

УДК 001.4:012.64:316

DOI: 10.32342/2074-5362-2019-1-26-9

**А.Д. МОСТОВА,**  
*кандидат економічних наук, старший викладач  
Університету імені Альфреда Нобеля*

**М.Д. РІЗНИЧЕНКО,**  
*студент Університету імені Альфреда Нобеля*

## **ОЦІНКА КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ НА РИНКУ ІТ-ОСВІТИ**

У статті проведено дослідження теоретичних підходів до визначення конкурентоспроможності підприємства та наведено визначення конкурентоспроможності навчальних закладів. Конкурентоспроможність – це здатність навчального закладу діяти на ринку нарівні з надавачами аналогічних навчальних послуг або конкуруючими навчальними закладами. Конкурентоспроможність визначають як динамічну величину, що постійно змінюється і залежить від ряду факторів.

Виявлено ключових гравців на ринку курсів ІТ-освіти та ключових конкурентів на ринку ВНЗ. Серед наведених конкурентів немає жодного ВНЗ, крім Комп'ютерної Академії ШАГ, тому що перелік спеціальностей курсів ІТ-освіти відрізняється радикально.

Проведено порівняльний аналіз конкурентоспроможності ключових українських ІТ-університетів щодо обраних показників за допомогою методу експертного оцінювання. Виходячи з аналізу можна побачити найбільше охоплення ринку та експертних симпатій в ХНУРЕ, ХП та Львівській політехніці. Натомість експерти невисоко оцінили якість традиційно престижного Вінницького національного технічного університету.

Наведено результати порівняльного аналізу конкурентоспроможності ключових гравців українського ринку освітніх курсів у ІТ-сегменті із залученням експертів. Аналіз показав, що Комп'ютерна Академія ШАГ вийшла в лідери зі значним відривом від останнього конкурента. Єдиний виявлений експертами недолік – надвисокі ціни на навчання, що збігається також із проаналізованими відгуками в мережі Інтернет і нашою власною думкою щодо політики закладу.

Також наведено результати дослідження потреб споживачів освітніх послуг у ІТ-сфері та зроблено висновок, що Комп'ютерна Академія ШАГ майже повністю задовольняє основні потреби цільової аудиторії.

**Ключові слова:** *ринку ІТ-освіти, конкурентоспроможність навчальних закладів і освітніх послуг.*

В статье проведено исследование теоретических подходов к определению конкурентоспособности предприятия и приведено определение конкурентоспособности учебных заведений. Выявлены ключевые игроки на рынке курсов ИТ-образования и ключевые конкуренты на рынке вузов. Проведен сравнительный анализ конкурентоспособности ключевых украинских ИТ-университетов по избранным показателям с помощью метода экспертной оценки. Представлены результаты сравнительного анализа конкурентоспособности ключевых игроков украинского рынка образовательных курсов в ИТ-сегменте с привлечением экспертов. Представлены результаты исследования

запросов потребителей образовательных услуг в IT-сфере и сделан вывод, что Компьютерная Академия ШАГ почти полностью удовлетворяет основные потребности целевой аудитории.

**Ключевые слова:** рынок IT-образования, конкурентоспособность учебных заведений и образовательных услуг.

**Постановка проблеми у загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.** У сучасних умовах господарювання не тільки в Україні, а й в усьому світі спостерігається посилення конкуренції в галузі освіти, внаслідок чого керівники навчальних закладів мають постійно пристосовуватися до динамічних зовнішніх умов, розробляти та застосовувати нові інструменти управління навчальними закладами та підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

