

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
УКРАЇНИ

Навчально-науковий інститут екологічної економіки і менеджменту  
Кафедра менеджменту та маркетингу

ДИПЛОМНА РОБОТА  
магістра

на тему: «Удосконалення організації освітніх послуг в сучасних умовах (за матеріалами роботи Фізичної Особи Підприємця Мартина Івана Івановича)»

Виконав студент гр. МО-61м Мартин І.І.

(підпис) (прізвище, ініціали)

Науковий керівник Муравйов Ю.В.

(підпис) (прізвище, ініціали)

Рецензент Клим Н.М.

(підпис) (прізвище, ініціали)

## Завдання до дипломної роботи магістра

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

### НАЦІОНАЛЬНИЙ ЛІСОТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ УКРАЇНИ

Навчально-науковий інститут	<u>екологічної економіки і менеджменту</u>
Кафедра	<u>менеджменту та маркетингу</u>
Спеціальність	<u>073, менеджмент</u>
Спеціалізація	<u>менеджмент організацій і адміністрування</u>

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

*В.о. завідувача кафедри, к.е.н.*

*Макимець О.В.* \_\_\_\_\_

*«11» «вересня» 2023 року.*

## ЗАВДАННЯ НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ МАГІСТРА

Мартин Іван Іванович

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема дипломної роботи Удосконалення організації освітніх послуг в сучасних умовах (за матеріалами роботи Фізичної Особи підприємця Мартина Івана Івановича)

*затверджена наказом університету від "07" 09 2023 року № С-455*

2. Термін подання студентом роботи: « 08 » січня 2024 р.

3. Вихідні дані до дипломної роботи Наукові публікації з питань системи організації освітніх послуг, маркетингових стратегій освітніх центрів, життєвого циклу освітніх послуг, навчально-методична література з питань ведення обліку ФОП 2 групи, статистична та фінансова звітність Lingo Education, основи холістичного маркетингу.

4. Зміст пояснювальної записки (розділи, які потрібно розробити) У першому розділі необхідно дослідити тенденції надання та організації освітніх послуг в Україні та за кордоном. У другому розділі необхідно проаналізувати особливості функціонування ФОП 2 групи, а також здійснити аналіз процесу надання освітніх послуг у Lingo Education . У третьому розділі необхідно запропонувати маркетингову стратегію для Lingo Education, дати практичні рекомендації щодо впровадження інновацій.

5. Перелік ілюстративного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень) Тема, мета та завдання дипломної роботи, фінансова звітність ФОП, схема життєвого циклу освітніх послуг, маркетингова стратегія, інтегрований, інтегрований підхід до розробки маркетингової стратегії, рекомендації щодо вдосконалення процесу організації освітніх послуг.

6. Консультанти дипломної роботи, із зазначенням розділів, що стосуються їх:

Розділ	Консультанти	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв

7. Дата видачі завдання « 11 » « вересня » 2023 року

Студент \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ Мартин І.І.

Керівник роботи \_\_\_\_\_ (підпис) \_\_\_\_\_ Муравйов Ю.В.

#### КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН2

№ з/п	Назва етапів дипломного проекту	Термін виконання етапів проекту	Примітка
1.	Вибір тематики дослідження	28.08 – 05.09.2023	виконано
2.	Збір та опрацювання статистичної інформації підприємства	28.08 – 10.09.2023	виконано
3.	Виконання індивідуального завдання за обраною тематикою	11.09 – 08.10.2023	виконано
4.	Написання теоретичного розділу	09.10 – 31.10.2023	виконано
5.	Написання аналітично-дослідницького розділу	01.11 – 26.11.2023	виконано
6.	Розробка заходів та написання проектно-рекомендаційного розділу	27.11 – 17.12.2023	виконано
7.	Формування узагальнень та висновків, оформлення пояснювальної записки	18.12 – 31.12.2023	виконано
8.	Оформлення пояснювальної записки до дипломної роботи	02.01 – 08.01.2024	виконано
9.	Підготовка виступу та оформлення графічного матеріалу	09.01 – 15.01.2024	виконано

## АНОТАЦІЯ

Мартин І. І. Удосконалення організації освітніх послуг в сучасних умовах (за матеріалами роботи Фізичної Особи підприємця Мартина Івана Івановича) / І. І. Мартин. – Львів: НЛТУ України, 2023. – 42 с. (Магістерська дипломна робота).

Бібліографія: 42 с., 5 табл., 3 рис., 36 посилань, додатки.

Проаналізовано поняття «освітні послуги». Здійснено аналіз тенденцій надання освітніх послуг в Україні. Розглянуто життєвий цикл освітніх послуг. Виокремлено етапи процесу надання освітніх послуг. Здійснено аналіз тенденцій надання освітніх послуг в світі. Досліджено аспекти холістичного маркетингу.

Розглянуто особливості функціонування ФОП 2 групи. Наведено зразок звітності ФОП 2 групи. Наведено загальну характеристику діяльності центру з надання з вивчення англійської мови Lingo Education. Досліджено особливості маркетингової стратегії Lingo Education.

На основі SWOT-аналізу визначено фактори, які впливають на формування цілей та стратегії Lingo Education. Наведено перелік внутрішніх та зовнішніх загроз, що негативно впливають на успішність діяльності Lingo Education. Представлено сильні сторони та конкурентні переваги Lingo Education.

Запропоновано впровадження концепції холістичного маркетингу. Надано рекомендації щодо проведення стратегічного аналізу Lingo Education. Запропоновано перелік новаторських методів для покращення якості надання освітніх послуг.

