

Н. С. Косар, Н. Є. Кузьо, Т. А. Сулим
Національний університет «Львівська політехніка»

ДОСЛІДЖЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ЗАКЛАДІВ ВИЩОЇ ОСВІТИ: СУТНІСТЬ ТА ДИФЕРЕНЦІЙОВАНИЙ ПІДХІД ДО ВИЗНАЧЕННЯ

<http://doi.org/>

© Косар Н.С., Кузьо Н.Є., Сулим Т.А., 2020

На підставі проведеного аналізу визначено сутність терміну «конкурентоспроможність закладу вищої освіти» на ринку та його головні ознаки. З використанням результатів опитування споживачів, аналізу нормативних документів, що регулюють освітню діяльність та іншої вторинної маркетингової інформації подано основні показники оцінки конкурентоспроможності закладу вищої освіти для споживачів освітніх послуг, системи вищої освіти та суспільства.

Ключові слова: ринок освітніх послуг, заклад вищої освіти, конкурентоспроможність, споживачі освітніх послуг, інтегральний показник конкурентоспроможності закладу вищої освіти.

Постановка проблеми

Освіта у сучасних умовах виступає важливим фактором для забезпечення подальшого економічного та соціального розвитку України і у кінцевому рахунку – зростання добробуту суспільства. Зменшення кількості потенційних абітурієнтів, проведення активної роботи іноземними освітніми закладами щодо залучення абітурієнтів на навчання за кордоном, збільшення популярності серед молоді здобуття освіти у іноземних освітніх закладах сприяють зростанню конкурентної боротьби за абітурієнтів між освітніми закладами України, передусім у сфері вищої освіти. Це змушує заклади вищої освіти (ЗВО) України шукати напрями підвищення своєї конкурентоспроможності на підставі її оцінювання.

Актуальність дослідження

Сьогодні визначення конкурентоспроможності ЗВО є складним і багатограним завданням, що передбачає обґрунтування та оцінювання з цією метою низки показників, що характеризують його діяльність на ринку освітніх послуг, в економіці та суспільстві загалом. Головними завданнями визначення конкурентоспроможності ЗВО є розрахунок цього показника залежно від того суб'єкту, з точки зору якого проводиться така оцінка.

Формулювання мети та завдань статті

Метою даної статті є визначення сутності конкурентоспроможності ЗВО та встановлення відмінностей її визначення для різних суб'єктів ринку освітніх послуг. Завданнями статті є:

- визначення сутності та основних характеристик категорії «конкурентоспроможність ЗВО»;
- обґрунтування основних показників конкурентоспроможності ЗВО із врахуванням інтересів споживачів освітніх послуг, системи вищої освіти та суспільства.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Проведений аналіз наукових джерел свідчить, що у них не існує однозначного підходу щодо визначення сутності терміну «конкурентоспроможність ЗВО» [1-6]. Різні методи пропонують науковці і для оцінки рівня конкурентоспроможності організації. Зокрема у [7, с. 29] автори з метою оцінки конкурентоспроможності ЗВО пропонують використовувати такі методи як експертних оцінок, рейтингових оцінок, бенчмаркінг, SWOT-аналіз, SNW-аналіз, PEST-аналіз, SPACE-аналіз, матрицю BCG та Модель McKinsey. Оцінювання конкурентоспроможності організації на ринку автори у [8] пропонують проводити на основі аналізу її конкурентних переваг та використання формальних методів, зокрема моделі Портера М., матриці Ансоффа І., моделі нагромадженого досвіду і моделі життєвого циклу товару. Більш ґрунтовний підхід до методів оцінювання конкурентоспроможності організації на ринку подано у [9, с. 112-113], де автор класифікує їх за такими ознаками як спосіб оцінювання, форма подання результатів, показники та змінні, які лежать в основі аналізу, охопленість різних аспектів функціонування організації, рівень прийняття управлінських рішень. Часто у наукових публікаціях оцінювання конкурентоспроможності підприємства асоціюється з оцінюванням конкурентоспроможності його товарів на ринку [10, с. 54]. У [11, с. 157] автор зазначає про існування певних методик оцінки конкурентоспроможності організації, кількість яких коливається від 5 до 9. Найбільш поширеними з них є методики, які дозволяють оцінити конкурентоспроможність організації за розміром та динамікою її ринкової частки, матричні методи, методи, які базуються на використанні теорії ефективної конкуренції, а також методи, які базуються на теорії якості товарів і інтегральні методи.