Значущість сфери IT-освіти в усьому світі висуває підвищені вимоги до рівня навчальних послуг навчальних закладів. Український ринок IT-освіти намагається відповідати сучасним ринковим тенденціям та вимогам, тому питання забезпечення конкурентоспроможності навчальних закладів є актуальним і найбільш пріоритетним для формування конкурентної позиції вітчизняної IT-освіти в найближчій перспективі. Для розв'язання цього питання та прийняття ефективних управлінських рішень необхідне інформаційне забезпечення щодо конкурентоспроможності навчальних закладів на ринку IT-освіти. Це зумовило актуальність дослідження конкурентоспроможності основних гравців на українському ринку IT-освіти для подальшого вдосконалення існуючих науково-методичних розробок у сфері підвищення конкурентоспроможності навчальних закладів та навчальних послуг.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій, у яких започатковано розв'язання досліджуваної проблеми та виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, яким присвячено статтю.** Загальні теоретико-методичні підходи до оцінки конкурентоспроможності підприємства розглядаються в працях зарубіжних і вітчизняних авторів (М. Макдоналд [2], Я. Данбар [4], М.Х. Мескон [4], М. Портер [3], Дж. Грейсон, Б. Голд, Т. Конно, Ж.-Ж. Ламбен [1], І.М. Лифиц, В. Парето та ін.), але в них не запропоновано практичних підходів до оцінки, вибору критеріїв і показників конкурентоспроможності навчального закладу. У дослідженнях вчених не наведено єдиного підходу до вибору інструментів і методів управління конкурентоспроможністю, а показники оцінки конкурентоспроможності підприємств не розглядалися авторами стосовно навчальних закладів та навчальних послуг.

Дослідженню конкурентоспроможності вищого навчального закладу, розробці підходів до її оцінювання та шляхів підвищення присвячено наукові праці багатьох вчених. Зокрема, Н.М. Різник [5], Т.М. Тардаскіна [6] визначають підходи та розробляють методики оцінювання рівня конкурентоспроможності вищого навчального закладу. К.В. Кравченко [7], В.І. Сацик [8], І.О. Царенко [9], Я.О. Горинь [10] досліджують проблеми управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу.

Однак в умовах загострення конкурентної боротьби на ринку освітніх послуг в ІТ-сфері необхідні подальші наукові розробки, які спираються на практичні результати оцінювання конкурентоспроможності навчальних закладів.

**Формулювання цілей статті.** Мета дослідження – розкрити поняття конкурентоспроможності навчальних закладів та провести дослідження конкурентоспроможності навчальних закладів на українському ринку ІТ-освіти.

**Виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів.** Аналізуючи конкурентоспроможність вищих навчальних закладів необхідно розглянути науково-теоретичні підходи до визначення цього терміна. Згідно з визначенням М.Х. Мескона, конкурентоспроможність підприємства – це відносна характеристика, яка виражає відмінності розвитку певного підприємства від рівня задоволення своїми товарами потреб клієнтів. Відповідно до ефективності діяльності конкурентоспроможність підприємства характеризує можливості і динаміку пристосування до умов ринкової конкуренції [4, с. 199].

М. Портер вважає, що конкурентоспроможність – здатність товару, послуги, суб'єкта ринкових відносин діяти на ринку нарівні з аналогічними на ньому товарами, послугами або конкуруючими суб'єктами ринкових відносин [3].

М. Макдоналд, Я. Данбар у своїй праці зазначають, що конкурентоспроможність – це міра реальної сили підприємства в кожному сегменті, об'єктивна оцінка здатності компанії задовольнити потреби кожного сегмента порівняно з конкурентами [2, с. 28].

На думку Ж.-Ж. Ламбена, конкурентоспроможність підприємства – це здатність задовольняти потреби споживачів краще, ніж це роблять конкуренти [1, с. 36].

Можна зробити висновок, що конкурентоспроможність – характеристика не тільки товару, послуги, а й підприємства, країни і навіть ринку в цілому. Незважаючи на те, що автори по-різному трактують поняття конкурентоспроможності, можна помітити, що конкурентоспроможність визначають як динамічну величину, що постійно змінюється і залежить від ряду факторів. Залежно від підходу, використовуються різні визначення конкурентоспроможності, але класичним є визначення М. Портера, згідно з яким конкурентоспроможність – це здатність навчального закладу діяти на ринку нарівні з надавачами аналогічних навчальних послуг або конкуруючими навчальними закладами.

Перейдемо до оцінки конкурентоспроможності навчальних закладів на ринку ІТ-освіти.

Оскільки цінові, територіальні та якісні показники некоректно порівнювати між собою, було обрано метод кількісного порівняння за числом зарахованих студентів, тобто аналіз кола споживачів послуг. За основу вихідних даних було взято дослідження, проведене ІТ-спільнотою DOU [11]. Найбільш вагомим гравцем ринку занесено до табл. 1 із зазначенням кількості зарахованих кожного року студентів.

