

ОСОБЛИВОСТІ ПРОСУВАННЯ ЗАКЛАДУ У СФЕРІ ПОЗАШКІЛЬНОЇ ОСВІТИ НА РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

В. М. Хомич

здобувачка вищої освіти другого (магістерського) рівня спеціальності «Маркетинг»,
навчально-науковий інститут економіки та менеджменту

Науковий керівник – к.е.н., доцент І. О. Оплачко

*Національний університет водного господарства та природокористування,
м. Рівне, Україна*

У статті висвітлено особливості функціонування закладів у сфері позашкільної освіти в Україні. Зокрема, проаналізовано структуру позашкільної освіти та причинно-наслідкові зв'язки зниження кількості таких закладів протягом останніх років. Враховуючи результати аналізу, окреслено найважливіші складові стратегії просування закладу позашкільної освіти в сучасних умовах та особливості використання цифрових інструментів у рамках неї.

Ключові слова: позашкільна освіта, ринок освітніх послуг, просування, цифрові медіа.

The article highlights the peculiarities of the functioning of institutions in the field extracurricular education in Ukraine. The structure of extracurricular education and the reasons for the decrease in the number of such institutions in recent years are analyzed. The most important components of strategies for the promotion of an extracurricular education institution in modern conditions and the peculiarities of using digital tools within it are outlined.

Keywords: extracurricular education, educational services market, promotion, digital media.

У сучасному світі конкуренція на ринку освітніх послуг стає все більш жорсткою, особливо для закладів позашкільної освіти. Тому виникає актуальна потреба у розробці ефективних стратегій просування. Це необхідно для залучення та утримання учнів, забезпечення фінансової стійкості закладу освіти та успішного ведення бізнесу в умовах постійних змін на ринку.

Теоретико-методичні та практичні засади просування закладів освіти досліджували у своїх працях С. James, Р. Phillips, М. Rohim, Х. Yang, О. Ю. Бобало, Т. М. Борисова, Т. В. Вільхова, С. М. Ілляшенко, О. О. Красноручський, Л. С. Левченко, М. В. Мальчик, М. В. Швардак, Н. І. Яловега. Автори висвітлювали різні аспекти маркетингового управління діяльністю освітніх закладів. Однак сьогодні залишаються недостатньо розкритими аспекти, які стосуються маркетингових підходів й інструментів просування закладів позашкільної освіти, створення сучасного освітнього простору та його позитивного іміджу в громадах.

Метою статті є дослідження особливостей просування закладу у сфері позашкільної освіти на ринку освітніх послуг.

Відповідно Закону України «Про позашкільну освіту» позашкільна освіта – це сукупність знань, умінь та навичок, що здобувають вихованці, учні і слухачі в закладах позашкільної освіти, інших суб'єктах освітньої діяльності за програмами позашкільної освіти [1]. До закладів позашкільної освіти відносять [2]: центри, будинки, клуби науково-технічної творчості учнівської молоді, станції юних техніків; центри, будинки, клуби еколого-натуралістичної творчості учнівської молоді, станції юних натуралістів; центри, будинки,

клуби, бюро туризму, красзнавства, спорту та екскурсій учнівської молоді, туристсько-красназавчої творчості учнівської молоді, станції юних туристів-красназавців; центри, палаци, будинки, клуби художньої творчості дітей, юнацтва та молоді, дитячої та юнацької творчості, естетичного виховання; клуби фізичної підготовки.