Слід зауважити, що при визначенні конкурентоспроможності ЗВО до уваги можуть прийматися різні групи показників, які відображено у різних джерелах, зокрема у [12, с. 133-134]. Проте конкурентоспроможність ЗВО може бути різною для різних суб'єктів ринку освітніх послуг, ринку праці та суспільства загалом і при її визначенні можуть враховуватися різні параметри.

Виклад основного матеріалу дослідження

Аналіз наукових публікацій дозволив визначити множинність тлумачення терміну «конкурентоспроможність ЗВО» – табл. 1.

Таблиця 1

Підходи до визначення сутності терміну «конкурентоспроможність ЗВО» на ринку

Автор	Сутність терміну
1	2
Безтелесна Л.І., Либак І.А.	Здатність задовольнити усі потреби споживачів у освітніх послугах, при цьому прагнучи забезпечити максимальну суспільну користь та подальший ефективний розвиток закладу освіти, використовуючи власні конкурентні переваги та швидко адаптуючись до встановлених змін на ринках як освітніх послуг, так і праці
Кравченко К.В.	Здатність максимально пристосуватися до потреб замовників, при цьому постійно рухаючись у напрямі розроблених стратегій та місії, з урахуванням тенденцій розвитку визначеного сегменту ринку освітніх послуг, передбачаючи ефективне використання існуючих ресурсів та налагодження і підтримання довгострокової співпраці з партнерами
Пащенко Н.І	Потенційні можливості щодо надання освітніх послуг належного рівня, які задовольняють суспільні потреби щодо підготовки висококваліфікованих спеціалістів та необхідності розроблення, виробництва та реалізації як науково-методичної, так і науково-технічної продукції в умовах сьогодення і у майбутньому. Проте це визначення акцентує на соціальних інтересах освітнього закладу, але воно не розкриває потенціал конкретного ЗВО

1	2
Петерсон А.	Стан університету як певної соціально-економічної системи, що характеризується наступними факторами: наданням освітніх послуг відповідної якості, що забезпечують задоволеність споживачів і подальше суспільне визнання освітнього закладу; актуальністю та практичним спрямуванням дослідницьких проєктів, які реалізуються; інтеграцією навчальних закладів в академічне співтовариство, передусім у міжнародні асоціації; активним розвитком засобів і ресурсів та бази даних; соціальною стабільністю команди, її участю в управлінні університетами
Прус Л.	Здатність найкращим чином задовольняти існуючі та впливати на формування майбутніх потреб споживачів з використанням ціни, якості освітніх послуг та сформованого асортименту на визначеному ринку освітніх послуг у визначений проміжок часу, при цьому забезпечуючи бажану суспільну спрямованість та власний стійкий розвиток освітнього закладу через сформовані конкурентні переваги
Романова І.Б.	Здатність ЗВО щодо протистояння перерозподілу ринку освітніх послуг на користь інших наявних на ньому суб'єктів
Тимошенко О.В.	Сукупність усіх процесів у напрямі формування взаємодії та проведення успішної боротьби між наявними на ринку освітніх послуг та потенційними суб'єктами для отримання максимально вигідного становища у відповідності до визначеної мети. Конкурентоспроможність ЗВО характеризує стійкість його становища на ринку освітніх послуг, спирається на матеріально-технічну, фінансово-економічну базу, кадровий та науковий потенціал, а також враховує рівень інновацій та міжнародної мобільності, конкурентоспроможність випускників даного ЗВО та існуючу поточну ситуацію на ринку праці
Фатхутдінов Р.О.	Можливість проводити підготовку таких спеціалістів, що можуть бути конкурентоспроможними як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку праці; спроможність освітнього закладу розробляти конкурентні інновації у освітній галузі; вміння проводити ефективну політику у визначених сферах діяльності
Шевченко А.В., Шворак А.С.	Здатність готувати таких фахівців, які можуть витримати конкурентну боротьбу на конкретизованому внутрішньому або зовнішньому ринках праці, пропонувати нововведення в освітній галузі, проводити відтворювальну політику у різних сферах власної діяльності

Складено на основі [1, с. 146, 2, с. 79, 3, с. 119, 4, 5, с. 28, 6, с. 117]

З нашої точки зору сутність терміну «конкурентоспроможність ЗВО» найкраще розкриває визначення, яке подане Прусом Л. Аналізуючи подані у табл. 1 визначення, слід враховувати, що конкурентоспроможність - це ринкова категорія, яка є динамічною і мінливою. Зокрема, при незмінній якості освітніх продуктів, конкурентоспроможність ЗВО може змінюватися у широких межах і визначається існуючою ринковою кон'юнктурою, пропозиціями аналогічних продуктів конкурентами, змінами цінової політики, проведенням реклами тощо [13]. Основні характеристики категорії «конкурентоспроможності ЗВО» подані у табл. 2.