## Ключові гравці на ринку курсів ІТ-освіти

Підприємство	Кількість зарахованих студентів		
	Рік		
	2016	2017	2018
КА ШАГ (IT STEP)	4832	5162	5002
MainAcademy	3393	3521	3486
CyberBionicSystematics	2930	2802	2686
IT EducationAcademy (ITEA)	2926	2633	2602
SkillUP	2782	2975	2838
GoIT	2135	2285	2193
Prog.kiev.ua	1867	1998	1918
QALight	1675	1792	1721
Source IT	1616	1626	1660
Інші (більше 60 закладів)	19712	20747	20207

Джерело: складено авторами на основі [11].

Серед наведених конкурентів немає жодного ЗВО, крім ШАГ, тому що перелік спеціальностей курсів ІТ-освіти відрізняється радикально. До розрахунку взято усі заклади України 2–3 та 4 рівня акредитації (із включеними до загальної статистики структурними підрозділами – філії, інститути). Підрозділи, які зарахували за весь аналізований період більше 12 студентів, а також філії міжрегіональних навчальних закладів, зазначено окремо. Для наочності показники з табл. 1 було візуалізовано у вигляді кругової діаграми.

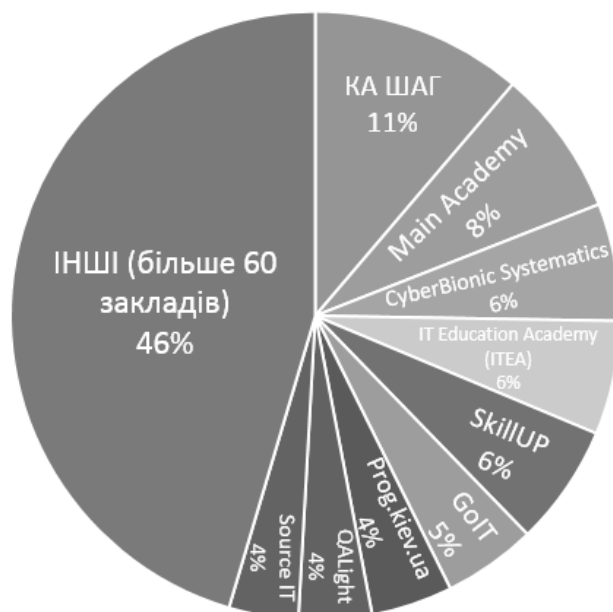


Рис. 1. Частки ринку курсів ІТ-освіти у 2016–2018 рр.

Джерело: складено авторами на основі [11].

Також виходячи з сучасних реалій при аналізі саме в маркетинговому розрізі недоречно дотримуватися формальної класифікації Міністерства освіти, яка відірвана від реальності.

Тому у табл. 2 зведено до єдиного кількісного показника усіх студентів, що були зараховані до зазначених ВНЗ у 2016–2018 роках за програмами «Бакалавр», «Спеціаліст» (до скасування у 2017 р.) та «Магістр» денної, вечірньої та заочної форм навчання на бюджетних та контрактних місцях за спеціальностями, що мають фактичні аналоги у навчальному обсязі академії ШАГ.

Таблиця 2

### Ключові конкуренти на ринку ВНЗ

Заклад	Регіон	Рік		
		2016	2017	2018
НУ «Львівська політехніка»	Львів	1432	1888	1999
НТУ «Київський політехнічний інститут ім. І. Сікорського»	Київ	1546	1619	2000
Харківський національний університет радіоелектроніки	Харків	762	1393	1596
Національний авіаційний університет	Київ	1192	1123	852
НТУ «Харківський політехнічний інститут»	Харків	994	919	787
Державний Університет Телекомунікацій	Київ	567	758	585
Одеський національний політехнічний університет	Одеса	681	668	496
Вінницький національний технічний університет	Вінниця	576	604	580
НАУ «Харківський авіаційний інститут» ім. Жуковського	Харків	668	464	549
НТУ «Дніпровська політехніка»	Дніпро	540	520	416
IT STEP UNIVERSITY	Львів	0	40	63
Інші	Україна	11615	12143	12396

Джерело: складено авторами на основі [11].

Дані з табл. 2 було візуалізовано для наочності у вигляді діаграми.

