

SECTION 4. MARKETING AND LOGISTICS ACTIVITIES

Шахов В.Є.

магістрант ОП «Маркетинг»

Сумський національний аграрний університет, Україна

Жмайлова О.Г.

канд. екон. наук, доцент, доцент кафедри маркетингу та логістики

Сумський національний аграрний університет, Україна

ВИКОРИСТАННЯ МАРКЕТИНГОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНЬОГО ТУРИЗМУ (НАВЧАННЯ ЗА КОРДОНОМ) МІЖНАРОДНИМИ ФІРМАМИ В УКРАЇНІ

Процес інтеграції України з Європейською спільнотою, (який на сьогодні триває і в освіті на тлі повномасштабного вторгнення РФ в Україну, активних військових дій в східних та південних регіонах країни та фінансової нестабільності в державі), обумовлює необхідність якісно нового рівня вивчення навчальних дисциплін і потребує істотних змін у міжнародному освітньому співтоваристві. Вирішення цього питання передбачається реальним через використання маркетингових можливостей організації освітнього туризму (навчання за кордоном) міжнародними фірмами та реалізацію новітніх інформаційних технологій, які спрямовані на співробітництво з провідними закордонними компаніями.

Освітній туризм (навчання за кордоном) за останні 20 років став найбільш питомоємким напрямком туризму. Серед основних об'єктивних факторів цього став розвиток глобалізаційних процесів, стирання кордонів між державами. Як наслідок, багато людей емігрують або переїжджають за кордон на деякий час з метою роботи, або повинні контактувати із зарубіжними партнерами по бізнесу. В результаті цього виникає потреба у вивченні іноземних мов, отриманні освітніх послуг у престижних ЗВО Європи чи Америки, підвищенні кваліфікації та удосконаленні професійних компетентностей до рівня міжнародних стандартів.

Варто зазначити, що окремі аспекти діяльності освітнього туризму регулюються Законом України «Про туризм» № 325/95-ВР від 15.09.1995 р. та законодавством України про освіту, яке ґрунтується на Конституції України [1,2].

Зважаючи на перераховані вище основні причини (до яких сьогодні можна додати як головну – міграцію населення України у зв'язку з воєнними діями в країні), міжнародними фірмами, що займаються освітнім туризмом (навчанням за кордоном), найчастіше пропонуються наступні види програм (рисунок 1).

Володіючи достатнім рівнем знань іноземець, може стати слухачем різноманітних курсів чи програм або здобувачем вищої освіти з будь-якої спеціальності в закордонних ЗВО. Наприклад, така популярна зараз програма як за кордоном, так і в Україні (серед яких і в Сумському НАУ), як МБІ (Master of Business Administration) була представлена у 2021 р. більш ніж 200 ЗВО світу, найпрестижніші з яких наведені у таблиці 1.

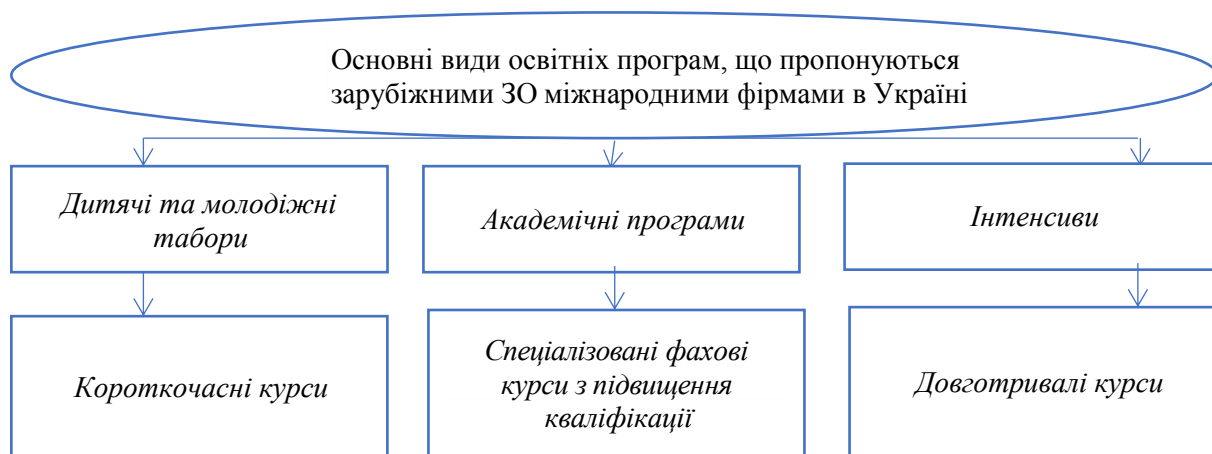


Рис. 1. Основні види освітніх програм, що пропонуються зарубіжними закладами освіти міжнародними фірмами в Україні
Джерело: побудовано автором

Таблиця 1

Рейтинг бізнес-шкіл (Global MBA rankings 2021) за версією Financial Times (будується на основі аналізу рівня заробітних плат випускників MBA через три роки після отримання степеню)

Місце	Назва закладу освіти	Країна
1	Stanford Graduate School of Business	США
2	Wharton School of the University of Pennsylvania	США
3	MIT Sloan School of Management	США
4	Harvard Business School	США
5	HEC Paris	Франція
6	INSEAD	Франція
7	London Business School	Великобританія
8	Columbia Business School	США
9	IE Business School	Іспанія
10	Haas School of Business University of California Berkeley	США

Джерело: побудовано за [3]

Як бачимо, лідируюча позиція (за кількістю представлених освітніх закладів) належить США. Дві позиції представлені закладами освіти Франції. По одній позиції в рейтингу зайняли заклади освіти Великобританії та Іспанії. При цьому зазначимо, що у в цілому у QS 2021 рейтинг Global MBA Ranking увійшли програми MBA 258 університетів і бізнес-шкіл з сорока країн світу [3].