Ключові слова: освітні послуги, ФОП 2 група, STEM-освіта, SWOT-аналіз, цифрова трансформація, холістичний маркетинг, Lingo Education

## ANNOTATION

Martyn I. I. Improving the Organization of Educational Services in Modern Conditions (based on the work of the Individual Entrepreneur Martin Ivan Ivanovich) / I. I. Martyn.- Lviv: UNFU of Ukraine, 2023. - 42 p. (Master diploma work).

Bibliography: 42 pp., 5 tables, 3 figures, 36 references, appendices.

The concept of "educational services" has been analyzed. An examination of trends in the provision of educational services in Ukraine has been conducted. The life cycle of educational services has been considered, and the stages of the educational service delivery process have been identified. Trends in the provision of educational services worldwide have been analyzed. Aspects of holistic marketing have been investigated.

The peculiarities of the functioning of the Individual Entrepreneur of the 2nd group have been discussed. An example of the reporting of the Individual Entrepreneur of the 2nd group has been provided. An overview of the activities of the English language learning center, Lingo Education, has been presented. The marketing strategy of Lingo Education has been explored.

Based on a SWOT analysis, factors influencing the formation of goals and strategies for Lingo Education have been identified. A list of internal and external threats negatively impacting the success of Lingo Education has been provided. The strengths and competitive advantages of Lingo Education have been outlined.

The implementation of the holistic marketing concept has been proposed. Recommendations for conducting a strategic analysis of Lingo Education have been given. A list of innovative methods to improve the quality of educational services has been proposed.

Keywords: educational services, Individual Entrepreneur of the 2nd group, STEM education, SWOT analysis, digital transformation, holistic marketing, Lingo Education

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ .....</b>	<b>9</b>
1.1. Тракткування поняття «освітні послуги» та їх важливості.....	9
1.2. Характеристика життєвого циклу освітніх послуг.....	11
1.3. Огляд тенденцій надання освітніх послуг, в тому числі у центрах вивчення іноземних мов, у сучасному світі.....	13
Висновки до розділу 1	
<b>РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ У ЦЕНТРАХ З ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ «LINGO EDUCATION»...18</b>	
2.1. Характеристика ФОП 2 групи, особливості оподаткування та звітності.....	18
2.2. Аналіз діяльності центру з вивчення англійської мови Lingo Education.....	21
2.3. Аналіз рівня організації освітніх послуг Lingo Education.....	24
Висновки до розділу 2	
<b>РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЙНІ ЗАХОДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ.....28</b>	
3.1. Шляхи впровадження нових маркетингових стратегій у мережі шкіл іноземних мов Lingo Education.....	28
3.2. Застосування інноваційних методів у мережі шкіл іноземних мов Lingo Education.....	32
Висновки до розділу 3	
 <b>ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ</b>	
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ</b>	
<b>ДОДАТКИ</b>	

## ВСТУП

Ринок освітніх послуг є взаємодією між попитом на освітні послуги від індивідів, підприємств, держави та інших суб'єктів, і пропозицією різних освітніх установ. Різноманіття визначень освітніх послуг можна розглядати як суму знань або обсяг інформації, що передаються особі, або як вид та результат праці/діяльності, спрямованих на отримання освіти, чи як економічну категорію, що відображає "складні економічні відносини в галузі освіти", і так далі.

Широкий спектр визначень вимагає виокремлення ключових характеристик освітніх послуг. Зростаюча роль бізнесу в системі освіти та його економічна та соціальна відповідальність за навчання висококваліфікованих робочих ресурсів стають все більш значущими.

Населення все більше бере на себе фінансові витрати на свою професійну підготовку, що вимагає перегляду підходів до прогнозування трудової кар'єри. Все це підкреслює актуальність дослідження сучасних тенденцій і механізмів розвитку ринку освітніх послуг.

Загальне поняття маркетингу освітніх послуг можна описати як багатопланове, що включає в себе: систему управління ринковою діяльністю освітнього закладу; комплекс заходів, спрямованих на створення, підтримку або зміну поведінки цільової аудиторії щодо освітніх послуг та їх суб'єктів; процес управління в ринкових відносинах; науку, що досліджує і формує стратегію і тактику комунікацій між суб'єктами ринку освітніх послуг; філософію, стратегію і тактику відносин і взаємодій між споживачами, посередниками і виробниками освітніх послуг і продуктів.

Значущим чинником стало зростання ролі бізнесу в освітній системі та його економічна та соціальна відповідальність за навчання висококваліфікованих робочих ресурсів. Індивіди все більше взяли на себе відповідальність за фінансові витрати на свою професійну підготовку, що вимагає перегляду підходів до стратегічного планування трудової кар'єри. Усе

це підкреслює актуальність вивчення останніх тенденцій та механізмів розвитку ринку освітніх послуг.

Метою роботи є здійснення аналізу процесу організації рівня освітніх послуг.

У відповідності до поставленої мети перед нами окреслені такі завдання:

- проаналізувати зміст поняття «освітні послуги»;
- ознайомитися з життєвим циклом освітніх послуг;
- проаналізувати тенденції надання освітніх послуг в Україні та за кордоном;
- ознайомитися з особливостями діяльності ФОП 2 групи;
- здійснити аналіз діяльності центру з вивчення іноземних мов Lingo Education ;
- проведення SWOT-аналізу рівня надання освітніх послуг центру з вивчення іноземних мов Lingo Education ;
- запропонувати шляхи вдосконалення надання освітніх послуг у центрі з вивчення іноземних мов .

