

СТАТТІ ТА ОГЛЯДИ

БУЦАН

Георгій Петрович –
доктор фізико-математичних
наук, професор, заступник
директора Міжнародного
математичного центру
ім. Ю.О. Митропольського
НАН України,
george.butsan@gmail.com

САМОЙЛЕНКО

Анатолій Михайлович –
академік НАН України, академік-
секретар Відділення математики,
директор Інституту математики
НАН України, директор
Міжнародного математичного
центру ім. Ю.О. Митропольського
НАН України,
sam@imath.kiev.ua

УДК 519.21

ЩОДО ПІДВИЩЕННЯ ЯКОСТІ ТА ЗБІЛЬШЕННЯ ОБСЯГУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ ДЛЯ ІНОЗЕМНИХ СТУДЕНТІВ

Статтю присвячено подальшому детальному розробленню вже успішно апробованого на практиці проекту зі збільшення кількості іноземних студентів, що навчаються англійською мовою в провідних українських університетах, ефективному залученню до цього процесу фахівців НАН України і відповідному істотному зростанню доходів учасників проекту. Для аналізу цієї проблеми застосовано сучасні методи маркетингових досліджень.

Ключові слова: маркетинг, студенти, фахівці українських університетів і НАН України, розвиток методики викладання.

Вступ

Останнім часом вітчизняні виші та установи НАН України дедалі більше стурбовані проблемами розвитку в Україні новітніх технологій і недостатньої кількості та якості підготовки молодих науково-технічних кадрів, на що негативно впливає також поступове зменшення фінансування науково-освітньої сфери. Тому метою цієї статті є обговорення результатів маркетингового дослідження, спрямованого на розширення відповідних ринкових ніш, та маркетингового аналізу, проведеного на основі вже вдало апробованого на базі Національного технічного університету України «Київський політехнічний інститут» проекту із залучення іноземних студентів до навчання, а також нової для України методики викладання навчальних дисциплін природничого профілю, зокрема англійською мовою.

Надалі розглянемо ринкову модель навчання іноземних студентів в університеті як платну послугу, яку університет надає студентам, і застосуємо до неї стандартні ринкові правила продажу будь-якої послуги або товару, згідно з якими роботу слід вибудовувати так, щоб не лише продавець (університет) бажав реалізувати свою пропозицію, а й, що найголовніше, щоб нею хотів скористатися покупець (студент), тобто щоб на відповід-

ному ринку на неї був попит. Для цього варто провести маркетингове дослідження, знайти певну нішу у відповідному сегменті наявного ринку та діяти за перевіреними практикою правилами 4P: *Product* (послуга з навчання); *Place* (університет); *Price* (ціна у валюті); *Promotion* (просування послуги на закордонний ринок). Остання позиція охоплює *publicity* (рекламу), *quality* (якість), *packaging* (упаковку). Спробуємо довести, що прибуток українських університетів і задіяних у проекті наукових установ та фахівців НАН України можна істотно збільшити. Почнемо з визначення ринкової ніші та способів її розширення.

Стан проблеми в Україні

За даними Міністерства освіти і науки України, в 2012 р. послугою з навчання в українських вишах скористалися 60,3 тис. іноземних студентів, причому в 2013 р. їх кількість зростає. В Україну приїздили переважно студенти з Туреччини, Пакистану, Сирії, Ірану, Малайзії, Йорданії, Китаю, Індії, В'єтнаму, Північної Африки, країн Латинської Америки, середньоазійських держав СНД, Росії. Кількість іноземних студентів з Європи та Північної Америки становить понад 4 тис. осіб. Загальна валютна виручка українських університетів у 2013 р. досягала близько 530 млн дол. США. Основними центрами навчання іноземних студентів є Харків і Київ. Найбільшим попитом користуються такі спеціальності, як медицина, фармакологія, а в технічній сфері — інформаційні технології. Саме підготовку ІТ-фахівців ми й розглянемо надалі як приклад для нашого дослідження, оскільки в цій галузі є значна кількість вакансій не лише в Україні, а й у світі.