Отже, щоб обрати курси, школу, заклад освіти та правильно оформити документи для вступу до них – це одна із задач міжнародних фірм в Україні, які пропонують свої послуги здобувачам освіти за кордоном.

Саме тому, співробітники фірм мають бути добре обізнані в питаннях різноманітних освітніх програмах і навчальних закладах різних країн. Отримати ці знання вони мають

змогу, приймаючи участь у робочих зустрічах (Workshops), виставках та ярмарках, через мережу Internet, рекламу ЗМІ та шляхом налагодження прямих контактів й відвідування освітніх закладів. Практика підтверджує, що їх частка у напрямках пошуку міжнародними освітніми фірмами партнерів серед зарубіжних мовних шкіл та інших закладів освіти склала близько 50,0%; 22,0%; 16,0% та менше 10%, відповідно. [5]

Лідерами серед країн, куди від'їжджають наші співгромадяни є, традиційно, Великобританія, Німеччина, Франція, Польща, Мальта. Є багато бажаючих подорожувати для навчання до США, Канади, Австралії. Але це є дорогим та важко оформлюваним (із точки зору отримання віз) напрямом. Отже, виходячи із вищезазначеного можна констатувати, що освітній туризм (навчання за кордоном) є молодим різновидом послуг, але разом із тим, перспективним. До того ж, сьгоднішні темпи його розвитку у порівнянні із темпами розвитку інших видів туризму є найінтенсивнішими. Це, на наш погляд, зумовлено збільшенням доходів та усвідомлення в необхідності здобуття якісної освіти серед людей різних країн світу.

Найбільшим попитом користуються освітні програми, далі йдуть професійні програми та академічні курси. Цей розподіл ролей характерний майже всій світовій спільноті, окрім англomовних країн – там на першому місці професійні та академічні програми.

Отже, можна стверджувати, що сьогодні на вітчизняному ринку працюють міжнародні фірми, які пропонують освітні програми за кордоном. Однією серед таких фірм є DAN IT «Education», яка спеціалізується на даному продукті та, зазвичай, пропонує індивідуальний підхід як пошуку, так і вибору програми навчання, що, безперечно, відображується на вартості послуг фірми (вони є не дешевими). До того ж, слід зазначити, що у світовій практиці спостерігається залежність між рівнем доходів громадян та вимогами щодо програм. Тобто, споживач послуг із вищим середнім доходом потребує більше уваги та індивідуальних підходів в обслуговуванні і, зазвичай, часто обирає серед запропонованих можливих варіантів найпрестижніший. Як, наприклад, у випадку, якщо це мовні курси, то вибір буде зроблено на користь Великобританії чи США, а не Франції чи Мальти, хоча рівень підготовки в цих країнах не поступається рівню підготовки у перших. Такі ж вимоги все частіше можна спостерігати і у вітчизняній практиці, хоча й з меншими обсягами, оскільки в Україні існує велика кількість фірм, що займаються цими питаннями і ті, частіше, обирають груповий підхід.

Таким чином, поряд із дослідженням позитивних маркетингових важелів організації освітнього туризму (навчання за кордоном) міжнародними фірмами в Україні, вважаємо доречним звернути увагу на той факт, що в умовах сьогодення (не дивлячись на те, що співробітництво/навчання користується високим попитом на внутрішньому ринку країни), деякі закордонні компанії гребують наймати українців навіть на стажування, (незважаючи на особисті вміння кандидатів), що пов'язано з ризиками втратити цінного співробітника через воєнний стан в країні, внаслідок чого робота над поточним проектом може призупинитися. І винними в такій ситуації, на нашу думку, є ми самі, оскільки сфер діяльності, в яких Україна може бути конкурентоспроможним гравцем, не так вже й багато, а наш продукт, здебільшого, орієнтований на аутсорсинг. Звичайно, ж всі ці, недоліки в роботі фірм, на наш погляд, можуть бути виправленими, але це потребує тривалого часу, адже майже в кожній сфері діяльності України лідируючі позиції займають монополісти, які всіма можливими способами «придушують» свіжі стартапи своїми демпінговими компаніями. Хоча ця вся справа і прописана в ст. 244 Господарського кодексу України [2], на жаль, у нашій країні за цим ніхто не слідкує, а якщо і слідкують – все вирішують корупція та хабарі.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про туризм» від 15.09.1998 р. № 325/95-ВР [зі змінами та доповненнями]. [Електронний ресурс] : Верховна Рада України: офіційний веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95>.
2. Конституція України Закон України від 28 черв. 1996 р. № 254к/96-ВР. [Електронний ресурс]: URL: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/>
3. Господарський кодекс України від 16.01. 2003 р. №436-ІУ зі змінами та доповненнями]. [Електронний ресурс] : Верховна Рада України: офіційний веб-сайт. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
4. ТОП-10 рейтинг якості вищої та бізнес-освіти за 2021 Global MBA Ranking/ [Електронний ресурс] : <https://financeworld.com.ua/top-10-rejting-yakosti-vishho%D1%97-ta-biznes-osviti-za-2021-global-mba-ranking/>
5. Офіційна сторінка DAN IT «Education». URL: <https://dan-it.com.ua/>