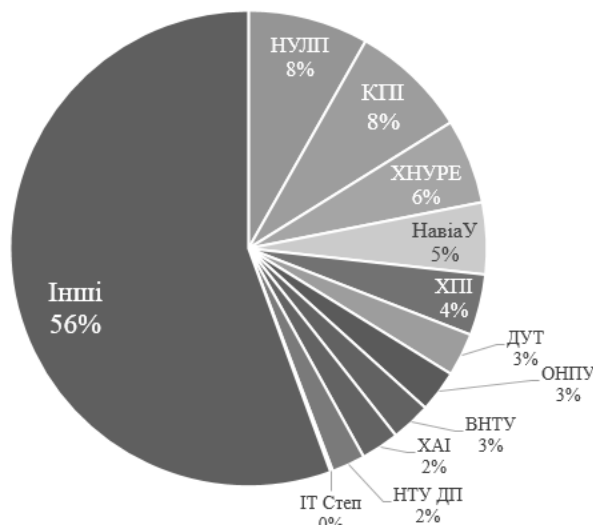


Рис. 2. Частки основних гравців ринку ІТ-ВНЗ (вступники 2016–2018 рр.)

Джерело: складено авторами на основі [11].

Далі було зібрано експертну групу з 5 (п'яти) спеціалістів, до якої увійшли спеціалісти КА ШАГ та студенти із не зазначених у переліку навчальних закладів та/або курсів професійної ІТ-освіти. Експертній групі було запропоновано оцінити українські ІТ-університети з ТОП-списку за кількома категоріями конкурентоспроможності, такими як рівень цін за шкалою від 0 до 10 балів, де 0 – найнижча оцінка, а 10 – найвища. Оцінювання відбувалося шляхом заповнення таблиці. Дані, отримані за кожним з рядків таблиці, було приведено до середнього значення, які наведено в табл. 3.

Таблиця 3

**Порівняльна таблиця конкурентоспроможності ключових українських ІТ-університетів за обраними показниками**

Критерій конкурентоспроможності за шкалою 0–10 балів	НУЛП	КП	ХНУРЕ	НавіаУ	ХП	ДУТ	ОНПУ	ВНТУ	ХАІ	НТУ ДП	IT STEP
Технічно-матеріальна база	9	6	10	7	10	5	5	4	4	4	9
Професіоналізм викладачів	9	8	10	8	8	6	4	5	6	5	7
Доступність цін	8	7	3	8	10	7	5	8	10	7	4
Територіальне охоплення	5	6	8	6	7	6	5	3	4	3	7
«Асортимент» спеціальностей	7	8	9	7	8	9	9	8	10	7	3
Рекламна активність	7	7	7	5	6	6	5	4	7	3	10
Загальна популярність бренду	7	9	9	6	8	5	6	3	8	3	7
Престиж закладу	9	7	10	8	9	6	6	7	8	4	10
Гнучкість графіка навчання	0	0	7	6	7	3	2	4	1	0	7
Зручність розташування	8	7	8	7	7	8	6	5	8	9	8
Програми лояльності	0	0	3	0	0	5	0	0	4	0	7
Визнання дипломів роботодавцями	9	8	9	7	7	4	6	5	8	6	7

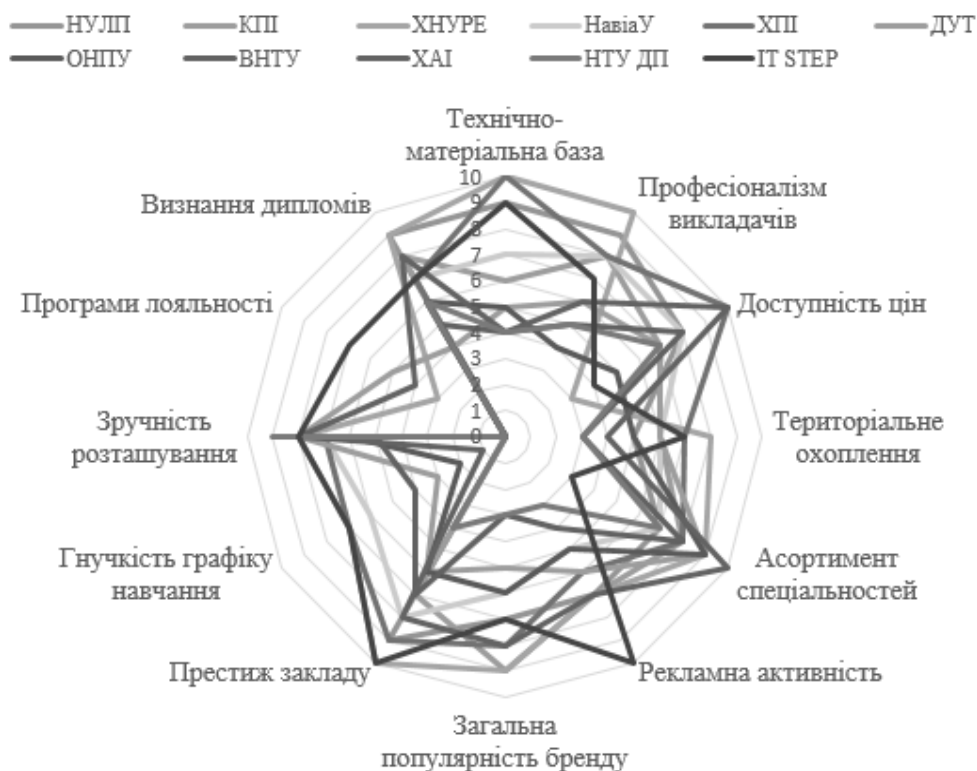
Джерело: розроблено авторами.