Об'єктом дослідження обраний центр з вивчення іноземних мов Lingo Education.

Предметом – процес організації освітніх послуг у центрі з вивчення іноземних мов Lingo Education.

## РОЗДІЛ 1. АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

### 1.1. Трактування поняття «освітні послуги» та їх важливості

Економічний і соціальний розвиток суспільства призвів до підвищення значення інформаційних послуг, що є важливою характеристикою високого рівня життя інформаційного суспільства. Особливо важливе місце серед послуг, які використовуються глобальними та національними економіками, займають освітні послуги, що визначають роль людини в суспільстві. Освітні послуги відіграють ключову роль у формуванні трудового та соціального статусу особистості, супроводжуючи її протягом усього життя.

Освітні послуги представляють собою комплекс послуг, які надаються освітніми інституціями, такими як школи, університети, тренінгові центри та інші, з метою сприяння здобуттю та розвитку знань, навичок, компетенцій та інших аспектів освіти у споживачів. Цей спектр послуг може включати уроки, лекції, практичні вправи, консультації вчителів чи викладачів, доступ до навчальних матеріалів, оцінювання та інші заходи, спрямовані на процес навчання та розвиток особистості.

Навчальні послуги можуть функціонувати на різних рівнях освіти, включаючи початковий, середній, вищий та додатковий рівні. Також може існувати різниця у вартості, де деякі послуги є платними, а інші надаються безоплатно, в залежності від типу освітнього закладу та умов, які супроводжують надання послуг.

Іншим фактором змін на ринку освітніх послуг є процеси інтеграції, що призводять до створення єдності підходів до кваліфікаційних вимог сучасного професіонала, що забезпечує мобільність трудових ресурсів. Важливим аспектом у розвитку ринку освітніх послуг є також зміни в фінансових аспектах його функціонування в Україні, де в даний час все більше ринкові механізми визначають попит.

Зростаюча роль бізнесу в системі освіти та його економічна та соціальна відповідальність за підготовку висококваліфікованих трудових ресурсів стає все більш актуальною. Населення все більше взяло на себе витрати на фінансування своєї професійної підготовки, що вимагає перегляду підходів до стратегічного планування трудової кар'єри. Усе це вказує на необхідність дослідження сучасних тенденцій і механізмів розвитку ринку освітніх послуг.

Ринок освітніх послуг представляє взаємодію між попитом на освітні послуги від окремих суб'єктів - фізичних осіб, підприємств, держави тощо, і пропозиціями від різних освітніх установ. Різноманітність визначень освітніх послуг можна розкрити як сукупність знань або обсягу інформації, що передаються індивіду, або як вид і результат праці/діяльності, спрямованих на отримання освіти, або як економічна категорія, що виражає "складні економічні відносини в галузі освіти" [3] і так далі.

Велика кількість визначень вимагає виділення основних особливостей освітніх послуг. Аналіз основних особливостей освітніх послуг показав, що вони [7]:

- на сьогоднішній день володіють властивостями як громадського, так і приватного блага;
- мають спільні характеристики для всіх послуг: невіддільність від джерела, непередбачуваність, невідчутність;
- мають свої власні характеристики: активність споживача в процесі отримання, державний контроль якості, залежність від двох взаємопов'язаних ринків - ринку освітніх послуг і ринку праці, наявність додаткових послуг, які додають цінність освітньому закладу.
- З врахуванням перелічених характеристик можна зробити висновок, що освітня послуга - це процес формування компетенцій (знань, умінь, навичок, здібностей) споживача як суб'єкта суспільно-економічних відносин з метою задоволення його потреб. З цього визначення випливає доцільність розгляду питань, пов'язаних з динамікою перебування конкретних освітніх послуг на ринку.

## 1.2. Характеристика життєвого циклу освітніх послуг

Процес розпочинається з моменту виникнення потреб споживачів у певних компетенціях, перетворення їх в основні цілі майбутніх освітніх послуг, триває тимчасовий період результативного конкурентоспроможного існування освітніх послуг на ринку і завершується відходом або значущою модернізацією. Таким чином, процес виробництва та надання освітньої послуги провайдером є системою, де на вході існують конкретні потреби, які аналізуються щодо можливостей постачальника для їх задоволення, стимулюючи новий етап життєвого циклу.

Проведення маркетингових досліджень для визначення потреб у конкретних компетенціях, реалізація фундаментальних і прикладних досліджень з аналізу шляхів їх задоволення є початковим етапом життєвого циклу. На цьому етапі також відбувається проектування та впровадження процесу надання освітніх послуг, включаючи ліцензійні та акредитаційні заходи, матеріально-технічне та методичне забезпечення, пошук основних і додаткових джерел фінансування, прогнозування вигод та інші аспекти.

Етап пробного маркетингу освітніх послуг спрямований на уточнення стратегії введення нової послуги на ринок. Зазвичай на цьому етапі відбувається комерційна реалізація результатів процесу надання інноваційної освітньої послуги. Пробний маркетинг дозволяє визначити фактичну і потенційну ефективність діяльності з надання освітніх послуг.

Етап активного надання освітніх послуг складається з трьох підетапів [8, С.140]:

1. Освоєння включає в себе пропагандистські рекламні заходи для стимулювання максимальної інформованості про нову освітню послугу. Обсяги продажів поступово збільшуються.
2. Дифузія освітніх послуг пов'язана з їх поширенням, тиражуванням і багаторазовим повторенням завдяки великій кількості споживачів. Обсяги

продажів досягають максимальних величин, і рівень конкуренції, як правило, збільшується.

