

УДК 378:37.011.3-057.4:658.8(410)(477)
DOI: 10.24144/2524-0609.2022.50.145-148

Кравченко Тетяна Миколаївна

PhD

старший викладач кафедри англійської мови літератури з методиками навчання
Мукачівський державний університет, м.Мукачево, Україна
tatyanak1815@gmail.com
http://orcid.org/0000-0002-4963-4667

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З МАРКЕТИНГУ У ВЕЛИКОБРИТАНІЇ ТА УКРАЇНІ

Анотація. Кардинальні соціально-економічні зміни в Україні, що спрямовані на розвиток економічних, маркетингових та соціальних відносин, зумовлюють необхідність пошуку ефективної моделі професійної підготовки фахівців з маркетингу. Метою статті є визначення спільного та відмінного в системах підготовки фахівців з маркетингу України та Великобританії та визначення позитивних рис системи підготовки фахівців з маркетингу у Великобританії, які можливо використати в українських ЗВО. Під час дослідження були використані методи аналізу, синтезу, порівняння і узагальнення для вивчення праць зарубіжних і вітчизняних науковців, офіційних та нормативно-правових документів. В статті проаналізовано особливості професійної підготовки фахівців з маркетингу у вітчизняному освітньому просторі та Великобританії. Виявлено подібне та відмінне у професійній підготовці фахівців з маркетингу у досліджуваних країнах. Виокремлені ті особливості підготовки, що позитивно вирізняють британський досвід порівняно з українськими реаліями.

Ключові слова: фахівець з маркетингу, професійна підготовка, компетентнісний підхід, Великобританія, Україна.

Вступ. Важливим чинником модернізації соціально-економічних відносин у сучасному глобалізованому середовищі є утвердження ринкових принципів господарювання. Їх запровадження неможливо без відповідної підготовки фахівців нової формації, зокрема для економічної галузі, здатних ефективно вирішувати актуальні ринкові проблеми. Механізми формування професійно освічених фахівців для ринку праці складають важливий елемент національної освітньої системи, оскільки в сучасних умовах випереджаючими темпами зростає попит на фахівців високої кваліфікації [4; 5; 6].

Ми вважаємо за необхідне висвітлити важливі проблеми, які постають у питанні професійної підготовки фахівців з маркетингу у закладах вищої освіти. До них відносимо: невідповідність рівня професійної підготовки випускників маркетингових спеціальностей тим вимогам, які висувають роботодавці; невідпрацьованість ефективної системи працевлаштування випускників закладів вищої освіти; низький рівень фінансово-економічного, матеріально-технічного, навчально-методичного та інформаційного забезпечення навчальних закладів тощо [4; 5].

В умовах необхідності впровадження сучасних методів маркетингу в практику господарювання, починаючи з виробництва готової продукції і завершуючи її просуванням на ринку збуту та формування конкурентоспроможного підприємницького потенціалу країни зростає потреба вивчення досвіду зарубіжних держав, виявлення конструктивних ідей щодо підготовки фахівців з маркетингу задля їх творчої імплементації в Україні. Звернення до досвіду Великобританії зумовлено сукупністю чинників: шостим місцем економіки цієї країни у світі за обсягом ВВП (2020); 10 % світового експорту всіх послуг (банківських, страхових, брокерських, консультативних, а також у галузі комп'ютерного програмування), що забезпечується країною; лідерською позицією Великобританії в сфері інновацій та підготовки висококваліфікованих кадрів; наявністю університетів, які входять у першу десятку найкращих університетів у Європі й у світі; друге місце (після США) за показником якості науково-дослідної бази; найбільшою кількістю лауреатів Нобелівських премій.