Далі дані з табл. 3 було візуалізовано у вигляді багатокутної діаграми конкурентоспроможності, яку наведено на рис. 3.

Виходячи з аналізу, можна побачити найбільше охоплення ринку та експертних симпатій в ХНУРЕ, ХП та Львівській політехніці. Натомість експерти невисоко оцінили якості традиційно престижного Вінницького національного технічного університету.

Аналогічним шляхом та за аналогічною методикою, за цими ж категоріями та сама експертна група провела оцінювання курсів ІТ-освіти з ТОП-списку. Отримані дані за кожним з рядків таблиці було приведено до середнього значення, отримані значення наведено в табл. 4.

Різниця в методиці оцінювання була лише щодо фактора територіального охоплення: якщо у випадку з університетами враховувалось чи зручно діставатися основних філій громадським транспортом усередині міста розташування закладу, то для освітніх ІТ-курсів враховувалося також розгалуження мережі Україною.



**Рис. 3.** Багатокутник конкурентоспроможності найбільших (за результатами набору) українських університетів та академій, що надають послуги ІТ-освіти  
Джерело: розроблено авторами.

Таблиця 4

**Порівняльна таблиця конкурентоспроможності ключових гравців українського ринку освітніх курсів у ІТ-сегменті**

Критерії конкурентоспроможності	КА ШАГ	MainAcademy	CyberBionicSystematics	IT EducationAcademy	SkillUP	GoIT	Prog.kiev.ua	QALight	Source IT
Технічно-матеріальна база	9	3	4	3	4	3	5	6	7
Професіоналізм викладачів	7	7	5	7	6	5	6	7	6
Доступність цін	3	5	6	2	7	6	7	6	4
Територіальне охоплення	10	6	1	2	5	0	2	2	6
Асортимент спеціальностей	9	5	5	8	6	4	2	8	8
Рекламна активність	8	4	5	6	6	3	5	6	7

Критерії конкурентоспроможності	КА ШАГ	MainAcademy	CyberBionicSystematics	IT EducationAcademy	SkillUP	GoIT	Prog.kiev.ua	QALight	Source IT
Популярність бренду	9	8	6	5	7	2	4	3	5
Престиж закладу	7	4	5	4	4	5	3	5	6
Гнучкість графіка навчання	10	6	4	0	2	3	5	0	2
Зручність розташування	10	8	4	1	3	6	3	4	9
Програми лояльності	8	6	3	0	7	3	6	0	3
Визнання дипломів	7	3	0	6	5	2	1	4	5

Джерело: складено авторами на основі [11].

Для візуалізації усереднених результатів за кожним критерієм табл. 4 кож було обрано метод діаграми багатокутника, що наведено на рис. 4, з якого наочно можна побачити, що Комп'ютерна Академія ШАГ вийшла в лідери зі значним відривом від останнього конкурента, і єдиний виявлений експертами недолік – надвисокі ціни на навчання, що збігається також із проаналізованими відгуками в мережі Інтернет та нашою власною думкою щодо політики закладу.



Рис. 4. Багатокутник конкурентоспроможності ключових гравців українського ринку освітніх курсів у ІТ-сегменті

Джерело: розроблено авторами.



