

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТУ, МАРКЕТИНГУ І ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА

на тему: «Стратегія просування освітніх послуг українських закладів освіти на ринок країн ЄС (на матеріалах Закладу загальної середньої освіти I-III ступенів № 6 Гайсинського міської ради Вінницької області)»

«The strategy for promoting educational services of Ukrainian educational institutions to the EU market (on the materials of the General Secondary Education Institution of I-III levels No. 6 of Haisyn City Council of Vinnytsia Region)»

Виконала: здобувач другого (магістерського) рівня вищої освіти групи 6Мзд

спеціальності 073 «Менеджмент»
(шифр і назва спеціальності)

освітньо-професійної програми
«Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

Ланова В.О.
(прізвище та ініціали здобувача)

Керівник : Фомішина В.М.
(прізвище та ініціали)

Хмельницький 2024 рік

ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних економічних відносин, управління і бізнесу

Кафедра менеджменту, маркетингу і туризму

Рівень вищої освіти другий (магістерський)

Спеціальність 073 «Менеджмент»

Освітньо-професійна програма «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ к.е.н., доц. Руслан НАБОКА

« _____ » _____ 2024 р.

З А В Д А Н Н Я **НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ МАГІСТРА**

Лановій Вікторії Олександрівні

(прізвище, ім'я та по-батькові)

1. Тема роботи: «Стратегія просування освітніх послуг українських закладів освіти на ринок країн ЄС (на матеріалах Закладу загальної середньої освіти I-III ступенів № 6 Гайсинського міської ради Вінницької області)»

керівник роботи Фомішина Віра Миколаївна, д.е.н., професор

(прізвище, ім'я та по-батькові наук. ступінь, вчене звання,)

затверджена наказом закладу вищої освіти від 23 вересня 2024 р., № 479-с

2. Строк подання здобувачем роботи 18 грудня 2024 р.

3. Вихідні дані до роботи планові та звітні дані щодо діяльності Закладу загальної середньої освіти I-III ступенів № 6 Гайсинського міської ради Вінницької області за період 2019-2023 рр.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити) _____

1. Теоретично-методичні аспекти стратегія просування освітніх послуг українських закладів освіти

2. Дослідження передумов розвитку освітньої діяльності закладу освіти на зовнішньому ринку

3. Формування стратегії просування освітніх послуг на ринок країн ЄС

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Табл. 18 рис. 13. Наочний матеріал на 8 аркушах

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Консультант з написання I-III розділів	Віра ФОМІШИНА - професор		
Консультант з нормоконтролю	Альона ПЛЯСКІНА – доцент		

7. Дата видачі завдання 24 вересня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Огляд літературних джерел з теми	24.09.2024 - 29.10.2024	виконано
2.	Складання і затвердження плану роботи	30.09.2024 - 04.10.2024	виконано
3.	Робота над теоретико-методичним розділом	05.10.2024 - 20.10.2024	виконано
4.	Робота над дослідницько-аналітичним розділом	21.10.2024 - 05.11.2024	виконано
5.	Робота над проектно-рекомендаційним розділом	06.11.2024 - 20.11.2024	виконано
6.	Формулювання висновків за темою дослідження	21.11.2024 - 24.11.2024	виконано
7.	Оформлення роботи	25.11.2024 - 01.12.2024	виконано
8.	Надання роботи керівнику для перевірки та написання подання	05.12.2024 - 13.12.2024	виконано
9.	Подання роботи для перевірки у КСПНП	14.12.2024	виконано
10	Захист роботи в ЕК	18.12.2024	

Здобувачка _____ Вікторія ЛАНОВА
(підпис) (ім'я прізвище)

Керівник роботи _____ Віра ФОМІШИНА
(підпис) (ім'я прізвище)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота другого (магістерського) рівня вищої освіти на тему: «Стратегія просування освітніх послуг українських закладів освіти на ринок країн ЄС (на матеріалах Закладу загальної середньої освіти I-III ступенів № 6 Гайсинського міської ради Вінницької області)» містить 98 сторінок, 18 таблиць, 13 рисунків. Перелік посилань нараховує 83 найменування.

Метою дослідження є: дослідження та розробка практичних рекомендацій щодо стратегічного просування освітніх послуг закладів освіти України на зовнішні ринки.

Об'єктом дослідження є: процес управління просуванням послуг на ринок.

Предметом дослідження є: теоретико-методичні засади та особливості формування стратегії просування освітніх послуг на міжнародні ринки.