На основі результатів наукового пошуку ми визначили, що системне вивчення зарубіжного досвіду, а саме Великобританії, у професійній підготовці фахівців з маркетингу має важливе значення для оптимізації вітчизняної економічної освіти.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретико-методологічні засади вирішення проблеми професійної підготовки фахівців з маркетингу становлять праці науковців щодо філософії та методології професійної освіти (В. Андрущенко, С. Архангельський, В. Загвязинський, В. Кремень); методології професійної підготовки фахівців у системі вищої освіти зарубіжжя (К. Келлер, П. Котлер, Ф. Котлер, Н. Пазюра, Д. Сандерс). Питання підготовки фахівців із маркетингу частково відображено в працях українських науковців (Н. Авшенюк, О. Алієва, О. Баніт, В. Ворона, О. Вишневецька, О. Огієнко, Г. Товканець та інші). Особливості формування та розвитку маркетингу в Україні проаналізовано в наукових розвідках О. Азарян, Л. Балабанової, А. Войчака та ін. Специфіку розвитку вищої економічної освіти в зарубіжних країнах представлено в наукових розвідках Н. Бабкової-Пилипенко, А. Найдіонової (Великобританія), Г. Товканець (Чехія та Словаччина), Л. Володарської-Золи (Польща), О. Алієва (Азербайджан) та інших.

Активно дослідженням проблем підготовки таких фахівців займалися вчені Великобританії: дослідження, в яких розкриваються результати вивчення бар'єрів засобів масової інформації для соціальних маркетингових втручань (Г. Кемп (G. Kemp), Л. Ігл (L. Eagle), Дж. Верн (J. Verne)); роль маркетингової комунікації в розвитку соціальних відносин (Г. Лю (G. Liu), Т. Енг (T. Eng), С. Такеда (S. Takeda)).

Також нами було проаналізовано стандарти, законодавчі акти, урядові постанови національного законодавства уряду Великобританії, що стосуються маркетингу, офіційні документи й аналітичні матеріали професійних об'єднань Великобританії, законодавчі акти Кабінету Міністрів, Міністерства освіти і науки України, Стандарти вищої освіти, наукові розвідки вітчизняних і зарубіжних дослідників та фахівців-практиків (D. Bird, A. Payne, D. Chaffey та ін.) із проблем професійної підготовки фахівців з маркетингу.

Метою статті є визначення спільного та відмінного в системах підготовки фахівців з маркетингу України та Великобританії. Під час дослідження були використані **методи** аналізу, синтезу, порівняння і узагальнення для вивчення праць зарубіжних і вітчизняних науковців, офіційних та нормативно-правових документів.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи чинні законодавчі документи, стандарти, погляди роботодавців, їхні вимоги до рівня професійної кваліфікації спеціалістів із маркетингу, а також специфіки їхньої професійної діяльності, можна описати систему продуктивних знань, інтегративних умінь і професійних навичок, індивідуально-професійних якостей, якими має володіти майбутній маркетолог в процесі професійної діяльності.

Для порівняння розглянемо програми підготовки фахівців з маркетингу Вестмінстерського університету та Київського національного університету ім. Т.Шевченка.

Зазначимо, що термін навчання для отримання спеціальності «Маркетинговий менеджмент» Вестмінстерського університету, Лондон може варіюватись – 3 роки (повна зайнятість), 3 роки (повна зайнятість з 1 роком практичної підготовки на підприємстві), 3 роки (повна зайнятість за кордоном) для бакалаврів, для магістрів – 2 роки (не повна зайнятість), 1 рік (повна зайнятість).

Якщо ми проаналізуємо зміст навчання за освітньою програмою «Маркетинговий менеджмент» (Бакалавр), то побачимо, що на першому курсі здобувачі вивчають такі дисципліни, як поведінка споживача; основи цифрового маркетингу; глобальне бізнес-середовище; професійний розвиток для фахівців з маркетингу; основи маркетингу. Як вибіркового компонент пропонується одна дисципліна зі спеціальності або іноземна мова.

На другому році вивчаються наступні дисципліни: розвиток професійного бренду; маркетингові показники; маркетингове дослідження; управління продуктами і брендом, та вибірково: етика і соціальна

відповідальність у маркетингу; маркетинг B2B; маркетингові послуги; маркетинг у роздрібній торгівлі; маркетинг в соціальних мережах; спортивний маркетинг або інші сфери бізнесу, включаючи іноземні мови.

Між 2 і 3 роками здобувач проходить практику терміном один рік. Стажування проводиться в різних малих і середніх підприємствах і престижних організаціях, включаючи British Airways, Disney UK та Heinz. Крім того, можна вчитися за кордоном в одному з партнерських навчальних закладів. Можливо в першому семестрі навчатися, а в другому семестрі проходити стажування за кордоном, або провести рік стажування за кордоном.