Середня вартість навчання в університетах за ІТ-спеціальностями складає майже 14000 грн/рік для денної та майже 9000 грн/рік для заочної форми навчання (25000 та 17000 – для ТОП-списку відповідно).

Співвідношення студентів – приблизно 63% денних / 37% заочних – при загальній кількості в 22327 студентів дає відповідно ємність ринку лише для вступників 2018 р. майже 300 млн грн, тобто із урахуванням усіх п'яти курсів, що навчаються та сплачують одночасно, загальний обсяг складе більше 1,5 млрд грн, і це без урахування дитячих груп та підготовчих курсів для школярів дозволяє сміливо округляти загальний обсяг ринку ІТ-освіти за держстандартом у 2018 р. до 300 млн грн.

Споживачі послуг залежно від суббренду:

- школярі 7–15 років – учні Малої академії;
- студенти 16–55 років – основна група курсів та університету.

Оскільки навчання є денним або вечірнім, заочне не передбачено, майже всі студенти – це молодь, що навчається за кошти батьків. Виходячи із середніх цін на навчання в академії ШАГ щомісяця сім'я має виділяти до 2500 грн на оплату освітніх послуг. Тому сукупний дохід сім'ї на потенційного студента зазвичай не нижче 12000 грн на члена сім'ї, тобто середній та вище.

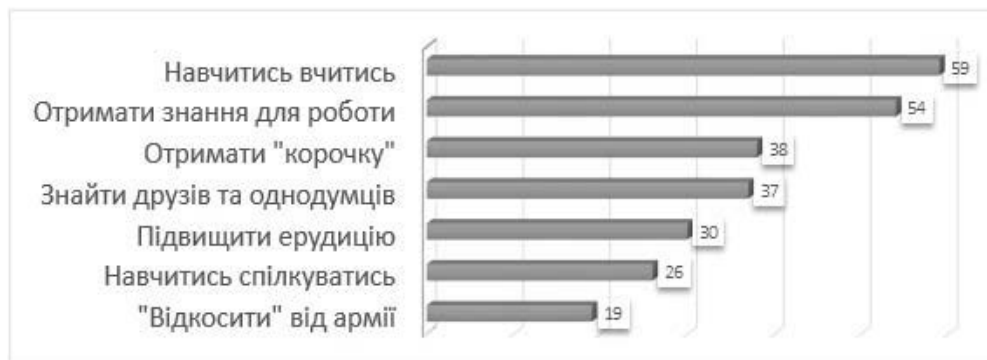
У переважній більшості випадків споживачем послуг не є особа, відповідна за прийняття рішення щодо оплати послуг академії. Майже 97 % студентів віком 17–25 років, і навчання їм оплачують батьки. Процес прийняття рішення щодо навчання суттєво відрізняється від рішень щодо інших батьківських купівель. Якщо щодо дитячого одягу чи туристичних путівок було б доречно спрямовувати рекламу безпосередньо на батьків, то у випадку з освітою абітурієнт не лише приймає кінцеве рішення, а й стає ініціатором подання документів до академії.

Основна потреба студентів: отримати практичні навички, які впродовж першого ж року після випуску дозволять працевлаштуватися за фахом та забезпечать швидке кар'єрне зростання. Для цього реалізуються партнерські програми працевлаштування випускників.

Студенти розглядають спеціалізації як взаємозамінні й за рівнем навичок (у рамках поділу на три професійні гілки «Розробник – Дизайнер – Сисадмін»). Цей факт підтверджує, зокрема, дослідження статистичного підрозділу порталу DOU за 2017 р., базоване на добровільному анкетуванні.

Респондентам було поставлено одне питання «Чому ви пішли навчатися до ВНЗ?» і надано кілька варіантів відповідей. Візуалізацію відсоткового співвідношення цих відповідей наведено на рис. 5. Серед них зустрічаються найрозповсюдженіші відгуки та мотивації до навчання, включаючи відстрочку від армійського призову для юнаків (18% від респондентів обох статей).

Аналізуючи запити споживачів та зіставляючи їх з реальними фактами, можна дійти висновку, що Комп'ютерна Академія ШАГ майже повністю задовольняє основні потреби цільової аудиторії.



**Рис. 5. Основні стимули студентів для вступу до ВНЗ**

Джерело: складено авторами на основі [12].