Кількісні характеристики. За даними МОН України, наша держава у 2012–2013 рр. посідала дев'яте місце у світі за кількістю іноземних студентів (з країн СНД нас випереджає лише Росія), а за кількістю підготовлених сертифікованих ІТ-фахівців — четверте місце (після США, Індії та Росії), що реально підтверджує високий рівень ІТ-підготовки студентів в окремих вишах України. Як зазначено у звіті

Exploring Ukraine. IT Outsourcing Industry 2013, українські виші щороку випускають близько 16 тис. фахівців у сфері інформаційних технологій, а обсяг українського ІТ-ринку за підсумками 2013 р. становив 3,6 млрд доларів.

За результатами дослідження, проведеного МОН України разом із Асоціацією «Інформаційні технології України», у 2013 р. рейтинг університетів України за ефективністю ІТ-освітніх послуг для іноземних студентів мав такий вигляд:

1. Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут».
2. Харківський національний університет радіоелектроніки.
3. Національний університет «Львівська політехніка».
4. Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара.
5. Національний авіаційний університет.
6. Національний технічний університет «Харківський політехнічний інститут».
7. Національний університет «Києво-Могилянська академія».
8. Львівський національний університет імені І. Франка.
9. Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
10. Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна.

В інформаційно-аналітичному бюлетені Кабінету Міністрів України зазначено, що в 2015 р. кількість нових робочих місць у ІТ-сфері досягне 168,5 тис., з яких 106 тис. припадатиме на експорт ІТ-послуг, а 62,5 тис. — на внутрішній ринок. Загалом у галузі інформаційних технологій в Україні на 2015 р. буде задіяно 350 тис. фахівців, а обсяг продукції і послуг перевищить 5 млрд доларів.

Вартість послуги. Вартість навчання в українських вишах є невисокою порівняно із закордонними університетами, хоча ця ринкова ніша досить волатильна і ціну слід постійно відстежувати. Наприклад, поза минулого року плата за навчання у Європі, США, Канаді та Австралії значно зростає. Така сама тенденція спостерігалася й минулого року. У Росії плата

за навчання в ІТ-сегменті вища, ніж в Україні, хоча якісний рівень освітньої послуги приблизно такий самий, і тому навчатися в наших вишах приїжджає значна кількість студентів із Росії. Враховуючи це, університетам важливо вчасно і розумно корелювати відповідні зміни плати за навчання в Україні, щоб залучити якомога більше студентів.

Якісні характеристики. Українські вищі приваблюють іноземців не лише ціною, а й якістю освіти, особливо після приєднання України до Болонського процесу. Тому, з огляду на наведені статистичні дані, освітні послуги для іноземців мають стати одним із пріоритетних напрямів діяльності як вітчизняних університетів, так і МОН України, причому останньому варто було б спростити бюрократичні дозвоільні процедури на в'їзд абітурієнтів до України на навчання.

Слід також зазначити, що зазвичай іноземна молодь розраховує на таке важливе положення Болонської системи, як можливість після завершення одно—трирічного курсу навчання перервати його, навіть на кілька років. Отже, за кордоном, якщо бракує коштів, процес навчання може тривати до десяти років і більше, молоді люди роблять паузи, щоб у цей час заробити на подальше навчання. На жаль, студенти наших вишів, у тому числі й іноземні, позбавлені такої можливості. Вони також можуть взяти академічну заборгованість, то їх, як правило, просто відраховують без права повернутися та ліквідувати її пізніше. У результаті відраховані студенти змушені вступати знову на перший курс, витратити час і гроші (до речі, як і університет), і вже мало хто з них повертається до навчання. Ми вважаємо, що український варіант Болонської системи є неповним, оскільки не захищає права малозабезпечених верств населення України і не сприяє залученню іноземців, тому він потребує істотного доповнення, спрямованого на поліпшення соціальних умов навчання як для українців, так і для іноземних студентів.

Конкуренція. Зауважимо, що іноземці після отримання в Україні дипломів здебільшого

її залишають, не витримуючи конкуренції з українцями в пошуку роботи. Це спричинено мовним і культурним бар'єром, а також таким прикрим чинником, як наявне в українському суспільстві недоброзичливе ставлення нашої молоді до іноземних студентів.

З іншого боку, дедалі більше молодих українців їдуть навчатися за кордон. Наприклад, кількість українських студентів у Польщі минулого року подвоїлася порівняно з позаминулим роком, і є всі підстави вважати, що ця тенденція збережеться і в поточному році. Подібна ситуація спостерігається й у Чехії, Словаччині, Угорщині, Словенії, Румунії, Болгарії та багатьох інших країнах. Наші співвітчизники у Європі, Канаді і США створюють значну конкуренцію іноземцям з країн третього світу, чим підвищують попит на навчання в Україні з боку останніх.