На третьому році навчання вивчають маркетингову аналітику; маркетингові комунікації; управління продажами; маркетингове планування та стратегії. 3-поміж вибірових дисциплін пропонуються маркетинг туристичних напрямків, культури і спадщини; інтерактивний і цифровий маркетинг; управління глобальним маркетингом; розробка нових продуктів; сучасні продажі і управління продажами; дипломна робота або інші сфери бізнесу, включаючи мови. Зазначимо, що всі дисципліни – як обов'язкові так і вибірково, є дисциплінами професійної підготовки маркетолога-практика.

Якщо ми порівняємо такий підхід з освітньо-професійними програмами 075 «Маркетинг» Київського національного університету ім. Т. Шевченка, то можна дійти висновку про їх спрямованість на теоретичну підготовку. Освітньо-професійні програми знайомлять здобувача з економічними теоріями, різними економіками, бухгалтерським обліком, фінансами, інвестуванням та ін. Адже більшість дисциплін циклу професійної підготовки віднесені до вибіркового компоненту.

На основі порівняльного аналізу професійної підготовки фахівців з маркетингу у закладах вищої освіти України і Великобританії нами виявлено основні особливості цього процесу у досліджуваних країнах (Табл.1).

Таблиця 1.

Порівняльний аналіз професійної підготовки фахівців з маркетингу у навчальних закладах України і Великобританії

| № п/п | | Великобританія | Україна |
|-------|---|---|------------------------------|
| 1. | Наявність стандартів | Є в наявності | Є в наявності |
| 2. | Заклади вищої освіти | Є в наявності | Є в наявності |
| 3. | Заклади неформальної освіти | Велика кількість, Різноманітність | Дуже мало, в основному курси |
| 4. | Спрямованість професійної підготовки фахівця з маркетингу | Практична | Теоретична |
| 5. | Типи освітніх програм | Різноманітність розгалуженість Варіативність | Однотипність |
| 6. | Форми проведення занять | Віртуальні, онлайн, тьюторинг, в аудиторії | В аудиторії, онлайн. |

Джерело: розроблено автором на основі: [9; 2; 3]

Отже, подібним є: наявність законодавчого забезпечення підготовки, розгалужена система закладів вищої освіти, ступенева підготовка в ЗВО, наявність подібних форм проведення занять.

Проведений аналіз особливостей професійної підготовки фахівців з маркетингу у Великобританії дозволяють виокремити ряд рис, що позитивно вирізняють британський досвід порівняно з українськими реаліями. До них відносимо змістове наповнення підготовки, гнучкість навчального процесу, різноманіття форм і методів викладання маркетингу, значний обсяг дисциплін за вибором, питома вага

яких зростає на старших курсах, різноманітність і багаточисленність освітніх програм з маркетингу, різноманіття професійних об'єднань з маркетингу, можливості для безперервного професійного розвитку, актуалізацію розвитку іншомовної культури спілкування [7; 9].

Важливим для забезпечення якості підготовки є активна участь професійного об'єднання, яке засноване фахівцями - маркетологами і має повноваження встановлення кваліфікаційних вимог та освітніх стандартів, які зорієнтовані на практичну цінність набутих знань й умінь та врахування специфіки здій-

снення професійної діяльності при підготовці таких фахівців більш системно; автономність закладів вищої освіти Великобританії; наявність механізму акредитації університетських програм з маркетингу професійним об'єднанням СІМ, на основі аналізу навчальних програм та встановлення вимог до рівня успішності студентів. У фахівців з маркетингу є можливість отримання статусу дипломованого фахівця з маркетингу у Чартерному (Королівському) Інституті Маркетингу та світове визнання статусу члена СІМ як підтвердження високого рівня кваліфікації в усьому світі, а також членства в інших професійних об'єднаннях.

Крім того, важливо посилення ролі університетської освіти. Ефективність курсів акредитованих університетів Великобританії привела до їх визнання низкою світових професійних об'єднань. Домінуюча частка професійно орієнтованих дисциплін в університетських навчальних планах, як обов'язкових, так і вибіркових є свідченням високої якості професійної підготовки [1].