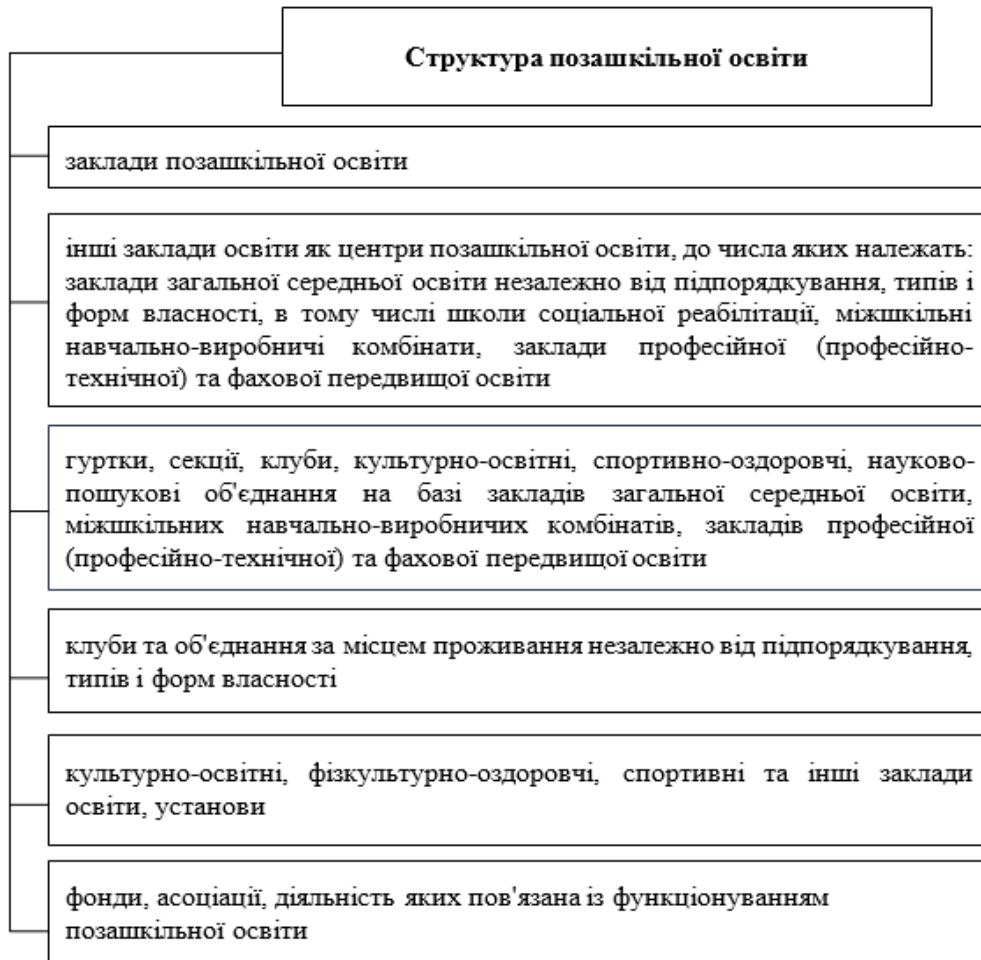


Рис. 1. Структура позашкільної освіти в Україні [1]

Останні роки спостерігається зменшення кількості закладів позашкільної освіти та кількості їх вихованців (рис. 2 та рис. 3).

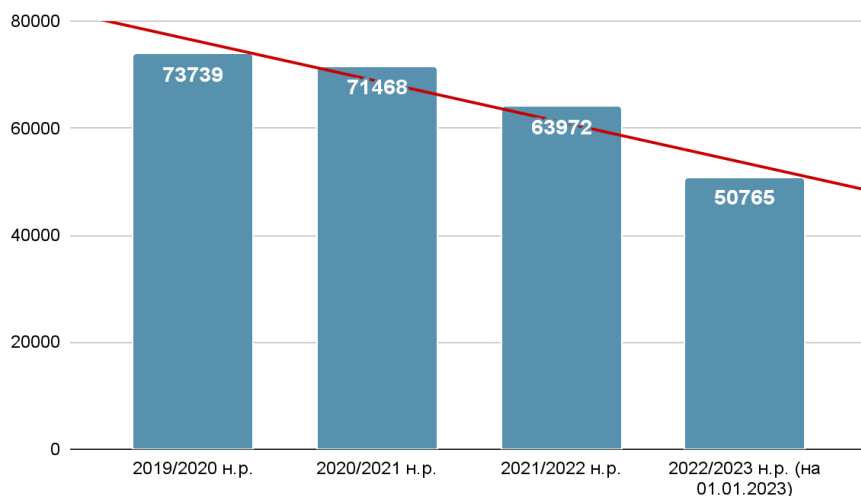


Рис. 2. Кількість закладів позашкільної освіти у 2019–2023 рр. [3]