3. Рутинізація пов'язана з придбанням освітньою послугою таких властивостей, як стійкість, стабільність функціонуючих елементів, сталість і, в кінцевому підсумку, моральна відсталість. Ринок стає насиченим, і виникає гостра конкуренція. Для підтримки падаючого попиту потрібні великі витрати на маркетинг і активні рекламні заходи або посилення конкурентних переваг, наприклад, вдосконалення самої послуги.

Етап контролю якості освітніх послуг проводиться паралельно з етапом активного надання послуг. На цьому етапі аналізується якість і актуальність наданих послуг з позицій провайдера, споживачів та інших зацікавлених суб'єктів ринку освітніх послуг.

Результати, отримані на виході, можуть вимагати модифікації та удосконалення послуги чи її способу надання, припинення виробництва або, навпаки, збільшення обсягів реалізації.

Роблячи висновки щодо життєвого циклу освітньої послуги, можна зазначити наступне:

- У порівнянні з життєвим циклом товарів, життєвий цикл освітньої послуги є більш тривалим, гнучким та менш ризикованим завдяки наявності на кожному етапі тісного зворотного зв'язку між провайдерами та споживачами, а також значним можливостям для удосконалення. Тривалість життєздатності освітніх програм, реалізованих через послуги, скорочується, тоді як життєвий цикл освіти індивіда збільшується, при цьому попит на різноманітні освітні послуги тенденційно зростає.

- У останні десятиліття спостерігається зростання взаємовпливу та розширення кількості суб'єктів, які беруть участь у наданні освітніх послуг. Це ставить завдання створення нової системи організації та управління в галузі освітніх послуг, здатної адаптивно реагувати на зміни на ринку праці. Крім того, це відкриває можливості для різних економічних суб'єктів активно брати

участь на конкретних етапах життєвого циклу освітніх послуг і повноцінно користуватися експортним потенціалом глобального ринку освітніх послуг.

Особливості життєвого циклу освітніх послуг стають актуальними в контексті наростаючого процесу глобалізації. Проблеми, пов'язані з глобалізацією світової економіки, вступом України до СОТ і приєднанням до Болонського процесу, розглядалися в роботах різних авторів, що вказує на кілька тенденцій розвитку ринку освітніх послуг:

1. Посилення міжнародної академічної мобільності як процесу, спрямованого на створення світового інтелектуального капіталу [4; 6];
2. Збільшення експорту освітніх послуг [4; 5];
3. Реформування вищої школи та підвищення якості освітніх послуг відповідно до вимог світового ринку [4; 6];
4. Прагнення постійно шукати шляхи забезпечення конкурентоспроможності вищих навчальних закладів на внутрішньому та міжнародному ринках;
5. Реформування ринку праці з метою посилення структуризації і диференціації, що призводить до збільшення різновидів освітніх послуг [4];
6. Поєднання конкуренції між суб'єктами ринку освітніх послуг, які формують пропозицію, і співпраця з метою збільшення привабливості сфери функціонування [2];
7. Зміцнення інвестиційної привабливості освіти, відкритість та інтернаціоналізація потенціалу знань в епоху економіки знань [4].

### **1.3. Огляд тенденцій надання освітніх послуг, в тому числі у центрах вивчення іноземних мов, у сучасному світі**

Тенденції в освіті можуть змінюватися під впливом різних факторів, таких як технологічні зміни, економічні умови, соціальні та політичні зміни тощо.

Основні тенденції організації освітніх послуг в Україні представлені у таблиці 1.1.

Таблиця 1.1

Основні тенденції організації освітніх послуг в Україні

Тенденція	Опис
<i>Цифрова трансформація</i>	- Зростаюча важливість використання технологій в освіті, включаючи впровадження електронних навчальних платформ, онлайн-курсів та інших цифрових інструментів.
<i>Гнучкі форми навчання</i>	- Збільшення попиту на гнучкі форми навчання, такі як дистанційне навчання та гібридні моделі, особливо у зв'язку з глобальною пандемією COVID-19.
<i>Розвиток навичок майбутнього</i>	- Збільшення акценту на розвиток навичок, які важливі в епоху змін, таких як критичне мислення, комунікаційні навички, цифрова грамотність тощо.
<i>Міжнародна співпраця</i>	- Розширення міжнародної співпраці в галузі вищої освіти, обмін студентів і викладачами, що сприяє глобальному обміну знанням та досвідом.
<i>Акцент на STEM-освіту</i>	- Збільшення уваги до науки, техніки, інженерії та математики в освіті, щоб відповісти на виклики сучасного технологічного світу.

Тенденції навчання освітніх послуг у сучасних центрах вивчення англійської мови визначаються рядом ключових аспектів, що відповідають потребам сучасного навчального середовища та вивчення іноземних мов. Деякі з цих тенденцій представлено у таблиці 1.2.

Таблиця 1.2

Тенденції навчання освітніх послуг у сучасних центрах вивчення  
англійської мови

Тенденція	Опис
<i>Інтерактивність та технології</i>	- Сучасні центри активно впроваджують інтерактивні методи навчання та використовують технології для залучення учнів. Віртуальні уроки, мобільні додатки та онлайн-ресурси стають необхідною частиною навчального процесу.
<i>Гнучкість та онлайн-навчання</i>	- Зростання попиту на гнучкі графіки та режими навчання сприяє розвитку онлайн-курсів. Учні можуть навчатися зручно, використовуючи віртуальні платформи та здійснюючи доступ до віддалених ресурсів.
<i>Акцент на розмовні навички</i>	- Однією з ключових тенденцій є підвищений акцент на розвиток усних та розмовних навичок. Уроки орієнтовані на практичне використання мови, інтерактивні діалоги та симуляції реальних ситуацій.
<i>Мовна іммерсія</i>	- Деякі центри вивчення англійської мови використовують методику мовної іммерсії, де учні оточені англійською мовою не лише на уроках, а й у позаурочний час, щоб створити повноцінне мовне середовище.
<i>Оцінка та персоналізація</i>	- Використання сучасних систем оцінювання дозволяє збирати дані про успішність учнів та адаптувати навчальні програми до їхніх індивідуальних потреб та рівня знань.

