

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ МАЛОГО БІЗНЕСУ У СФЕРІ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

Функціонування суб'єктів підприємницької діяльності в сучасних умовах відбувається під впливом комплексу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. З одного боку інтеграція національної економічної системи у глобальне середовище призводить до входження в Україну міжнародних компаній та посилення конкуренції, з іншого боку в країні впродовж останніх шести років відбулись кардинальні зміни, які вплинули на особливості ведення бізнесу. У 2014-2015 рр. спостерігались кризові явища у фінансовій системі, які призвели до значного знецінення національної валюти, зниження рівня життя населення, зростання чисельності трудових мігрантів в умовах депопуляції та ін. Окреслені фактори спричинили необхідності адаптації суб'єктів підприємницької діяльності до існуючих умов, виводячи на ринок відповідні товари та послуги. В умовах активного розвитку інноваційних технологій значна кількість компаній пропонує клієнтам продукти, що виробляються за допомогою передових технологій.

В економічній системі діє значна кількість компаній, серед яких особливе місце займають малі підприємства, що виступають у якості важливого елемента національного господарства. Представлені компанії виконують важливі соціально-економічні функції, оскільки виробляють певну продукцію, залучаючи робочу силу та виплачуючи відповідну заробітну плату. В процесі здійснення підприємницької діяльності малі компанії мають можливість оперативно реагувати на зміни на ринках функціонування, швидко переорієнтовуючись з одного виду діяльності на інший та пропонуючи потенційним клієнтам відповідну продукцію, яка користується попитом у конкретних просторово-часових умовах [1]. Активний розвиток Інтернет-маркетингу завдяки запровадженню інноваційних технологій та істотне зростання кількості користувачів смартфонів, планшетів та ноутбуків призвів до інтенсивного використання глобальної мережі малим бізнесом для просування продукції та налагодження комунікацій з цільовою аудиторією. Перевагами використання мережі Інтернет для малих суб'єктів підприємницької діяльності є прийнятні грошові затрати на обслуговування веб-ресурсів (сайту, landingpage тощо), сторінок у соціальних медіа, запровадження рекламних кампаній, а також

можливість охоплення значної чисельності потенційних клієнтів [2].

В Україні суб'єкти підприємницької діяльності функціонують у різних сферах, що характеризуються певною специфікою та надають різні можливості для економічного зростання. Одним з перспективних напрямів в сучасних умовах є ринок освітніх послуг. У відповідності з одним із підходів виділяють наступні види освітніх послуг:

1. Послуги в системі (дошкільної, середньої та вищої) освіти.
2. Послуги в системі технічної підготовки кадрів (професійна реабілітація кадрів).
3. Навчання населення на курсах (іноземні мови; водіння автомобілів та інші).
4. Інші послуги в системі освіти (наприклад, репетиторство) [3].

Серед представлених напрямів лише останні два можуть бути використані суб'єктами малого підприємництва в процесі здійснення економічної діяльності, що пояснюється незначними грошовими ресурсами, невеликою чисельністю працівників та існуванням відповідної процедури ліцензування перших двох видів освітніх послуг. Перспективність зазначеного підходу пояснюється поступовим зростанням серед населення різноманітних курсів, виходячи з мотивів отримання нових знань. Основними мотивами навчання на курсах є:

1. Потреба у отриманні базових спеціалізованих знань, які потрібні для набуття первинних професійних вмій та навичок.
2. Необхідність підвищення рівня професійної кваліфікації або переорієнтації на нову спеціалізацію завдяки засвоєнню відповідного контенту.
3. Просвітницькі мотиви, що пов'язані з прагненням користувачів до саморозвитку у різних сферах.

Навчальні курси можуть проводитись як у класичному форматі, так і в мережі Інтернет. Кожен з представлених підходів користується попитом серед окремих цільових груп, проте онлайн-курси мають значні переваги, в тому числі й для малих компаній, завдяки формату комунікацій та специфіці надання освітнього контенту. Головною умовою надання освітніх послуг малими підприємствами є наявність фахівців з унікальними знаннями або тематичним контентом, що користується попитом у сучасних умовах. Слід

відмітити, що специфіка освітнього процесу може передбачати навчання слухачів певним вмінням, які працівник малого суб'єкту підприємницької діяльності отримав в процесі роботи у окремій сфері або використовує як елемент певного життєвого досвіду. Особливості зазначеного виду діяльності пов'язані з відсутністю чіткої регламентації стосовно надання навчального контенту, що призводить появи малих компаній, які отримавши ліцензію на надання освітніх курсів, можуть представляти слухачам освітні матеріали сумнівної якості. Прикладом можуть слугувати різноманітні курси саморозвитку, що пропагують ідеї, які не отримали науково обґрунтування, а в деяких випадках можуть суперечити здоровому глузду. Поряд з цим, при проведенні офлайн курсів можливо застосовувати приміщення, які при наданні класичних освітніх послуг заборонено використовувати. Тобто малі компанії мають можливість не лише економити на приміщеннях та обладнанні, але й отримують переваги стосовно розміщення навчальних приміщень у локаціях, які наближені до цільової аудиторії, наприклад, у торговельно-розважальних комплексах або на туристичних курортах.