Основні цілі. Розглянемо основні цілі, які ставить перед собою молодь, приїжджаючи на навчання в Україну. Передусім молоді люди використовують можливість здобути відносно недорого і якісну освіту, отримавши диплом бакалавра в наших провідних, як правило, технічних і медичних, вишах. Потім вони повертаються додому і вже там захищають магістерську дисертацію або, маючи український диплом, знаходять непогану роботу, щоб заробити на завершення вищої освіти в європейських університетах. Деякі з них одразу прямують до Європи, сподіваючись на роботу за сумісництвом.

Є й інша мета. Дехто з іноземців, приїхавши в Україну на навчання з відповідними легальними документами, намагається найближчим часом нелегально іммігрувати до Європи. Це породжує проблеми, зокрема фінансові, як для українських університетів і державних органів, так і для самих «втікачів», якщо їх затримують на кордоні чи в країні призначення і через Україну депортують на батьківщину. Проте певній кількості таких нелегалів усе ж таки вдається залишитися в Європі, спираючись на допомогу відповідних національних діаспор та родичів-іммігрантів.

Запропоновані заходи

Отже, проблема полягає у недостатній системності в діях МОН України та вітчизняних вишів. Потрібно системно і вчасно організовувати й контролювати відбір зацікавлених іноземців, удосконалювати систему пошуку потенційних абітурієнтів безпосередньо за кордоном, а не обмежуватися лише допомогою студентів, які вже навчаються в наших вишах, та їхніх родичів у себе на батьківщині. І для цього слід вжити таких системних заходів.

1. Професійно, регулярно і вчасно проводити маркетингове дослідження цін на навчання у провідних українських вишах, порівнювати їх із закордонними університетами Китаю, Росії, Індії, Туреччини, Пакистану, В'єтнаму, Північної Африки, країн Латинської Америки, Сирії, Ірану, Малайзії, Йорданії, середньоазійських держав СНД, а також країн Європи. Це завдання — для МОН України і відділів міжнародних зв'язків вишів. Крім того, у штаті природничих, IT-, фізико-математичних, технічних, хімічних, біологічних і медичних факультетів має бути фахівець з відповідної галузі з достатнім досвідом спілкування фаховою англійською мовою.

2. За результатами маркетингового аналізу вчасно обговорювати й узгоджувати розподіл подальшої роботи за напрямками, призначати відповідальних осіб, які встановлюють контакти з фірмами, що професійно займаються пошуком персоналу (human research, head hunting) і мають добру рекламну підтримку у своїх країнах. Їм надсилають проспекти і пропозиції відповідних факультетів, максимально використовуючи позитивну поточну інформацію про університет, наголошуючи на перевагах перед іншими, зокрема закордонними, вишами.

3. Далі за допомогою Інтернету узгодити план співпраці з пошуку абітурієнтів і остаточний договір, підписаний обома сторонами, надіслати кожній зі сторін кур'єрською поштою (наприклад, DHL). У договорі слід зазначити, що фірма отримує свою оплату (або її частину) після тестування знань і відповідного відбору

претендентів українським фахівцем (бажано професором) у країні центрального офісу фірми, куди його посилає у відрядження університет. Представник фірми контролює приїзд вибраних осіб в Україну аж до розселення абітурієнтів у гуртожитку. Лише тоді він одержить решту оплати від самих абітурієнтів, маючи відповідне доручення, оформлене в установленому законом України порядку. До договору додається офіційне запрошення фахівця університету, а також документ, у якому детально описано його роботу у відрядженні, в тому числі, за потреби, участь у рекламній кампанії фірми. З фірмою варто і навіть потрібно торгуватися. Можна запропонувати їй оплатити перебування українського представника у відрядженні чи вартість перельоту і т. ін. Крім того, досвід роботи науковців Міжнародного математичного центру (ММЦ) НАН України за аналогічним проектом з Пакистаном та Індією свідчить, що фахівець може розраховувати на реальну допомогу посольства України у країні перебування, оскільки такі дії входять до робочих обов'язків українських послів за кордоном. Слід лише обумовити свої потреби заздалегідь. Після відбору абітурієнтів за кордоном фахівець передає Інтернетом їхні дані в університет і повертається до України.