**Висновки з проведеного дослідження і перспективи подальших розвідок.** У результаті цього дослідження виявлено, що обсяг ринку ІТ-освіти за держстандартом на 2018 р. складає майже 1,5 млрд грн, з яких львівський університет ІТ STEP має мізерну частку, але це зумовлено тим, що заклад було відкрито лише наприкінці 2016 р. і цей проект лише увійшов у початкову стадію життєвого циклу товару. У свою чергу, обсяг ринку ІТ-профосвіти складає майже 200 млн грн, і на цьому ринку Комп'ютерна Академія ШАГ займає безумовне лідерське становище із часткою більше 11% та відривом від найближчого за обсягом конкурента понад 30%. Виходячи з цього було сформовано основну мету – втримати ринкові позиції та розширити зону впливу.

Подальші наукові дослідження варто присвятити вдосконаленню методичних підходів до оцінювання конкурентоспроможності навчальних закладів на ринку ІТ-освіти та розробленню напрямів підвищення конкурентоспроможності зазначених навчальних закладів.

#### *Список використаної літератури*

1. Ламбен Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / Ж.-Ж. Ламбен. – СПб.: Питер, 2011. – 720 с.
2. Макдоналд М. Сегментирование рынка / М. Макдональд, Я. Данбар. – М.: Дело и Сервис, 2012. – 288 с.
3. Портер М.Е. Конкурентное преимущество: как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / М.Е. Портер; пер. с англ. Е. Калинина. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2005. – 714 с.
4. Мескон М.Х. Основы менеджмента. / М.Х. Мескон. – М.: Дело, 1993. – 704 с.
5. Різник Н.М. Підходи до оцінювання конкурентоспроможності ВНЗ / Н.М. Різник, О.М. Бачинська // Економіка і регіон – ПолтНТУ. – 2013. – № 4 (41). – С. 64–69.
6. Тардаскіна Т.М. Складові конкурентоспроможності ВНЗ та визначення методів її оцінки [Електронний ресурс] // Т.М. Тардаскіна,

I.G. Zubkova. – Режим доступу: [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2013/Economics/6\\_135194.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2013/Economics/6_135194.doc.htm)

7. Кравченко К.В. Управління конкурентоспроможністю вищого навчального закладу [Електронний ресурс] / К.В. Кравченко. – Режим доступу: <http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/NN15/11kkvvnz.pdf>

8. Сацик В.І. Ключові фактори становлення конкурентоспроможних університетів / В.І. Сацик // *Економіка України*. – 2013. – № 5 (618). – С. 75–90.

9. Царенко І.О. Методи оцінки рівня конкурентоспроможності вищого навчального закладу / І.О. Царенко // *Молодий вчений*. – 2015. – № 2 (17). – С. 122–125.

10. Горинь Я.О. Фактори конкурентоспроможності ВНЗ на ринку освітніх послуг [Електронний ресурс] / Я.О. Горинь, О.С. Сенишин, М.О. Горинь // *Молодіжний економічний дайджест*. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/med\\_2014\\_1\(1\)\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/med_2014_1(1)_25)

11. Всеукраїнський портал ІТ-спеціалістів DOU [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dou.ua/lenta/articles/it-schools-rankings-2016>

12. Всеукраїнський портал ІТ-спеціалістів DOU [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://dou.ua/lenta/articles/ukrainian-universities-2017/>

### References

1. Lamben, Zh.-Zh. (2011). *Menedzhment, orientirovannyj na rynek* [Market oriented management]. St. Petersburg, Piter Publ., 720 p.

2. Makdonald M., Danbar Ja. (2012). *Segmentirovanie rynka* [Segmentation of the market]. Moscow, DeloiServis Publ., 288 p.

3. Porter M.E. (2005). *Konkurentnoe preimushhestvo: kak dostich' vysokogo rezul'tata I obespechit' ego ustojchivost'* [Competitive advantage: how to achieve high results and ensure its stability]. Moscow, Al'pinaBiznesBuks Publ., 714 p.

4. Meskon M.H. (1993). *Osnovy menedzhmenta* [Fundamentals of management]. Moscow, Delo Publ., 704 p.

5. Riznyk N.M., Bachinska O.M. (2013). *Pidhody do otsinyvannia konkurentospromognosti VNZ* [Going is near the estimation competitiveness of higher educational establishments]. *Ekonomika i region* [Economics and region], no. 4 (41), pp. 64-69.