<i>Культурний аспект</i>	- Вивчення англійської мови тісно пов'язане з вивченням культури англословних країн. Сучасні центри акцентують увагу на вивченні не лише мовних аспектів, а й культурних та соціальних особливостей.
<i>Комунікативна спрямованість</i>	- Уроки орієнтовані на розвиток комунікативних навичок, сприяючи спілкуванню та обміну ідеями серед учнів.
<i>Співпраця з закордонними школами</i>	- Деякі центри організовують партнерство з закордонними школами або мовними програмами для створення можливостей для практики та обміну досвідом.

Ці тенденції відображають адаптацію центрів вивчення англійської мови до вимог сучасного освітнього середовища та стрімке впровадження інновацій у навчальний процес.

### Висновки до розділу 1

Освітні послуги представляють собою комплекс послуг, які надаються освітніми інституціями, такими як школи, університети, тренінгові центри та інші, з метою сприяння здобуттю та розвитку знань, навичок, компетенцій та інших аспектів освіти у споживачів. Цей спектр послуг може включати уроки, лекції, практичні вправи, консультації вчителів чи викладачів, доступ до навчальних матеріалів, оцінювання та інші заходи, спрямовані на процес навчання та розвиток особистості.

Навчальні послуги можуть функціонувати на різних рівнях освіти, включаючи початковий, середній, вищий та додатковий рівні. Також може існувати різниця у вартості, де деякі послуги є платними, а інші надаються безоплатно, в залежності від типу освітнього закладу та умов, які супроводжують надання послуг.

Роблячи висновки щодо життєвого циклу освітньої послуги, можна зазначити наступне: у порівнянні з життєвим циклом товарів, життєвий цикл освітньої послуги є більш тривалим, гнучким та менш ризикованим завдяки наявності на кожному етапі тісного зворотного зв'язку між провайдерами та споживачами, а також значним можливостям для удосконалення.

Проведення маркетингових досліджень для визначення потреб у конкретних компетенціях, реалізація фундаментальних і прикладних досліджень з аналізу шляхів їх задоволення є початковим етапом життєвого циклу. На цьому етапі також відбувається проектування та впровадження процесу надання освітніх послуг, включаючи ліцензійні та акредитаційні заходи, матеріально-технічне та методичне забезпечення, пошук основних і додаткових джерел фінансування, прогнозування вигод та інші аспекти.

## **РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ ПРОЦЕСУ ОРГАНІЗАЦІЇ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ У ЦЕНТРІ З ВИВЧЕННЯ АНГЛІЙСЬКОЇ МОВИ «LINGO EDUCATION»**

### **2.1. Характеристика ФОП 2 групи, особливості оподаткування та звітності**

Фізична особа-підприємець (ФОП) в Україні представляє собою одну з організаційно-правових форм суб'єктів господарської діяльності, яка є найбільш простою. Для ФОП навіть не потрібні установчі документи та стартовий капітал. Вигідність другої групи ФОП полягає в тому, що вона має фіксовану податкову ставку, яка залишається постійною, незалежно від розміру доходів. Це дає підприємцю другої групи всі переваги платників єдиного податку, але водночас він має більше можливостей для отримання прибутку, ніж у першій групі.

Реєстрація ФОП другої групи відкрита для всіх повнолітніх громадян України. Учням віком 16 років потрібно отримати згоду батьків чи опікунів. Важливо мати постійну реєстрацію на території України або договір оренди житла, оскільки ФОП реєструється за місцем проживання. Процедура реєстрації можлива як офлайн, так і онлайн. У будь-якому випадку потрібно представити паспорт громадянина України, ідентифікаційний код та заповнену заяву на реєстрацію підприємницької діяльності.

Підприємці другої групи можуть займатися різноманітними видами діяльності. Важливо на етапі реєстрації вибрати відповідний КВЕД, щоб у податковій службі не виникало питань щодо відповідності фактичного виду діяльності законодавству. На відміну від першої групи, підприємець другої групи може надавати послуги в значних обсягах та самостійно виробляти різноманітні товари.

Види діяльності розділені на групи, що спрощує вибір найбільш відповідного КВЕД. Загалом ФОП другої групи орієнтовані на надання послуг населенню, а також можуть співпрацювати з іншими підприємцями та

юридичними особами, проте тільки в умовах оподаткування за єдиним податком.

Напротивагу першої категорії, тут є можливість зайняти до 10 працівників, але важливо мати на увазі, що наявність більшої кількості найманих осіб може призвести до виключення підприємця з другої групи та вилучення його з реєстру єдинників. У разі потреби в додаткових ресурсах дозволяється залучати зовнішніх фахівців за допомогою укладання контрактів на послуги (ЦПХ). Проте такі працівники не мають обов'язковості працювати щодня за фіксованим графіком з чітко визначеними посадовими обов'язками.