При наданні освітніх послуг у форматі онлайн-курсів малі компанії мають можливість залучити значну кількість потенційних клієнтів, витративши порівняно невеликі кошти. Специфіка цифрового середовища передбачає наявність безкоштовних ресурсів для розміщення освітнього контенту, в першу чергу слід відмітити YouTube, GoogleDrive (перші 15 ГБ безкоштовно), playposit.com тощо. Поряд з цим, існують платформи, які дозволяють за невелику плату розмістити освітній контент та надавати доступ клієнтам згідно з різними тарифними планами. Перспективність зазначеного бізнесу для малих компаній пояснюється істотним попитом серед клієнтів, які активно обирають онлайн-курси завдяки наявності наступних переваг:

1. Мобільність завдяки можливості вивчення навчального матеріалу без прив'язки до конкретного місця та жорстких часових рамок за умови наявності Інтернету.

2. Широкий вибір тематики освітнього контенту, який обмежується лише нормами чинного законодавства, а в деяких випадках нормами моралі.

3. Нижча вартість у порівнянні з офлайн-курсами з аналогічним навчальним контентом.

4. Сучасний формат подачі навчальних матеріалів, що передбачає орієнтацію на інтерактивний контент та можливість перегляду у багатьох випадках коротких відеороликів.

5. Англомовний контент дає можливість навчатись слухачам з різноманітних країн світу [4].

Не зважаючи на той факт, що існують значні передумови для зростання зазначеного ринку, на сучасному етапі незначна частка представників малого бізнесу долучається до надання освітніх послуг.

Розглянемо основні напрями послуг, які можуть надавати малі підприємства у сфері освіти [5]:

1. Дитячий розвиваючий центр.
2. Студія дитячої творчості у торговельно-розважальному центрі.
3. Тренінговий центр.
4. Клуб раннього розвитку дітей.
5. Курси іноземних мов.
6. Парикмахерські та манікюрні курси.
7. Курси виживання.
8. Психологічний салон.
9. Дитячий садок на дому.
10. Уроки фінансової грамотності.
11. Курси підготовки до ЗНО.
12. Ментальна арифметика.
13. Курси акторського мистецтва.
14. Кулінарні школи тощо.

Наведений список містить лише найбільш популярні тематичні курси в онлай та офлайн середовищі. Сучасне конкурентне середовище на основі існуючих трендів постійно доповнює перелік тематичних курсів. Враховуючи особливості функціонування малих підприємств, в першу чергу в мережі Інтернет, представлені компанії мають великий потенціал для розвитку переліку освітніх послуг та їх надання значній чисельності потенційних клієнтів. Існування розгалуженої інфраструктури в глобальній мережі дозволяє здійснювати пошук цільової аудиторії для різного навчального контенту на різноманітних ресурсах, в першу чергу мова йде про спільноти у соціальних медіа. За умови використання науково обґрунтованої стратегії Інтернет-маркетингу буде використано оптимальний перелік діджитал інструментів, що дозволить підвищити ефективність залучення клієнтів та сприятиме підвищенню рівня конверсії. Слід відмітити необхідність в малих компаній, що функціонують у сфері надання освітніх послуг, таких ресурсів як веб-сайт та акаунти у соціальних мережах.

Література

1. Сімків Л.Є. Тенденції розвитку малого підприємництва в Україні в умовах диспропорційності економічного зростання / Л.Є. Сімків, С.А. Побігун // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 3. – С. 560–564.

2. Why You Need a Digital Marketing EcoSystem [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://commonsensemarketing.com.au/digital-marketing-ecosystem/>

3. Классификация образовательных услуг [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://nsportal.ru/vuz/pedagogicheskie-nauki/library/2013/04/28/klassifikatsiya-obrazovatelnykh-uslug>

4. Онлайн-образование: 7 ключевых трендов 2018 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://geniusmarketing.me/lab/onlajn-obrazovanie-7-klyuchevyx-trendov-2018-goda/>

5. 25 самых прибыльных направлений бизнеса в сфере образования [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.openbusiness.ru/biz/business/25-biznes-idey-v-sfere-obrazovaniya/>