Як уже відзначалося, оцінку конкурентоспроможності ЗВО доцільно здійснювати з точки зору системи вищої освіти, споживачів освітніх послуг та суспільства. В загальному випадку інтегральний показник конкурентоспроможності ЗВО пропонується визначати за формулою

$$K_{\text{INT}} = \sum_{i=1}^3 a_i \times K_i,$$

де K_i - частковий показник конкурентоспроможності, визначений для i -го суб'єкта ринку освітніх послуг; a_i - відповідні коефіцієнти вагомості.

Основні характеристики категорії «конкурентоспроможності ЗВО»

Найменування характеристики	Сутність
Порівнюваність	Передбачає, що конкурентоспроможність ЗВО можна визначити та проаналізувати лише у порівнянні з наявними конкурентами, що пропонують аналогічні продукти або надають аналогічні послуги та функціонують на досліджуваному ринку
Просторовість	Передбачає, що конкурентоспроможність визначається лише у межах визначеного ринку, адже при однакових умовах ЗВО може виступати конкурентоспроможним на певному одному ринку та неконкурентоспроможним на інших ринках
Динамічність	Передбачає, що визначення конкурентоспроможності є обмеженим у часовому інтервалі, так як ЗВО є конкурентоспроможним в один період часу і може втратити свої конкурентні позиції в іншому. Тому, при аналізі конкурентоспроможності ЗВО необхідно проводити постійну оцінку її рівня, здійснювати моніторинг тих показників, що визначають джерела її формування, зокрема надання освітніх послуг, техніко-екологічні, маркетингові, кваліфікаційно-кадрові, інноваційні
Предметність	Спрямована на визначення такого набору параметрів, що визначають конкурентоспроможність ЗВО, зокрема високі якісні параметри освітніх послуг, наявність сучасних технічних засобів і передових технологій, високу кваліфікацію персоналу, позитивний імідж ЗВО на ринку, ширину збутової мережі, активність маркетингових комунікацій, забезпеченість ЗВО необхідними для його діяльності різними видами ресурсів, наявність патентів, рівень менеджменту тощо
Атрибутивність	Визначає доцільність виділення тих унікальних характеристик, що визначають конкурентну перевагу ЗВО на ринку (унікальність його продуктів, додаткові сервісні послуги, оригінальність освітніх технологій тощо)
Системність	Спрямована на дослідження всієї сукупності чи максимально можливої з усіх існуючих кількості параметрів та тих умов, що визначають конкурентоспроможність ЗВО та можливі взаємозв'язки між ними
Об'єктивність	Відображає той факт, що визначення конкурентоспроможності ЗВО має базуватися на використанні лише достовірної та перевіреної інформації, яка реально відображає об'єктивну дійсність, а усі висновки слід обґрунтовувати лише точними аналітичними розрахунками

Складено на основі [13]

Для визначення часткових коефіцієнтів конкурентоспроможності необхідно визначити основні параметри для їх оцінки з точки зору різних суб'єктів ринку освітніх послуг.

Для визначення основних параметрів конкурентоспроможності ЗВО з точки зору споживачів було проведено дослідження потреб споживачів освітніх послуг із використанням анкети та хмарних технологій. При визначенні обсягу вибірки прийнято, що коефіцієнт варіації помилки складе 5%, а коефіцієнт варіації ознаки – 25 %. При цьому мінімальний необхідний обсяг вибірки складе 96 осіб. При опитуванні, яке проводилося протягом серпня 2020 р., отримані відповіді 100 респондентів.

За результатами дослідження, основними чинниками, які погіршують конкурентоспроможність вітчизняних ЗВО, опитані вважають застарілі методики навчання (74 %), низький рівень комп'ютеризації та інформатизації і недостатній рівень практичної підготовки (по 71 %), недостатній рівень викладання (65 %) та прояви не доброчесності деяких викладачів (60 %) (рис. 1).