Підприємці, що сплачують єдиний податок, звільнені від необхідності виконувати кілька платежів, обмежуючись лише сплатою єдиного податку (ЄП) та єдиного внеску на соціальне страхування (ЄСВ). Єдиний податок, згідно з пунктом 293.2 Податкового кодексу України, розраховується як відсоток від установленого прожиткового мінімуму. На даний момент для другої групи цей податок становить 20%, що дорівнює 1300 гривням щомісяця. Суму необхідно сплачувати щомісяця.

Також ФОП другої групи повинні сплачувати єдиний соціальний внесок (ЄСВ), розмір якого розраховується від мінімальної заробітної плати. Для другої групи цей внесок становить 22%, що дорівнює 1430 гривням щомісяця або 4290 гривням щокварталу. Ці податок та внесок обов'язково сплачуються, незалежно від наявності доходів. Навіть у випадку, якщо підприємець протягом певного часу не працював і не отримувал прибутку, сплата податків залишається обов'язковою.

Звітність ФОП другої групи обмежується первинною документацією, на основі якої складається декларація. Річний звіт містить інформацію про отримані прибутки та сплачені податки. Приклад заповнення звіту, затверджений Наказом Мінфіна №578, доступний за цим посиланням. Ліквідаційна звітність також включає декларацію про доходи.

Зразок звітності для ФОП 2 групи представлено на рисунку 2.1.

Відмітка про одержання (штамп контролюючого органу, дата, вхідний номер)		ЗАТВЕРДЖЕНО Наказ Міністерства фінансів України 19 червня 2015 року № 578	
1	ПОДАТКОВА ДЕКЛАРАЦІЯ ПЛАТНИКА ЄДИНОГО ПОДАТКУ – ФІЗИЧНОЇ ОСОБИ – ПІДПРИЄМЦЯ	01	X Звітна
		02	Звітна нова
		03	Уточнююча
		04	Довідково*
2	Податковий (звітний) період: <input type="checkbox"/> I квартал <input type="checkbox"/> півріччя <input type="checkbox"/> три квартали <input checked="" type="checkbox"/> рік (необхідне позначити)	<input type="checkbox"/> (місяць)**	2021 року
3	Податковий (звітний) період, який уточнюється: <input type="checkbox"/> I квартал <input type="checkbox"/> півріччя <input type="checkbox"/> три квартали <input type="checkbox"/> рік (необхідне позначити)		<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> року
4 ГОЛОВНЕ УПРАВЛІННЯ ДПС В ОДЕСЬКІЙ ОБЛАСТІ, ПІВНІЧНЕ УПРАВЛІННЯ У М.ОДЕСІ, МАЛИНОВСЬКА ДПІ (найменування контролюючого органу, до якого подається звітність)			
5	Платник <b>Міліонерченко Іван Іванович</b>		
6	Податкова адреса	вул. Майкла Джексона, буд. 400, кв. 72, м. Одеса (податкова адреса (місце проживання) платника податку)	
	Електронна адреса		Телефон
7	Реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта <sup>1</sup>		2799999999
8	Особливі відмітки		
	8.1	платника податку, що подає декларацію за останній податковий (звітний) період, на який припадає дата державної реєстрації припинення <sup>2</sup>	
8.2	платника податку, що подає декларацію за останній податковий (звітний) період, в якому здійснено перехід на сплату інших податків і зборів <sup>2</sup>		
<b>I. ЗАГАЛЬНІ ПОКАЗНИКИ ПІДПРИЄМНИЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ</b>			
9	Фактична чисельність найманих працівників у звітному періоді (осіб)		0
10	Види підприємницької діяльності у звітному періоді <sup>4</sup> :		
	Код згідно з КВЕД	Назва згідно з КВЕД:	
	46.90	Неспеціалізована оптова торгівля	
<b>II. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ПЕРШОЇ ГРУПИ</b>			
Щомісячні авансові внески, грн.			
I квартал		II квартал	
-		-	
III квартал		IV квартал	
-		-	
Назва показника			Код рядка
			Обсяг (грн. коп.) <sup>4</sup>
Обсяг доходу за звітний (податковий) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (згідно з підпунктом 1 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)			01
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>5</sup>			02
			-
<b>III. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ДРУГОЇ ГРУПИ</b>			
Щомісячні авансові внески, грн.			
I квартал		II квартал	
3600.00		3600.00	
III квартал		IV квартал	
3600.00		3600.00	
Назва показника			Код рядка
			Обсяг (грн. коп.) <sup>4</sup>
Обсяг доходу за звітний (податковий) період відповідно до статті 292 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України (згідно з підпунктом 2 пункту 291.4 статті 291 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України)			03
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>5</sup>			04
			-
<b>IV. ПОКАЗНИКИ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ ПЛАТНИКІВ ЄДИНОГО ПОДАТКУ ТРЕТЬОЇ ГРУПИ</b>			
Назва показника			Код рядка
			Обсяг (грн. коп.) <sup>4</sup>
Обсяг доходу за звітний (податковий) період, що оподатковується за ставкою 3 %			05
Обсяг доходу за звітний (податковий) період, що оподатковується за ставкою 5 %			06
Обсяг доходу, що оподаткований за ставкою 15 відсотків (згідно з пунктом 293.4 статті 293 глави 1 розділу XIV Податкового кодексу України), у звітному (податковому) періоді <sup>5</sup>			07
			-
<b>V. ВИЗНАЧЕННЯ ПОДАТКОВИХ ЗОБОВ'ЯЗАНЬ ПО ЄДИНОМУ ПОДАТКУ<sup>5</sup></b>			
Назва показника			Код рядка
			Обсяг (грн. коп.) <sup>4</sup>
Загальна сума доходу за звітний (податковий) період (сума значень рядків 01 + 02 + 03 + 04 + 05 + 06 + 07)			08
Сума податку за ставкою 15 % ((рядок 02 + рядок 04 + рядок 07) × 15%)			09
Сума податку за ставкою 3 % (рядок 05 × 3 %)			10
Сума податку за ставкою 5 % (рядок 06 × 5 %)			11