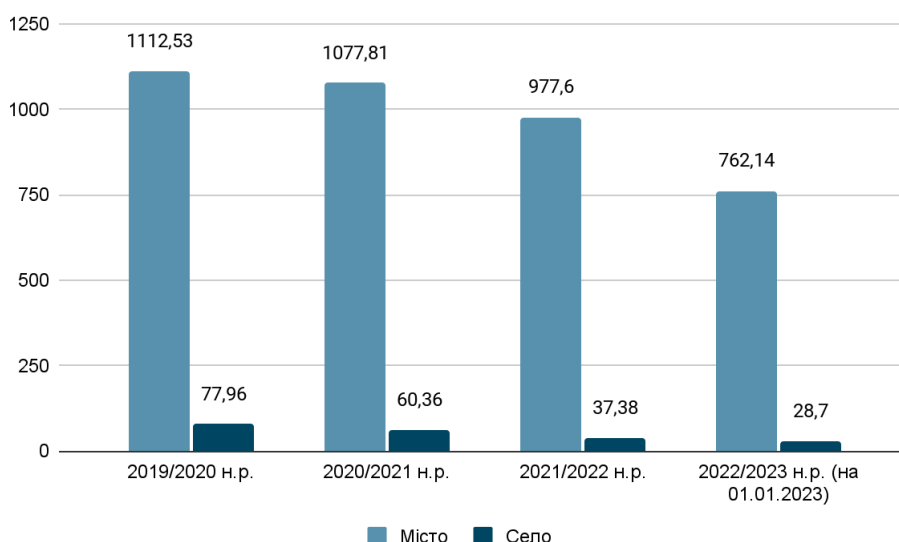


Рис. 3. Кількість вихованців у закладах позашкільної освіти у 2019–2023 рр., тис. осіб [3]

Також існує значна диспропорція між кількістю позашкільних закладів та кількістю учнів у міській та сільській місцевості. Основними причинами цього виокремлено:

- проблеми з фінансуванням та матеріально-технічним забезпеченням;
- повномасштабна війна;
- реорганізація та ліквідація закладів освіти у процесі децентралізації;
- недостатня обізнаність про заклади позашкільної освіти;
- відсутність якісних стратегій просування через маркетингові канали.

Таблиця

Кількість закладів позашкільної освіти та їх вихованців у 2019–2023 рр. [3]

	2019/2020 н.р.	2020/2021 н.р.	2021/2022 н.р.	2022/2023 н.р. (на 01.01.2023)	Темп зростання, %
Кількість закладів позашкільної освіти, шт	73739	71468	63972	50765	68,84
Кількість вихованців всього, тис. осіб	1190,49	1138,17	1014,98	790,84	66,43
- у містах, тис. осіб	1112,53	1077,81	977,6	762,14	68,51
- у селах, тис. осіб	77,96	60,36	37,38	28,7	36,81

Сучасний ринок освітніх послуг став особливо динамічним і конкурентним середовищем, і заклади позашкільної освіти повинні активно просувати свої послуги, щоб привернути увагу цільової аудиторії, збільшити свою клієнтську базу та залучити фінансування. Можливі складові стратегії просування закладу позашкільної освіти наведені на рис. 4.

Першим кроком у розробці стратегії просування є детальний аналіз цільової аудиторії. Важливо визначити її потреби, цінності та очікування щодо позашкільної освіти. Також важливо проаналізувати конкурентів та ринок. Проведення комплексного дослідження допоможе визначити ключові напрямки комунікації та сформуванню відповідно якісну стратегію просування для закладу позашкільної освіти.

Важливим кроком у просуванні закладу позашкільної освіти є розробка унікальної пропозиції, яка вирізнятиме його серед конкурентів. Це може бути особлива освітня методика, інноваційна програма або специфічний підхід до навчання. Створення такої унікальної пропозиції допоможе привернути увагу батьків та учнів і дозволить такому закладу мати додаткову конкурентну перевагу на ринку.

Створення бренду закладу позашкільної освіти є важливою складовою його успіху на

ринку. Розробка унікального бренду, який відображає цінності та переваги закладу, допоможе відрізнити його від конкурентів та забезпечити впізнаваність серед клієнтів.