Проте для різних груп респондентів важливість цих чинників дещо відрізняються (табл. 3).

Зокрема, найважливішими чинниками конкурентоспроможності ЗВО для абітурієнтів та студентів є рівень комп'ютеризації та інформатизації, методики навчання та прояви недоброчесності деяких викладачів. Найважливішими чинниками для батьків абітурієнтів є рівень практичної підготовки, методики навчання, рівень комп'ютеризації та інформатизації, а для батьків студентів -

рівень комп'ютеризації та інформатизації і методики навчання. Інші зацікавлені особи вважають найбільш важливими чинниками рівень практичної підготовки, рівень та методики навчання.

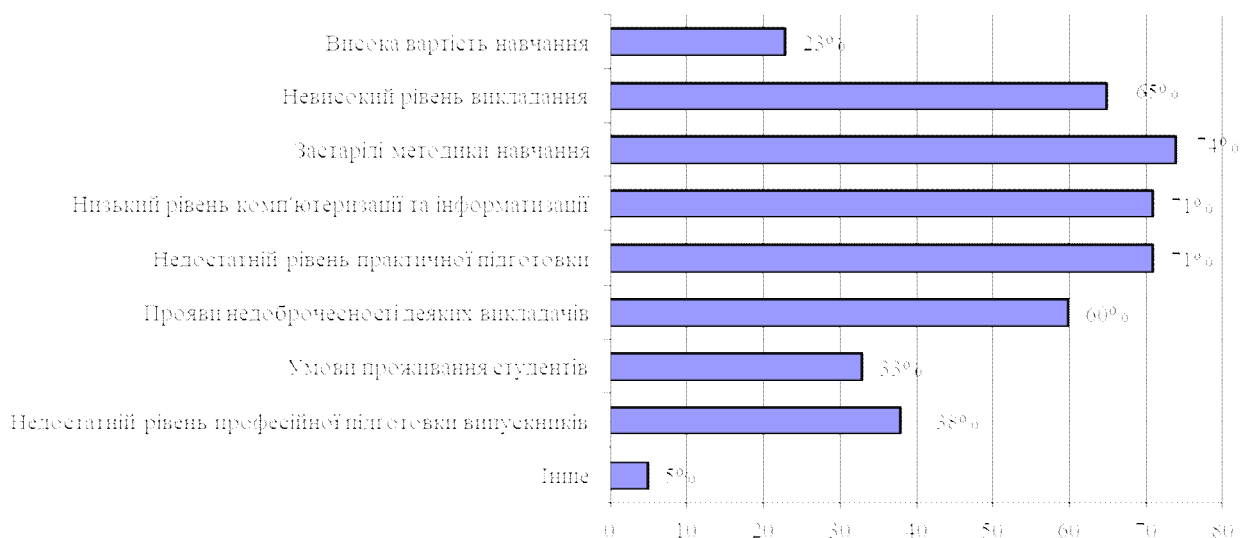


Рис. 1. Чинники, які впливають на зниження конкурентоспроможності вітчизняних ЗВО

Таблиця 3

Важливість чинників, які впливають на конкурентоспроможність вітчизняних ЗВО, для різних груп респондентів, %

Чинники	Групи респондентів				
	Абітурієнти	Студенти	Родичі абітурієнтів	Родичі студентів	Інші зацікавлені особи
Висока вартість навчання	20	23,8	24	26,3	24
Невисокий рівень викладання	70	66,7	60	57,9	76
Застарілі методики навчання	70	76,2	84	63,2	76
Низький рівень комп'ютеризації та інформатизації	80	71,4	76	73,7	64
Недостатній рівень практичної підготовки	50	66,7	88	52,6	88
Прояви недоброчесності деяких викладачів	70	76,2	44	57,9	64
Умови проживання студентів	50	38,1	32	31,6	24
Недостатній рівень професійної підготовки випускників	30	38,1	40	36,8	40
Інше	10	0	4	5,3	8

Рекомендованими напрямками підвищення конкурентоспроможності вітчизняних ЗВО опитані назвали осучаснення змісту дисциплін (76 %), залучення до викладання практикуючих спеціалістів (75 %), забезпечення студентам можливості вибору дисциплін та викладачів (67 %), використання дистанційного навчання (64 %), зміну підходів у викладанні (62 %) – рис. 2.