4. Згідно з договором, університет надсилає запрошення вибраним абітурієнтам у встановленому законом України порядку. Фірма відправляє абітурієнтів групами у зазначені строки, проінформувавши про це університет. Український фахівець, який здійснював тестування претендентів за кордоном, особисто зустрічає групу іноземців в аеропорту України і персонально ідентифікує кожного з них, що дозволяє уникнути зловживань.

Усі терміни виконання певних етапів договору узгоджуються в додатку до нього з розрахунком у зворотному напрямі, починаючи від кінцевого етапу — розселення закордонних абітурієнтів у гуртожитку. Такий розрахунок є усталеним для міжнародних договорів, і на практиці доведено його надійність і ефективність. У договорі також мають бути чітко вказані санкції за невиконання (чи неповне

виконання) його умов. Відповідні судові позови розглядаються лише в судах України на основі українського законодавства.

5. Досвід ММЦ НАН України свідчить, що для технічних університетів починати такий проект варто з математики і/або фізики. Рівень знань іноземних абітурієнтів має відповідати вимогам, які висувають до українських претендентів, і фахівець, що проводить тестування, повинен добре на них знатися. Тому викладання цих предметів, принаймні на перших курсах, варто доручати саме тому фахівцю, який проводив тестування за кордоном. З одного боку, студенти вже знайомі з ним, а з другого — він має нести певну відповідальність за свій професійний вибір.

6. У більшості українських університетів іноземні студенти для вільного спілкування в соціумі України вивчають на підготовчих курсах українську мову. Проте нам видається доцільнішим викладати російську мову. З огляду на історичні зв'язки колишнього СРСР і переважну більшість студентів з країн СНД, цих знань їм вистачає для спілкування в українському соціумі, і, крім того, вони отримують можливість прослуховувати окремі лекції російською і краще розуміти пояснення саме російською мовою, коли не дуже добре володіють фаховою англійською. Про це також слід згадати в рекламній пропозиції. Така практика є, наприклад, у КНУ імені Тараса Шевченка.

7. Для фахового викладання дисципліни, зокрема математики або фізики, англійською мовою необхідно мати як друковані, так і електронні курси лекцій, затверджені керівництвом університетів відповідно до навчальної програми МОН України. Про це слід обов'язково повідомити в рекламній пропозиції для фірми з пошуку абітурієнтів за кордоном. Бажано, щоб під час тестування можна було продемонструвати найкращі з них.

8. У рекламній пропозиції варто також згадати і про сучасну методіку викладання іноземцям у наших університетах, розроблену і вже апробовану ММЦ НАН України. Ця методика наближена до західних стандартів і не потребує від студентів конспектування лекцій. Досвід

викладання математики іноземцям переконливо свідчить, що через мовний бар'єр студент, конспектуючи лекцію, потім і сам нерідко не може розібрати написане. Значно ефективніше, коли викладач наприкінці поточної лекції коротко повідомляє, про що йтиметься далі, і видає студентам матеріали наступної у друкованому чи електронному вигляді. Під час лекції викладач докладно пояснює матеріал, який студенти вже мають перед собою. У них залишається конспект курсу, який вони прослухали, і їм не потрібно купувати за кордоном дорогі підручники.

9. МОН України варто також конструктивно обміркувати заміну застарілих курсів, які вже не мають попиту в сучасній практиці, а тим більше за кордоном, на нові, побудовані на сучасних технологіях. Наприклад, з математики доцільно вилучити курси креслення і нрисної геометрії, замінивши їх комп'ютерною графікою для ІТ-спеціальностей. У такий спосіб вдасться збільшити кількість дисциплін, які обирають самі студенти, залучаючи до викладання в разі потреби професійних фахівців з НАН України, відомих за кордоном. І про все це слід також інформувати відповідні іноземні фірми, розширюючи рекламу запропонованого проекту згідно з відомим правилом ринку: *no publicity — no prosperity* (без реклами немає процвітання).