Разом з тим увага приділяється і всебічному розвитку особистості фахівця з маркетингу, надання йому можливості вдосконалити свої професійні навички впродовж всієї кар'єри. Свій внесок у якість підготовки фахівців з маркетингу зробила наявність жорстких нормативів годин на їхній постійній професійній розвиток та підвищення кваліфікації, що є вимогою професії, адже умови діяльності фахівців з маркетингу постійно змінюються [7].

Серед недоліків вітчизняної системи підготовки фахівців з маркетингу можна виділити наступні: в Україні, на відміну від Великобританії, спостерігається недостатня кількість закладів неформальної освіти, які б забезпечували підготовку та підвищення кваліфікації фахівців з маркетингу, та активно при-

ймали участь в освітньому процесі ЗВО, надаючи практичні рекомендації щодо змісту навчання. Це призвело до невизнання світовою маркетингологічною спільнотою українських стандартів набуття відповідної кваліфікації. Крім того, зміст навчання в українських закладах вищої освіти більш теоретичний, що недостатньо забезпечує студентів необхідними для їхньої майбутньої професійної діяльності знаннями і навичками, відмічається переваженість освітнього процесу непрофільними дисциплінами. Спостерігається недостатнє співвідношення змісту навчання з практичною діяльністю майбутніх фахівців з маркетингу. Типи освітніх програм не є диверсифікованими, що означає неповне задоволення суспільства в освітніх послугах. Спостерігається недостатній рівень іншомовної підготовки студентів, адже остання слугує засобом набуття знань та умінь за світовими стандартами.

Позитивні тенденції у підготовці українських фахівців з маркетингу полягають у наявності достатньо розвиненої нормативно-правової бази, галузевих стандартів [2; 3], що регулюють діяльність та підготовку фахівців з маркетингу. Налагоджена співпраця з британським Королівським Інститутом Маркетингу – Міжнародний інститут бізнесу (МІБ) є єдиним акредитованим навчальним центром СІМ в Україні з 1997 р. На сьогодні МІБ має більше 300 випускників СІМ PD і СІМ PPD. В Україні функціонує Українська Асоціація Маркетингу, яка є офіційним членом ESOMAR та членом Європейської маркетингової конфедерації.

Висновки. Таким чином, імплементація зарубіжного досвіду у вітчизняну систему професійної підготовки висококваліфікованих фахівців з маркетингу може забезпечити позитивний ефект на подальший розвиток економіки та країни.

Список використаної літератури

1. Сергеева О.В. Особливості професійної освіти у Великобританії. Вісник Національної академії Державної прикордонної служби України. 2020ю №5. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vnadps_2010_5_15. (дата звернення: 30.08.2021)
2. Україна. Міністерство освіти і науки України. (2018). Стандарт вищої освіти: перший (бакалаврський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/12/21/075-marketing-bakalavr.pdf> (дата звернення: 20.02.2022)
3. Україна. Міністерство освіти і науки України. (2019). Стандарт вищої освіти: другий (магістерський) рівень, галузь знань 07 – Управління та адміністрування, спеціальність 075 – Маркетинг. URL: <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf> (дата звернення: 20.02.2022)
4. Україна. Міністерство освіти і науки України. Стратегія розвитку вищої освіти в Україні на 2021-2031 роки. URL: http://www.reform.org.ua/proj_edu_strategy_2021-2031.pdf. (дата звернення: 30.03.2022)
5. Україна. Президент України. Указ № 347/2002. (2002). Про Національну доктрину розвитку освіти. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2002#Text> (дата звернення: 30.03.2022)
6. Україна. Президент України. Указ № 344/2013. (2013). Про Національну стратегію розвитку освіти в Україні на період до 2021 року. URL: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/344/2013> (дата звернення: 30.03.2022)
7. 7th Definitive Guide Final. URL: https://www.marketingcollege.com/publications/wp-content/uploads/2010/04/7th_DefinitiveGuideFinal.pdf. (дата звернення: 30.07.2021)
8. Professional marketing standards. URL: <https://www.cim.co.uk/media/7013/professional-marketing-competencies-2019.pdf>. (дата звернення: 30.07.2021)
9. University of Westminster. Marketing Management. URL: <https://www.theuniguide.co.uk/university-of-westminster-w50/courses/marketing-management-ba-hons-2021-160728a17c25> (дата звернення: 30.07.2021)