Рисунок 1.2. Зразок звітності для ФОП 2

## 2.2. Аналіз діяльності центру з вивчення англійської мови

### Lingo Education

Центр з вивчення англійської мови "Lingo Education" – це освітній заклад, спеціалізований у наданні послуг з вивчення англійської мови. Цей центр пропонує різноманітні навчальні програми та послуги для різних вікових груп та рівнів знань. Основною метою "Lingo Education" є надання якісної та ефективної освіти в галузі англійської мови.

Lingo Education - це мережа шкіл іноземних мов, яка може забезпечити своїх клієнтів:

- навчанням у форматі офлайн та онлайн;
- використанням власного інтернет-середовища для навчання (інтерактивні підручники, система оцінювання, онлайн домашні завдання);
- можливістю проведення пробного безкоштовного заняття перед початком курсу;
- наданням безкоштовного тестування рівня;
- формуванням мінімальної кількості студентів у групі;
- роботою з кваліфікованими викладачами;
- можливістю оплати навчання частинами;
- організацією розмовних занять з рідними носіями мови;
- забезпеченням повним супроводом викладача;
- проведенням сертифікації студентів.

Створення приватних освітніх курсів є закономірністю та відповідає етапу становлення України як самостійної держави. Приватна школа має переваги, оскільки вона менш обмежена стандартами, може вільно розпоряджатися ресурсами, гнучка та легше створює комфортні умови для учнів, де обсяг знань, умінь і навичок засвоюється краще.

Діяльність закладу відповідає концепції результативного навчання, що передбачає розуміння студентами необхідності дій для отримання бажаного результату та можливість чіткого контролю над своїми досягненнями. Культура

"навчання як свято" домінує на курсах, де розуміння часу вважається найціннішим ресурсом для кожної людини.

"Lingo Education" у своїй діяльності опирається на таке:

1) Навчальні Програми: Центр пропонує різнорівневі навчальні програми, спрямовані на розвиток усіх аспектів мовленнєвої компетентності: читання, письма, аудіювання та усного мовлення.

2) Кваліфіковані Викладачі: "Lingo Education" співпрацює з висококваліфікованими викладачами, які володіють як відповідними лінгвістичними, так і педагогічними навичками.

3) Інноваційні Методи Навчання: Використання сучасних технологій та інтерактивних методів для забезпечення цікавого та ефективного навчання.

4) Індивідуальний Підхід: "Lingo Education" надає можливість для індивідуальних та групових занять, враховуючи потреби та рівень кожного учня.

5) Матеріально-Технічне Забезпечення: Комфортні класні приміщення, обладнані сучасними засобами для навчання та вивчення мови.

6) Моніторинг та Оцінка Прогресу: Ведення системи моніторингу та звітності, щоб визначити успішність учнів та вносити необхідні корективи в навчальний процес.

7) Культурна Взаємодія: Заохочення вивчення англійської мови через взаємодію з англійською культурою та традиціями.

8) Маркетинг та Комунікації: Реалізація ефективних маркетингових стратегій та взаємодія зі спільнотою для забезпечення популярності та визнання "Lingo Education" на ринку освітніх послуг.

Центр "Lingo Education" прагне створити стимулююче середовище для вивчення англійської мови та розвитку мовної компетенції своїх учнів. Аналіз процесу організації освітніх послуг у центрі з вивчення англійської мови "Lingo Education" можна розглядати з різних ключових аспектів, які представлено у таблиці 2.1.

Таблиця 1.1

Аспекти організації освітніх послуг у центрі з вивчення англійської мови  
"Lingo Education"

Аспект	Складові
Навчальна Програма	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оцінка актуальності та відповідності навчальної програми сучасним вимогам.</li> <li>- Адаптація програм до різних рівнів вивчення та вікових груп учнів.</li> <li>- Залучення сучасних методик та підходів до навчання.</li> </ul>
Викладацький Склад	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оцінка кваліфікації та професійного досвіду викладачів.</li> <li>- Забезпечення викладачами не лише високих лінгвістичних, але й педагогічних компетенцій.</li> <li>- Проведення тренінгів та розвиток викладацького колективу.</li> </ul>
Методи Навчання	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Застосування інтерактивних методів та сучасних технологій в навчальному процесі.</li> <li>- Розвиток розмовних навичок через практичні вправи та симуляцію реальних ситуацій.</li> <li>- Підтримка індивідуального підходу до кожного учня.</li> </ul>
Технічне та Матеріально-Технічне Забезпечення	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оцінка якості класних приміщень та їх адаптація для ефективного навчання.</li> <li>- Забезпечення доступу до сучасного обладнання та навчальних ресурсів.</li> </ul>
Моніторинг та Оцінка Прогресу	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Впровадження системи моніторингу успішності та прогресу учнів.</li> <li>- Забезпечення зворотного зв'язку зі сторони учнів та їхніх батьків.</li> </ul>
Студентська Підтримка	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Створення системи консультацій та</li> </ul>

	<p>допомоги для учнів.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Організація додаткових занять, групових та індивідуальних консультацій.</li> </ul>
Маркетинг та Комунікації	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Здійснення ефективних маркетингових стратегій для залучення нових учнів.</li> <li>- Взаємодія з громадськістю та створення позитивного іміджу.</li> </ul>

Аналіз цих аспектів допоможе визначити ефективність та конкурентоспроможність "Lingo Education" на ринку навчальних послуг з вивчення англійської мови.