У роботі для досягнення поставленої мети було використано такі **методи дослідження**: прогнозування обсягів реалізації освітніх послуг при аналізі освітньої (у тому числі і міжнародної діяльності), теоретичні (аналіз, систематизація, узагальнення), табличний, графічний. Було застосовано статистичні методи дослідження числових даних: вертикальний (структура показників) та горизонтальний (динаміка показників) аналіз.

Висновки та рекомендації роботи можуть знайти конкретну реалізацію в діяльності, в пропозиціях щодо формування стратегії навчального закладу щодо успішного розвитку освітніх послуг на ринок країн ЄС.

Можливими напрямками продовження досліджень можуть бути стратегія розширення експорту освітніх послуг на інші ринки.

Ключові слова: стратегія, управління, освітня послуга, маркетинг послуг, ринок освітніх послуг, експорт послуг, цільова аудиторія, реклама, стимулювання попиту, проект онлайн-освіти.

ANNOTATION

The magistrate project on the topic thesis «The strategy for promoting educational services of Ukrainian educational institutions to the EU market (on the materials of the General Secondary Education Institution of I-III levels No. 6 of Haisyn City Council of Vinnytsia Region)» contains 98 pages, 18 tables, 13 figures. The list of references includes 83 titles.

The aim of the project is to study and develop practical recommendations for the strategic promotion of educational services of educational institutions of Ukraine to foreign markets.

The research object is: the process of managing the promotion of services to the market.

The subject of the study is theoretical and methodological principles and features of the formation of a strategy for the promotion of educational services to international markets.

The project used the following **methods**: forecasting of sales of educational services when analyzing educational (including international activities), theoretical (analysis, classification, generalization), spreadsheet, graphic. Statistical methods of numerical data was used: vertical (structure indicators) and horizontal (dynamic performance) analysis.

Conclusions and recommendations of the work can be concretely implemented in activities, in proposals for the formation of an educational institution's strategy for the successful development of educational services to the market of EU countries.

Possible areas of continued research may be the strategy of expanding the export of educational services to other markets.

Keywords: strategy, management, educational service, service marketing, educational services market, service export, target audience, advertising, demand stimulation, online education project.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНО-МЕТОДИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЯ ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ УКРАЇНСЬКИХ ЗАКЛАДІВ ОСВІТИ	10
1.1. Теоретично-наукові підходи до тлумачення сутності понять «освітня послуга» та «освітній менеджмент»	10
1.2. Формування освітніх послуг в управлінні сучасним навчальним закладом на засадах маркетингу	19
1.3. Методи просування товарів та послуг на міжнародні ринки	28
Висновки до розділу 1.....	38
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ПЕРЕДУМОВ РОЗВИТКУ ОСВІТНЬОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЗАКЛАДУ ОСВІТИ НА ЗОВНІШНЬОМУ РИНКУ	40
2.1. Характеристика та організаційна структура установи Заклад загальної середньої освіти І-ІІІ ст. №6 м. Гайсин	40
2.2. Аналіз маркетингу освітніх послуг у Закладі загальної середньої освіти І-ІІІ ст. № 6 м. Гайсин	47
2.3 Дослідження особливості ринку освітніх послуг країн ЄС та світу	55
Висновки до розділу 2.....	65
РОЗДІЛ 3. ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ПРОСУВАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ НА РИНОК КРАЇН ЄС	67
3.1. Аналіз передумов формування цільової аудиторії споживачів освітніх послуг ЗЗСО І-ІІІ ст. № 6 м. Гайсин на міжнародному ринку ..	67
3.2. Визначення інструментів просування освітніх послуг ЗЗСО І-ІІІ ст. № 6 м. Гайсин на ринок країн ЄС	77
3.3. Оцінка ефективності проєкту створення платформи для надання освітніх послуг школярам з орієнтацією на ринок країн ЄС	85
Висновки до розділу 3.....	93
ВИСНОВКИ	95
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	99

ВСТУП

Актуальність теми. В Україні ринок послуг знаходиться на етапі розвитку. Відмінності між ринками товарів і послуг стали об'єктом дослідження ще з другої половини минулого століття. Проте в сучасних умовах за наявності різноманітних маркетингових інструментів, засилля яких призвело до інформаційного хаосу, в якому перманентно перебуває споживач, проблема ринку послуг постає у новому баченні. Саме тому цей ринок вимагає особливо ретельної уваги щодо системи маркетингових комунікацій та її ефективності.