References

1. Serheieva, O.V. (2010). Osoblyvosti profesiinoi osvity u Velykobrytani. [Features of vocational education in the UK]. *Visnyk Natsionalnoi akademii Derzhavnoi prykordonnoi sluzhby Ukrainy*, 5. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Vnadps_2010_5_15. [in Ukrainian]
2. Ukraina. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. (2018). Standart vyshchoi osvity: pershyi (bakalavrskyi) riven, haluz znan 07 - Upravlinnia ta administruvannia, spetsialnist 075 - Marketynh [Higher education standard: first (bachelor's) level, field of knowledge 07 - Management and administration, specialty 075 - Marketing]. <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/z1460-15>. [in Ukrainian]
3. Ukraina. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. (2019). Standart vyshchoi osvity: druhyi (mahisterskyi) riven, haluz znan 07 - Upravlinnia ta administruvannia, spetsialnist 075 - Marketynh. [Higher education standard: second (master's) level, field of knowledge 07 - Management and administration, specialty 075 - Marketing]. <https://mon.gov.ua/storage/app/media/vishcha-osvita/zatverdzeni%20standarty/2019/11/11/2019-11-05-075-marketing-magistr.pdf> [in Ukrainian]
4. Ukraina. Ministerstvo osvity i nauky Ukrainy. Stratehiia rozvytku vyshchoi osvity v Ukraini na 2021-2031 roky [Strategy for

- the development of higher education in Ukraine for 2021-2031]. http://www.reform.org.ua/proj_edu_strategy_2021-2031.pdf. [in Ukrainian]
5. Ukraina. Prezydent Ukrainy. Ukaz № 347/2002. (2002). Pro Natsionalnu doktrynu rozvytku osvity [On the National Doctrine of Education Development]. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/347/2002#Text> [in Ukrainian]
 6. Ukraina. Prezydent Ukrainy. Ukaz № 344/2013. (2013). Pro Natsionalnu stratehiu rozvytku osvity v Ukraini na period do 2021 roku. [On the National Strategy for the Development of Education in Ukraine until 2021]. <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/344/2013> [in Ukrainian]
 7. 7th Definitive Guide Final. https://www.marketingcollege.com/publications/wp-content/uploads/2010/04/7th_DefinitiveGuideFinal.pdf.
 8. Professional marketing standards. <https://www.cim.co.uk/media/7013/professional-marketing-competencies-2019.pdf>.
 9. University of Westminster. Marketing Management. <https://www.theuniguide.co.uk/university-of-westminster-w50/courses/marketing-management-ba-hons-2021-160728a17c25>

Стаття надійшла до редакції 31.03.2022 р.
Стаття прийнята до друку 05.04.2022 р.

Kravchenko Tetiana

PhD, Senior Lecturer

Department of English, Literature with Teaching Methods
Mukachevo State University, Mukachevo, Ukraine

COMPARATIVE ANALYSIS OF PROFESSIONAL TRAINING OF MARKETING SPECIALISTS IN THE UK AND UKRAINE

Abstract. Radical social and economic changes in Ukraine, aimed at the development of economic, marketing and social relations, necessitate the search for an effective model of training of marketing professionals. The aim of the article is to determine the common and different in the systems of training of marketing specialists in Ukraine and Great Britain and to determine the positive features of the system of training of marketing specialists in Great Britain, which can be used in Ukrainian institutions of higher education. During the study, methods of analysis, synthesis, comparison and generalization were used to study the works of foreign and Ukrainian scientists, official and regulatory documents. The article analyzes the features of professional training of marketing specialists in the Ukrainian educational space and the United Kingdom. Similarities and differences in the professional training of marketing specialists in the studied countries have been revealed. Based on a comparative analysis of the training of marketing specialists in educational institutions of Ukraine and the United Kingdom common (standards, regulations and higher education institutions that provide training for such specialists) and different (theoretical orientation of marketing training in Ukraine, a small number of non-formal education institutions in Ukraine, the uniformity of educational programs for the training of marketing specialists, the lack of an accredited program in a professional association, the lack of refresher courses)) features have been revealed. The peculiarities of training that positively distinguish the British experience in comparison with the Ukrainian realities are singled out.

Key words: marketing specialist, professional training, competence approach, Great Britain, Ukraine.