Проте для різних груп респондентів важливість напрямів підвищення конкурентоспроможності дещо відрізняються (табл. 4).

Зокрема, найважливішими напрямками підвищення конкурентоспроможності ЗВО для абітурієнтів є зміна підходів у викладанні, осучаснення змісту дисциплін, використання дистанційного навчання та залучення до викладання практикуючих спеціалістів, а для студентів - осучаснення змісту дисциплін. Найважливішими напрямками підвищення конкурентоспроможності ЗВО для батьків абітурієнтів є можливості вибору дисциплін та викладачів і залучення до вик-

ладання практикуючих спеціалістів, а для батьків студентів та інших зацікавлених осіб - осучаснення змісту дисциплін і залучення до викладання практикуючих спеціалістів.



Рис. 2. Напрями підвищення конкурентоспроможності вітчизняних ЗВО

Таблиця 4

Важливість напрямів підвищення конкурентоспроможності вітчизняних ЗВО для різних груп респондентів, %

Чинники	Групи респондентів				
	Абітурієнти	Студенти	Родичі абітурієнтів	Родичі студентів	Інші зацікавлені особи
Впровадження дуальної освіти	30	23,8	40	21,1	44
Зміна підходів у викладанні	90	66,7	68	52,6	52
Осучаснення змісту дисциплін	70	85,7	64	78,9	84
Використання дистанційного навчання	70	66,7	60	57,9	68
Можливості вибору дисциплін та викладачів	60	66,7	80	57,9	68
Залучення до викладання практикуючих спеціалістів	70	66,7	80	78,9	80
Покращання матеріально-технічної бази	60	38,1	56	63,15	44
Оновлення навчальних планів	30	47,6	40	36,8	60
Підвищення вимог до рівня професійної освіти	20	28,6	16	21,1	32

Проте вищеподані чинники відображають конкурентоспроможність ЗВО лише із сторони реальних та потенційних споживачів освітніх послуг.

Якщо аналізувати рівень конкурентоспроможності ЗВО із сторони системи вищої освіти, то тут необхідно врахувати, передусім, встановлені вимоги до провадження освітньої діяльності в Україні [14].

При аналізі конкурентоспроможності ЗВО із точки зору суспільства загалом слід врахувати, що найважливішими чинниками є імідж ЗВО, чисельність здобувачів освітніх рівнів та суспільна активність ЗВО.

У табл. 5 наведені основні показники, які необхідно врахувати при визначенні конкурентоспроможності ЗВО.

Показники визначення конкурентоспроможності ЗВО

Суб'єкти ринку	Групи показників	Показники конкурентоспроможності
1	2	3
Споживачі освітніх послуг	Надання освітніх послуг	Рівень викладання дисциплін
		Кількість пропонованих спеціальностей
		Кількість пропонованих освітніх рівнів
		Рівень інформатизації навчального процесу
		Ціна освітніх послуг
		Відповідність структури навчальних планів та програм дисциплін вимогам ринку праці
		Навчально-методичне забезпечення навчальних дисциплін
		Відношення персоналу ЗВО до здобувачів освітніх рівнів
		Використання сучасних методів навчання
		Рівень практичної та професійної підготовки
	Проживання та відпочинок	Забезпеченість студентів гуртожитками
		Умови проживання в гуртожитках
		Належні умови для навчання
		Відгуки студентів та випускників
		Проведення подійних заходів
	Інформатизація навчального процесу	Інформаційна насиченість офіційного сайту
		Зручність пошуку інформації
		Активність у соціальних мережах
		Наповненість віртуального навчального середовища
		Можливість дистанційного навчання
Матеріально-технічне забезпечення	Забезпеченість комп'ютерами та іншим необхідним обладнанням	
	Кількість навчальних аудиторій	
	Місцезнаходження ЗВО	
Система вищої освіти	Рейтинги	Позиція у вітчизняних рейтингах
		Позиція у міжнародних рейтингах
	Відповідність показників умовам надання освітніх послуг	Кількість публікацій у наукометричних базах Scopus або Web of Science Core Collection
		Кількість публікацій у наукових фахових виданнях в Україні
		Кількість виданих підручників, навчальних посібників та монографій
		Кількість осіб, що отримали науковий ступінь під керівництвом професорсько-викладацького складу (ПВС) даного ЗВО
		Кількість реалізованих міжнародних наукових проектів
		Кількість навчальних дисциплін, що проводяться на іноземній мові
		Участь ПВС у роботі експертних рад МОН
		Участь ПВС у професійних об'єднаннях за спеціальністю
		Наявність у ПВС досвіду практичної роботи за спеціальністю (понад 5 років)
		Участь ПВС в атестації наукових працівників
		Керівництво здобувачами вищої освіти, які отримали призові місця Всеукраїнських та міжнародних олімпіадах та конкурсах
		Участь ПВС у виконанні наукових тем та редакційних колегіях наукових видань
		Проведення наукового консультування установ, підприємств чи організацій