6. Tardaskina T.M., Zubkova I.G. (2013). *Skladovi konkurentospromognosti VNZ ta vuznashennia metodiv yiyi otsinki* [Components of competitiveness of the University and defining its methods of assessment]. Available at: [http://www.rusnauka.com/12\\_KPSN\\_2013/Economics/6\\_135194.doc.htm](http://www.rusnauka.com/12_KPSN_2013/Economics/6_135194.doc.htm) (Accessed 30 April 2019).

7. Kravchenko K.V. *Upravlinnia konkurentospromognosti vishogo navshalnogo zakladu* [University competitiveness management]. Available at: <http://nvd.luguniv.edu.ua/archiv/NN15/11kkvvnz.pdf> (Accessed 30 April 2019).

8. Satsik V.I. (2013). *Klutshovi factory stanovlennia konkurentospromognich universitetiv* [Key factors of formation of competitive universities]. *Ekonomika Ukrainy* [Ukraine economy], no. 5 (618), pp. 75-90.

9. Tsarenko I.O. (2015). *Metodu otsinku rivnia konkurentospromognosti vishoho navshalnogo zakladu* [The methods of evaluation the level of com-

petitiveness of the University]. *Moloduy vsheniy* [Young scientist], no. 2 (17), pp. 122-125.

10. Goryn Ya.O., Senyshin O.S. (2014). *Factory konkurentospromoghnosti VNZ na rynky osvitynih poslug* [Factors of University competitiveness on education services market]. *Molodigniy ekonomichniy daydgest* [Youtheconomicdigest], no. 1 (1), pp. 123-126. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/med\\_2014\\_1\(1\)\\_25](http://nbuv.gov.ua/UJRN/med_2014_1(1)_25) (Accessed 30 April 2019).

11. Ukrainian portal IT-specialties DOU. Available at: <https://dou.ua/lenta/articles/it-schools-rankings-2016> (Accessed 30 April 2019).

12. Ukrainian portal IT-specialties DOU. Available at: <https://dou.ua/lenta/articles/ukrainian-universities-2017/> (Accessed 30 April 2019).

## ASSESSMENT OF COMPETITIVENESS OF EDUCATIONAL INSTITUTIONS IN THE IT-EDUCATION MARKET

*Anastasia D. Mostova*, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine). E-mail: [a.mostovaya@duan.edu.ua](mailto:a.mostovaya@duan.edu.ua)

*Mykhailo D. Riznichenko*, Alfred Nobel University, Dnipro (Ukraine). E-mail: [a.mostovaya@duan.edu.ua](mailto:a.mostovaya@duan.edu.ua)

DOI: 10.32342/2074-5362-2019-1-26-9

**Key words:** *IT education market, competitiveness of educational institutions and educational services.*

The article deals with the study of theoretical approaches to the definition of the competitiveness of the enterprise and the definition of the competitiveness of educational institutions. Competitiveness is the ability of an educational institution to act on the market alongside similar educational services or competing educational institutions. Competitiveness is defined as a dynamic variable that is constantly changing and depends on a number of factors.

The key players in the market of IT education courses and key competitors in the market of higher educational institutions are revealed. Among the considered competitors there are no universities except STEP, because the list of specialties courses in IT education differs radically.

The competitiveness of key Ukrainian IT universities by selected indicators was analyzed. A comparative analysis was conducted by the expert evaluation method. Based on the results of the analysis, we can see the largest coverage of the market and expert likes in KNURE, KhPI and Lviv Polytechnic. Instead, the experts did not appreciate the quality of the traditionally prestigious Vinnitsa National Technical University.

The results of the comparative analysis of the competitiveness of key players of the Ukrainian market of educational courses in the IT-segment with the involvement of experts are presented. The analysis showed that the Computer Academy STEP became a leader with a significant margin from the last competitor. The only defect detected by experts was the high cost of training, which coincided with the reviews analyzed on the Internet, and our own opinion about the policy of the institution after the analysis competitors.

The results of research of the needs of consumers of educational services in the IT sphere are presented and the conclusion is made that the Computer Academy STEP almost completely satisfies the basic needs of the target audience.

*Одержано 19.02.2019.*