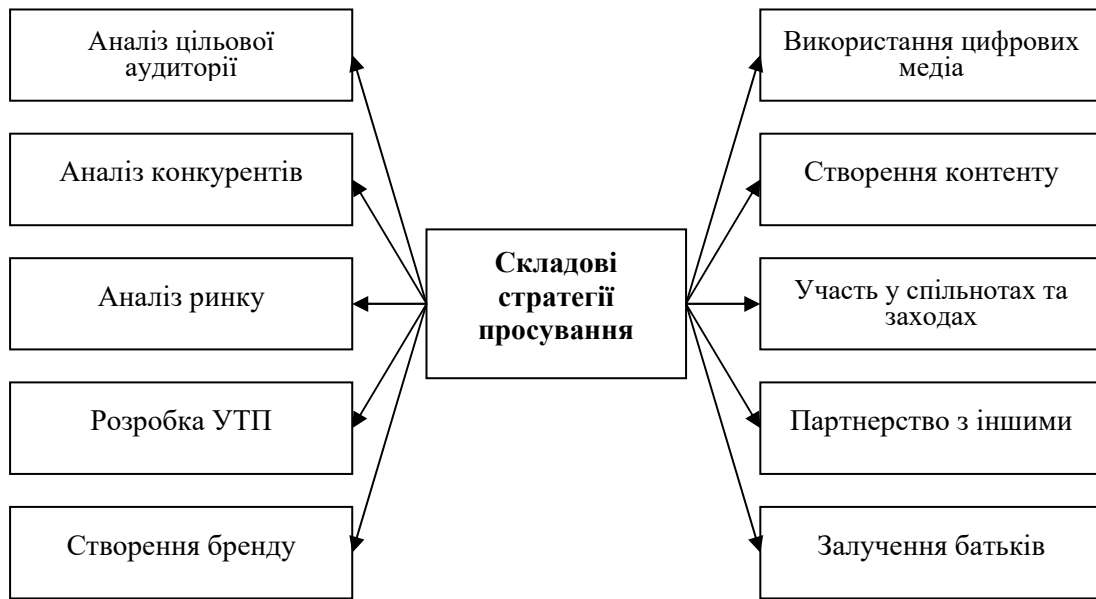


Рис. 4. Складові стратегії просування закладу позашкільної освіти

Цифрові медіа стали важливим інструментом у просуванні освітніх послуг. Створення та ведення вебсайту, наявність активних бізнес-сторінок в соціальних мережах (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok), SEO-просування, пошукова та таргетована реклама в Інтернеті – це лише частина методів, які дозволяють залучити увагу цільової аудиторії та збільшити обіг клієнтів.

Створення цікавого та корисного контенту, такого як статті, відеоуроки, вебінари тощо, допоможе привернути увагу цільової аудиторії та позитивно вплинути на її уявлення про ваш заклад.

Активна участь у спільнотах та заходах, пов'язаних із освітою, може сприяти підвищенню впізнаваності закладу позашкільної освіти. Організація та участь у конференціях, виставках, фестивалях тощо дозволить зустрічатися з потенційними клієнтами та партнерами, розширювати мережу контактів та підвищувати експертність учасників освітнього процесу. Партнерство з іншими закладами освіти, а також організаціями, що працюють у сфері розвитку дітей, може значно посилити позицію закладу на ринку.

Налагоджена ефективна взаємодія і співпраця між закладами позашкільної освіти сприятиме розвитку партнерських стосунків, формуванню якісного позашкільного освітньо-розвивального простору, мобілізації всіх можливих ресурсів для створення позитивного іміджу закладу позашкільної освіти.

Ще однією важливою складовою успіху у просуванні закладу позашкільної освіти є залученість та підвищення рівня лояльності батьків. Регулярна комунікація з батьками, організація днів «відкритих дверей», батьківські збори та інші заходи допоможуть побудувати довіру та покращити імідж закладу.

1. Про позашкільну освіту : Закон України від 22 чер. 2000 р. № 1841-III. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/t001841?an=317> (дата звернення: 20.03.2024).
2. Стратегія розвитку позашкільної освіти / за ред. проф. О. В. Биковської. URL: <https://enpuir.npu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/23320/Stratehiia%20Rozvytku%20Pozashkilnoi%20Osvity.pdf;jsessionid=8AE561C489EAA1BDA3FF62EA8FA9CD1F?sequence=1> (дата звернення: 20.03.2024).
3. Позашкільна освіта – проблеми, пропозиції та нові формати роботи : вебсайт. URL: <https://eo.gov.ua/pozashkilna-osvita-problemy-propozytsii-ta-novi-formaty-roboty/2023/09/19/> (дата звернення: 20.03.2024).