1	2	3	
	Наукова діяльність	Рівень цитування наукових публікацій ПВС	
		Рівень залучення студентів до проведення наукових досліджень	
		Кількість об'єктів інтелектуальної власності	
		Рівень співпраці з іноземними партнерами	
	Персонал	Структура ПВС	
		Стаж науково-педагогічної діяльності ПВС	
		Вік ПВС	
		Чисельність осіб з певними науковими ступенями	
		Чисельність персоналу, який проходив стажування у закордонних ЗВО	
		Чисельність викладачів, які володіють іноземною мовою на рівні не нижчому за В2	
	Чисельність іноземних викладачів, залучених до навчального процесу		
	Суспільство	Імідж	Імідж ЗВО у працевдавців
			Імідж ЗВО у органів місцевої влади та громадських організацій
Рівень співпраці з бізнесом			
Кількість ліцензій та сертифікатів			
Кількість державних відзнак та нагод			
Кількість переможців всеукраїнських та міжнародних олімпіад, конкурсів та грантів			
Компетентності випускників			
Чисельність здобувачів освітніх рівнів		Кількість студентів, аспірантів, докторантів	
		Обсяги держзамовлення	
		Кількість іноземних громадян, які здобувають освітні рівні	
Суспільна активність		Реалізація освітніх програм для неповноправних громадян	
		Активна участь у громадському житті міста та країни	
		Проведення екологічних заходів	

Для визначення конкурентоспроможності ЗВО оцінка показників може проводитись із використанням інформації із відкритих джерел, залученням експертів та використанням різних метричних шкал.

Висновки

Проведений аналіз засвідчив, що під конкурентоспроможністю ЗВО слід розуміти його здатність найкращим чином задовольняти існуючі та впливати на формування майбутніх потреб споживачів з використанням ціни, якості освітніх послуг та сформованого асортименту на визначеному ринку освітніх послуг у визначений проміжок часу, при цьому забезпечуючи бажану суспільну спрямованість та власний стійкий розвиток освітнього закладу через сформовані конкурентні переваги. Основними характеристиками категорії «конкурентоспроможності ЗВО» є порівнюваність, просторовість, динамічність, предметність, атрибутивність, системність, об'єктивність. На підставі опитування споживачів, аналізу нормативних документів, що регулюють освітню діяльність та іншої вторинної маркетингової інформації визначено основні показники оцінки конкурентоспроможності ЗВО для споживачів освітніх послуг, системи вищої освіти та суспільства. Для споживачів вищої освіти – це групи показників, які характеризують надання освітніх послуг, проживання та відпочинок здобувачів освітніх рівнів, інформатизацію навчального процесу та його матеріально-технічне забезпечення. Для системи вищої освіти мова йде про вітчизняні та міжнародні рейтинги, відповідність показників умовам надання освітніх послуг, рівень наукової діяльності ЗВО та якість його персоналу, для суспільства – імідж ЗВО, чисельність здобувачів освітніх рівнів, суспільну активність.

Перспективи подальших досліджень

Перспективи подальших досліджень пов'язані із визначенням коефіцієнтів вагомості для часткових показників конкурентоспроможності із використанням методу експертних оцінок.

