян, Шипунова 2019 – *Сагинова О.В., Кондратьева А.А., Искандарян Р.А., Шипунова Т.С.* Показатели конкурентоспособности в программах развития вузов // *Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право»*. 2019. № 1. С. 44–55.
- Стародубцева 2011 – *Стародубцева Е.Л.* От понятия «конкурентоспособность организации» к понятию «конкурентоспособность вуза» // *Вестник инновационного евразийского университета*. 2011. № 2. С. 84–85.

## References

---

- Antonov, G.D., Ivanova, O.P. and Tumin, V.N. (2012), *Upravlenie konkurentosposobnost'yu organizatsii* [Organization competitiveness management], INFRA-M, Moscow, Russia
- Arkipova, N.I., Nazaikinskii, S.V. and Sedova, O.L. (2016), “The impact of the labor market on the transformation of personnel management in modern conditions”, *Vestnik VGU. Seriya “Ekonomika i upravlenie”*, no. 4, pp. 72-76.
- Arkipova, N.I. and Sedova, O.L. (2016), “HR management in the context of the implementation of professional standards”, *Vestnik MGUU*, no. 4, pp. 6-11.
- Batalova, O.S. (2010), “University competitiveness in the educational services market”, *Molodoi uchenyi*, no. 10, pp. 53-59.
- Erznkyan, B.A. and Ivanova, O.P. (2019), “Novgorod region: opportunities and results of response to strategic risks and development challenges”, *Innovation & Investment*, no. 8, pp. 197-204.
- Ekshikeev, T.K. (2009a), “Competitiveness and competitive advantages of the university”, *Problemy sovremennoi ekonomiki*, no. 4, pp. 392-395.
- Ekshikeev, T.K. (2009b), “Educational Market Stakeholders”, *Sibirskii torгово-ekonomicheskii zhurnal*, no. 9, pp. 106-109.
- Korchagova, L.A. (2019), “An analysis of the universities promotion in social networks”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Economics. Management. Law”*, no. 1, pp. 31-43.
- Saginova, O.V., Kondratieva, A.A., Iskandaryan, R.A. and Shipunova, T.S., (2019), “Competitiveness indicators in the university development programs”, *RSUH/RGGU Bulletin. “Economics. Management. Law” Series*, no. 1, pp. 44-55.
- Starodubceva, E.L. (2011), “From the concept of ‘competitiveness of an organization’ to the concept of ‘competitiveness of a university’”, *Vestnic innovatsionogo evraziiskogo universiteta*, no. 2, pp. 84-85.

*Информация об авторах*

*Анастасия С. Зарецкая*, кандидат экономических наук, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия; 173000, Россия, Великий Новгород, Большая Санкт-Петербургская, д. 41; Anastasiya.Zaretskaya@novsu.ru

*Ольга П. Иванова*, доктор экономических наук, профессор, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия; 173000, Россия, Великий Новгород, Большая Санкт-Петербургская, д. 41; prof-ivanova@mail.ru

*Михаил М. Козырев*, Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого, Великий Новгород, Россия; 173000, Россия, Великий Новгород, Большая Санкт-Петербургская, д. 41; Mikhail.Kozirev@novsu.ru

*Information about the authors*

*Anastasiya S. Zaretskaya*, Cand. of Sci. (Economics), Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Novgorod the Great, Russia; bld. 41, Bol'shaya Sankt-Peterburgskaya Street, Novgorod the Great, Russia, 173000; Anastasiya.Zaretskaya@novsu.ru

*Olga P. Ivanova*, Dr. of Sci. (Economics), professor, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Novgorod the Great, Russia; bld. 41, Bol'shaya Sankt-Peterburgskaya Street, Novgorod the Great, Russia, 173000; prof-ivanova@mail.ru

*Michail M. Kozyrev*, Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Novgorod the Great, Russia; bld. 41, Bol'shaya Sankt-Peterburgskaya Street, Novgorod the Great, Russia, 173000; Mikhail.Kozirev@novsu.ru