Сильна конкуренція, насиченість ринків, перевищення пропозиції товарів над попитом, ріст вимогливості споживачів істотно ускладнюють збутову діяльність підприємств. Дедалі важче стає привабити споживача стандартною рекламою. Для зацікавлення клієнтів та утримання позицій на ринках, особливо закордонних, вітчизняні підприємства повинні застосовувати сучасні ефективні механізми формування та підтримання іміджу товарів/підприємства, зокрема за допомогою вдосконалення просування товарів на вітчизняні й міжнародні ринки. Сучасний світ характеризується швидкими змінами, які відбуваються і в освітній сфері. Освітній менеджмент дозволяє вищим навчальним закладам адаптуватися до змін і залишатися конкурентоспроможними.

Ступінь невизначеності на ринку послуг значно вищий, ніж на ринку товарів. Нематеріальність, невідчутність та інші особливі характеристики послуг викликають високий ступінь непевності споживача в отриманні бажаної вигоди від купівлі. Купуючи матеріальні блага, споживач має змогу оцінити їх органолептично. Споживаючи послуги, результат купівлі залишається невідомим до моменту їх надання. З огляду на вищезазначене, цей ринок вимагає особливо ретельної уваги щодо системи маркетингових комунікацій та її ефективності.

У межах загальної теорії маркетингу було досліджено процеси маркетингових комунікацій такими відомими авторами, як: У. Аренс, К. Бове, Дж. Бернет, Ф. Котлер,

Д. Коу, К. Лавлок, С. Моріарті, Дж. Траут, Дж. Хікс та іншими представниками зарубіжної економічної думки останніх століть. Серед вітчизняних авторів проблему маркетингових комунікацій досліджували такі науковці, як: А. Войчак, В. Герасимчук, Т. Лук'янець, Є. Ромат та ін.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження та розробка практичних рекомендацій щодо стратегічного просування освітніх послуг закладів освіти України на зовнішні ринки.

Із мети дослідження випливають такі **завдання**:

- визначити теоретично-наукові підходи до тлумачення сутності понять «освітня послуга» та «освітній менеджмент»;
- охарактеризувати роль освітніх послуг при управлінні сучасним навчальним закладом на засадах маркетингу;
- дослідити методи просування товарів та послуг на міжнародні ринки;
- надати загальну організаційно-економічну характеристику діяльності Закладу загальної середньої освіти І-ІІІ ст. №6 м. Гайсин;
- проаналізувати особливості маркетингу освітніх послуг у Закладі загальної середньої освіти І-ІІІ ст. № 6 м. Гайсин;
- дослідити особливості ринку освітніх послуг країн ЄС та світу;
- дослідити передумови формування цільової аудиторії споживачів освітніх послуг ЗЗСО І-ІІІ ст. № 6 м. Гайсин на міжнародному ринку;
- сформулювати стратегію просування освітніх послуг ЗЗСО І-ІІІ ст. № 6 м. Гайсин на ринок країн ЄС;
- оцінити ефективність проєкту створення платформи для надання освітніх послуг школярам з орієнтацією на ринок країн ЄС.

Об'єктом дослідження даної роботи є процес управління просуванням послуг на ринок.

Предмет дослідження – теоретико-методичні засади та особливості формування стратегії просування освітніх послуг на міжнародні ринки.

Методи дослідження. Для досягнення поставленої мети й виконання завдань у роботі використано низку загальнонаукових і спеціальних методів, а саме: методи індукції та дедукції – для розгляду понять «освітня послуга» та «просування послуг»; спостереження й узагальнення – для визначення місця України на світовому ринку освітніх послуг; статистичний та графічний методи – для аналізу зовнішнього та внутрішнього середовища навчального закладу, причинно-наслідковий метод і метод експертної оцінки; методи системно-структурного аналізу, метод дисконтування.

Елементи наукової новизни. Наукова новизна дослідження полягає в теоретично-методичному обґрунтуванні та прикладному опрацюванні стратегії просування освітніх послуг шкільного закладу на ринок ЄС.

Практична значущість. Висновки та рекомендації роботи можуть знайти конкретну реалізацію в діяльності навчального закладу щодо успішного розвитку освітніх послуг на ринок країн ЄС.

Апробація результатів роботи. Основні практичні результати дослідження доповідались на: X Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції молодих вчених, аспірантів та студентів «Тенденції і прогнози розвитку світової економіки в умовах загострення глобальних ризиків» із тезами: «Аналіз маркетингу освітніх послуг у Закладі загальної середньої освіти».