Список використаних джерел

1. Безтелесна Л. І., Либак І. А. Суть та чинники впливу на конкурентоспроможність вищих навчальних закладів. *Економіка та суспільство*. 2017. Випуск 9. С.145-151.
2. Шевченко А.В., Шворак А.С. Напрями підвищення конкурентоспроможності навчального закладу. *Формування ринкових відносин в Україні*. 2015. № 6 (169). С. 78-82.
3. Бідюк А. Конкурентоспроможність вищих навчальних закладів на ринку освітніх послуг. *Вісник Київського національного торговельно-економічного університету*. 2016. № 6. С. 115-123.
4. Кравченко К.В. Управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу. *Науковий вісник Донбасу*. 2011. № 3. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2011_3_17 (дата звернення 20.09.2020).
5. Тимошенко О.В. Підвищення конкурентоспроможності вищих навчальних закладів культури і мистецтв України. *Економіка і менеджмент культури*. 2014. № 1. С. 27-31.
6. Прус Л. Теоретичні засади управління конкурентоспроможністю вищих навчальних закладів. *Вісник Тернопільського державного економічного університету*. 2006. № 2. С. 114–123.
7. Стеблюк Н.Ф., Копейкіна Є.В. Оцінка конкурентоспроможності вищих навчальних закладів для визначення стратегій їх розвитку. *Причорноморські економічні студії*. 2018. Вип. 34. С. 28-32.
8. Кириченко О.М., Мігдальський А.В. Методи оцінювання конкурентоспроможності підприємства. *Ефективна економіка*. 2017. № 2. URL : <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5428> (дата звернення 20.09.2020).
9. Кваско А. В. Аналіз методів оцінки конкурентоспроможності підприємства. *Наукові записки Української академії друкарства*. 2017. № 1(54). С. 111–118.
10. Кубрак Н.Р., Крикавський Є.В., Косар Н.С. Потенціал еластичності у формуванні конкурентоспроможності промислових підприємств: монографія. Львів, 2013. 204 с.
11. Левицька А. О. Методи оцінки конкурентоспроможності підприємства: вітчизняні та закордонні підходи до класифікації. *Mechanism of Economic Regulation*. 2013. № 4. С. 155-163.
12. Бреус С.В., Сугоняко І.І. Оцінювання конкурентоспроможності закладу вищої освіти у контексті управління нею. *Інфраструктура ринку*. 2020. № 39. С. 128-136. URL : http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/23.pdf (дата звернення 24.09.2020).
13. Кадирус І. Г. Конкурентоспроможність підприємства та фактори, що на неї впливають. *Ефективна економіка*. 2014. № 5. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104 (дата звернення 24.09.2020).
14. Ліцензійні умови провадження освітньої діяльності. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text> (дата звернення 26.09.2020).

References

1. Beztelesna L.I., Lybak I.A. (2017). Cut ta chynnyky vplyvu na konkurentospromozhnist vyshchyykh navchalnykh zakladiv [Essence and factors affecting the competitiveness higher education institutions]. *Ekonomika ta suspilstvo [Economy and society]*, 9, 145-151.
2. Shevchenko A.V., Shvorak A.S. (2015). Napriamy pidvyshchennia konkurentospromozhnosti navchalnoho zakladu [Ways of enhancement of competitive ability of education institute]. *Formuvannia rynkovykh vidnosyn v Ukraini [Formation of market relations in Ukraine]*, 6 (169), 78-82.
3. Bidiuk A. (2016). Konkurentospromozhnist vyshchyykh navchalnykh zakladiv na rynku osvitnikh posluh [Competitiveness of higher education establishments in the learning services market]. *Visnyk Kyivskoho natsionalnoho torhovelno-ekonomichnoho universytetu [Herald of Kyiv National University of Trade and Economics]*, 6, 115-123.
4. Kravchenko K.V. (2011). Upravlinnia konkurentospromozhnistiu vyshchoho navchalnoho zakladu [Management of competitiveness of institute of higher education]. *Naukovyi visnyk Donbasu [Academic Bulletin of Donbas]*, 3. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/nvd_2011_3_17 (accessed 20 September 2020).
5. Tymoshenko O.V. (2014). Pidvyshchennia konkurentospromozhnosti vyshchyykh navchalnykh zakladiv kultury i mystetstv Ukrainy [Increase of competitiveness of higher educational establishments culture and arts of Ukraine]. *Ekonomika i menedzhment kultury [Economics and culture management]*, 1, 27-31.
6. Prus L. (2006). Teoretychni zasady upravlinnia konkurentospromozhnistiu vyshchyykh navchalnykh zakladiv [Theoretical principles of managing the competitiveness of higher education institutions]. *Visnyk Ternopilskoho derzhavnoho ekonomichnoho universytetu [Herald of Ternopil National Economic University]*, 2, 114–123.
7. Stebliuk N.F., Kopieikina Ye.V. (2018). Otsinka konkurentospromozhnosti vyshchyykh navchalnykh zakladiv dlia vyznachennia stratehii yikh rozvytku [Assessment of the competitiveness of higher education institutions to determine strategies for their development]. *Prychornomorski ekonomichni studii [Black sea economic studies]*, 34, 28-32.
8. Kyrychenko O.M., Mikhalskyi A.V. (2017). Metody otsiniuvannia konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Methods of assessment of enterprise competitiveness]. *Efektivna ekonomika [Efficient economy]*, 2. Retrieved from: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5428> (accessed 20 September 2020).