Про навчання українських студентів англійською мовою

Цікаво, що в цьому проекті з навчання іноземців українські студенти також мали можливість вільно відвідувати лекції, які читають англійською. Заняття призначали на перші пари у суботу, щоб вони не перетиналися з іншими регулярними лекціями, а у викладача (якщо він працює за сумісництвом) не було проблем з податковим законодавством. Слід зауважити, що українські студенти, які слухали лекції для іноземців, одногосно підтримали запропоновані зміни щодо вдосконалення поточної методіки викладання, і ми сподіваємося, що МОН України також не матиме заперечень.

До речі, у КНУ імені Тараса Шевченка українські студенти вже регулярно відвідують лекції англійською мовою з механіки на механіко-математичному факультеті та з інших дисциплін на факультетах міжнародних відносин і журналістики. При цьому університет додатково сплачує лекторам 10% від зарплати за викладання англійською. Різні форми стимулювання передбачено й у деяких інших університетах, але, на жаль, не в КПІ. Варто було б ширше впроваджувати таку практику, а також залучати фахівців з НАН України для читання лекцій з різних напрямів фундаментальної науки.

Видання англійської науково-навчальної літератури

Останнім часом істотно розширилися можливості доступу до закордонної науково-навчальної літератури через Інтернет. Цей доступ загалом приблизно на 20–30% дешевший за друковану версію. Проте впродовж останніх 3 років спостерігається поступове подорожчання відповідних інтернет-послуг унаслідок зростання попиту на них. Ця природна ринкова закономірність стимулюватиме таке зростання, доки не встановиться рівновага цін між друкованою літературою та електронними версіями.

Однак попит студентів, викладачів і вчених на англійську наукову та науково-навчальну літературу постійно зростає. Вона потрібна для навчання, викладання англійською, написання статей і монографій для видання за кордоном. Деякі українські студенти мають на меті поїхати на навчання або роботу до Європи, інші сподіваються на роботу в Україні в іноземних фірмах. Отже, зазначена вище ринкова ніша для українських видавництв ще більш розширюється. Це підтверджує той факт, що минулого року розпочався проект зі спільного видання англійських підручників і монографій, підготовлених фахівцями наукових установ НАН України на замовлення Казахстану і виданих казахськими видавництвами. Вже досягнуто домовленості між зацікавленими академічними науковими установами України,

КНУ імені Тараса Шевченка і Національною академією наук Азербайджану про започаткування аналогічного проекту з Азербайджаном. Очевидно, доцільніше було б заповнювати цю нішу відповідними проектами з українськими видавництвами, зокрема підпорядкованими НАН України і МОН України. Тому потрібно розширювати діяльність із видання такої навчальної, наукової і науково-методичної літератури. Сьогодні вже успішно діють кілька проектів, у яких беруть участь як університетські видавництва, так і Науково-видавнича рада при Президії НАН України. Було б добре, якби до цих проектів долучилися й видавництва, підпорядковані МОН України. Видання навчальної літератури англійською має обнадійливі перспективи, і це є ще однією незаповненою ринковою нішею для зацікавлених видавництв, оскільки в разі успішного розвитку запропонованого проекту попит на таку літературу дедалі зростатиме, і не лише в іноземних, а й у вітчизняних студентів, і навіть у викладачів та науковців, завдяки конкурентним цінам і професійно викладеному матеріалу.

Щодо методики написання сучасної науково-навчальної літератури з технічних і фізико-математичних наук слід звернути увагу, що відповідно до наявного попиту сьогодні в ній, навіть у підручниках та посібниках, як правило, використовують уже новіші й сучасніші підходи для спрощення доведень основних теорем курсу. Наприклад, у підручнику з математики [1] всю теорію побудовано на істотно спрощеному, порівняно з [2], але строгому доведенні існування інтеграла Лебега та його властивостей, що дає змогу доводити теореми для всіх розподілів випадкових величин, а не окремо для дискретних і неперервних, як це прийнято зазвичай у підручниках для технічних університетів і навіть у класичному університетському підручнику [3].

У підручниках [4, 5] наведено нову симетричну оцінку обумовленості системи лінійних алгебраїчних рівнянь; строго і більш просто доведено алгоритм Фадєєва одночасного визначення скалярних коефіцієнтів характеристичного полінома і матричних коефіцієнтів

приєднаної матриці з використанням формули Ньютона, яка пов'язує суми k -х степенів коренів характеристичного полінома з його скалярними коефіцієнтами. Крім того, наведено прозоре доведення самої формули Ньютона, знайдене І. Куренським. Цей алгоритм суттєво спрощує відомий результат А. Лівер'єра, який є і значно слабшим, і менш зрозумілим для студентів. Подібні вдосконалення зроблено також і в підручнику [6]. Тут варто також додати й видання професійних наукових словників [7–9].

Висновки

Враховуючи попередню інформацію і певний досвід власної наукової та викладацької роботи, автори вважають за доцільне підсумувати,

що вже сьогодні, а тим більш у майбутньому, для збільшення обсягів послуги з навчання іноземців в українських вишах надзвичайно актуальним і комерційно важливим є використання і комплексне вдосконалення як запропонованого авторами проекту в цілому, із залученням до участі в ньому фахівців наукових установ НАН України, так і розробленої авторами методики викладання предмета на лекціях. Крім того, розвиток цієї освітньої послуги значною мірою стимулюватиме вітчизняну науково-видавничу діяльність, особливо з огляду на зростання попиту на сучасну навчальну, навчально-методичну і наукову літературу англійською мовою, збільшення кількості таких видань та розширення їх дисциплінарного спектра.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. *Butsan G.P.* Introduction to Probability Theory. — К.: Akadempriodyka, 2012. — 249 p.
2. *Гухман И.И., Скороход А.В.* Введение в теорию случайных процессов. — М.: Наука, 1965. — 656 с.
3. *Гнеденко Б.В.* Курс теории вероятностей. — М.: Наука, 1988. — 650 с.
4. *Butsan G.P., Markovskyy A.P., Mukhin V.Ye., Yasinskyi V.V.* Introduction to numerical methods. Part I. — К.: NTUU KPI, 2007. — 136 p.
5. *Butsan G.P., Markovskyy A.P., Mukhin V.Ye., Yasinskyi V.V.* Introduction to numerical methods. Part II. — К.: Politekh-nica, 2010. — 144 p.
6. *Samoilenko A.M., Perestiuk N.A., Parasiuk I.O.* Differential Equations. — Almaty: University of Kazakhstan Publ., 2012. — 460 p.
7. *Кочера О.І., Мейнарович Є.В.* Англійсько-українсько-англійський словник наукової мови (фізика та споріднені науки). — Вінниця: Нова книга, 2010.
8. *Мейнарович Є.В., Кратко М.І.* Англійсько-український словник. Математика та кібернетика. — К.: Перун, 2010.
9. *Льченко О.М.* Англійська для науковців. Семантика. Прагматика. Переклад. — К.: Наук. думка, 2010.

Стаття надійшла 08.12.2013

Г.П. Буцан, А.М. Самойленко

Международный математический центр им. Ю.А. Митропольского НАН Украины
ул. Терещенковская, 3, Киев, 01601, Украина

О ПОВЫШЕНИИ КАЧЕСТВА И УВЕЛИЧЕНИИ ОБЪЕМА ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ

Статья посвящена дальнейшей детальной разработке уже успешно апробированного на практике проекта по увеличению количества иностранных студентов, обучающихся на английском языке в ведущих украинских университетах, эффективному привлечению к этому процессу специалистов НАН Украины и соответствующему росту доходов участников проекта. Для анализа этой проблемы применены современные методы маркетинговых исследований.

Ключевые слова: маркетинг, студенты, специалисты украинских университетов и НАН Украины, развитие методики преподавания.

G.P. Butsan, A.M. Samoilenko

Mytropol's'kyi International Mathematical Center of NAS of Ukraine
3 Tereshchenkivs'ka St., Kyiv, 01601, Ukraine

ENHANCING THE QUALITY AND INCREASING THE SALE
OF THE LEARNING ENGLISH SERVICE FOR FOREIGN STUDENTS
AT UKRAINE'S HIGHER SCHOOLS

The article is devoted to a further detailed development of the project that has been successfully realized (started) by the authors and is aimed at the significant increase in the number of foreign students learned at Ukraine's leading universities, the efficient attraction of experts of the NAS of Ukraine, and the appropriate increase in the income of Ukrainian participants of the project by several times. The modern methods of marketing studies of the indicated problem are used.

Keywords: marketing, students, experts of Ukraine's universities and NAS of Ukraine, development of the learning methods.