9. Kvasko A. V. (2017). Analiz metodiv otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva [Analysis of methods of assessment of enterprises competitiveness]. *Naukovi zapysky Ukrainskoi akademii drukarstva [Scientific notes UAD]*, 1(54), 111–118.
10. Kubrak N.R., Krykavskiy Ye.V., Kosar N.S. (2013). Potensial elastychnosti u formuvanni konkurentospromozhnosti promyslovykh pidpriemstv [The potential for elasticity in shaping the competitiveness of industrial]. Lviv, Vydavnytstvo Lvivskoi politekhniki.
11. Levytska A. O. (2013). Metody otsinky konkurentospromozhnosti pidpriemstva: vitchyzniani ta zakordonni pidkhody do klasyfikatsii [Methods for Assessing Competitiveness: National and Foreign Approaches to Classification]. *Mechanism of Economic Regulation*, 4, 155-163.
12. Breus S.V., Suhoniako I.I. (2020). Otsiniuvannia konkurentospromozhnosti zakladu vyshchoi osvity u konteksti upravlinnia neiu [Evaluation the competitiveness of higher education institution in the context of managing them]. *Infrastruktura rynku [Market Infrastructure]*, 39, 128-136. Retrieved from: http://www.market-infr.od.ua/journals/2020/39_2020_ukr/23.pdf (accessed 24 September 2020).
13. Kadyrus I. H. (2014). Konkurentospromozhnist pidpriemstva ta factory, shcho na nei vplyvaiut [Competitiveness of enterprises and factors making effects on this]. *Efektivna ekonomika [Efficient economy]*, 5. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2014_5_104 (accessed 24 September 2020).
14. Litsenziini umovy provadzhennia osvitnoi diialnosti [Licensing conditions for educational activities]. Retrieved from: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1187-2015-%D0%BF#Text> (accessed 26 September 2020).

N. S. Kosar, N. Ye. Kuzo, T.A. Sulym
Lviv Polytechnic National University

INVESTIGATION OF COMPETITIVENESS OF HIGHER EDUCATION ESTABLISHMENTS: ESSENCE AND DIFFERENTIATED APPROACH TO DETERMINATION

© Kosar N.S., Kuzo N.Ye., Sulym T.A., 2020

Basing on the conducted analysis, the authors determined the essence of the notion of “competitiveness of a higher education establishment” at the market, which is considered as a capacity to best satisfy the current and influence formation of the future needs of consumers by means of prices, quality of education services and supplied range of products at the specified market of educational services in the set period of time. Moreover, it is necessary to support the desired social focus and personal sustainable development of the education establishment due to its acquired competitive advantages. It is substantiated that the main characteristics of the category of “competitiveness of higher education establishments” include comparability, spatiality, dynamism, concreteness, attributiveness, consistency, objectiveness.

Referring to the results of consumers’ interviewing, analysis of the regulatory documents on educational activities and other secondary marketing information, the authors identified the principal indices of assessment of competitiveness of higher education establishments, supplied for consumers of educational services, system of higher education and society. For higher education consumers, they include a group of indices characterizing the supplied educational services, accommodation and leisure activities for the students of different levels, information support for educational process, and its financial and logistical support. In terms of higher education, it concerns national and international ratings, relevance of the indices to the supplied educational services, level of research activity at the higher education establishment, and staff qualification. The most important groups of indices for assessment of competitiveness of a higher education establishment in terms of its social importance include the education establishment image, number of students of different educational levels, and its social activity. The current work mentions the recommended components for each of the above-mentioned groups of indices for assessment of competitiveness of a higher education establishment. It is proposed to calculate the integral index of competitiveness of a higher education establishment at the market with consideration of the values of partial indices of competitiveness, which are set for different entities of the educational services market and the relevant weight factors.

Key words: market of educational services, higher education establishment, competitiveness, consumers of educational services, integral index of competitiveness of a higher education establishment.