### 2.3. Аналіз рівня організації освітніх послуг Lingo Education

Для оцінки рівня надання освітніх послуг мережа Lingo Education використовує універсальний метод - SWOT-аналіз, який не містить економічних категорій і широко використовується. Аббревіатура SWOT розшифровується як strengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), opportunities (можливості) і threats (загрози). Визначення цих аспектів дозволяє визначити, які фактори впливають на формування цілей та стратегії закладу.

Серед слабких сторін внутрішнього середовища Lingo Education можна виділити:

- обмежена спеціалізація лише на викладанні англійської мови;
- складність управління підрозділами різних рівнів освітніх послуг у різних районах міста;
- залежність вартості навчання від орендної плати за приміщення;
- вплив вартості комунальних послуг, товарів і продуктів на вартість навчання;
- залежність від рівня розвитку міської інфраструктури;
- виклики в підборі висококваліфікованих педагогічних кадрів;

- необхідність постійної роботи над іміджем навчального закладу, розвитком матеріально-технічної бази, підвищенням кваліфікації педагогів та розвитком маркетингової стратегії.

Сильні сторони внутрішнього середовища Lingo Education охоплюють:

- наявність ліцензій на здійснення освітньої діяльності;
- доступність вартості навчання;
- можливість отримання освіти як онлайн, так і офлайн;
- видача атестатів та сертифікатів;
- зручне розташування поблизу міської транспортної мережі;
- чітко сформульовані мета, концепція і культура навчання, що відповідають сучасним вимогам ринку освітніх послуг;
- особливість у вивченні іноземних мов з молодших класів;
- сформований сильний колектив.

Можливості в зовнішньому середовищі Lingo Education включають:

- зростання напрямів, асортименту і якості освітніх послуг;
- впровадження програм лояльності та системи знижок на додаткові освітні послуги в освітньому центрі – на другий напрям навчання, на другого і кожного наступного члена;
- організація відпочинку дітей протягом усіх канікул у таборах різних форматів і подорожі;
- використання та вдосконалення сучасних інструментів маркетингового позиціонування: власний веб-сайт, соціальні мережі, платна інтернет-реклама, партнерський маркетинг.

Загрози для діяльності Lingo Education з боку зовнішнього середовища можуть включати:

- зміни в стратегії розвитку міста та зростання зовнішніх вимог до якості освіти;
- наявність конкурентів та можливість появи нових;
- негативні зміни в демографічній ситуації в країні і місті;

- економічна нестабільність в державі та залежність від платоспроможності учасників освітнього процесу;
- відтік педагогічних кадрів через скорочення їхніх доходів;
- недостатній розвиток інфраструктури міста і країни для організації творчих подорожей і додаткових заходів;
- залежність від рівня розвитку мережі Інтернет та зв'язку;
- скорочення обсягу та переліку послуг через карантинні обмеження та додаткові витрати на організацію онлайн-навчання.

Аналізуючи діяльність Lingo Education на ринку освітніх послуг, приходимо до висновку, що цей заклад використовує не одну, а цілий комплекс маркетингових стратегій відповідно до завдань, які він ставить перед собою на певному етапі розвитку.

## **Висновки до розділу 2**

Підприємці другої групи можуть займатися різноманітними видами діяльності. Важливо на етапі реєстрації вибрати відповідний КВЕД, щоб у податковій службі не виникало питань щодо відповідності фактичного виду діяльності законодавству. На відміну від першої групи, підприємець другої групи може надавати послуги в значних обсягах та самостійно виробляти різноманітні товари. Звітність ФОП другої групи обмежується первинною документацією, на основі якої складається декларація. Річний звіт містить інформацію про отримані прибутки та сплачені податки.

Lingo Education - це мережа шкіл іноземних мов, яка може забезпечити своїх клієнтів: навчанням у форматі офлайн та онлайн; використанням власного інтернет-середовища для навчання (інтерактивні підручники, система оцінювання, онлайн домашні завдання); можливістю проведення пробного безкоштовного заняття перед початком курсу; наданням безкоштовного тестування рівня; формуванням мінімальної кількості студентів у групі; роботою з кваліфікованими викладачами; можливістю оплати навчання

частинами; організацією розмовних занять з рідними носіями мови; забезпеченням повним супроводом викладача; проведенням сертифікації студентів.

Діяльність закладу відповідає концепції результативного навчання, що передбачає розуміння студентами необхідності дій для отримання бажаного результату та можливість чіткого контролю над своїми досягненнями. Культура "навчання як свято" домінує на курсах, де розуміння часу вважається найціннішим ресурсом для кожної людини.

## РОЗДІЛ 3. РЕКОМЕНДАЦІЙНІ ЗАХОДИ ВДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЇ НАДАННЯ ОСВІТНІХ ПОСЛУГ

### 3.1. Шляхи впровадження нових маркетингових стратегій у мережі шкіл іноземних мов Lingo Education

Для вдосконалення організації надання освітніх послуг Lingo Education пропонує використовувати повний комплекс переваг холістичного маркетингу. По-перше, переваги використання даної концепції маркетингу полягають в тому, що вона є цілісною та враховує потреби як споживачів, так і працівників.

По-друге, використання холістичного маркетингу формує додаткові конкурентні переваги, які можуть підвищити рівень прибутковості та ефективності. Концепція холістичного маркетингу включає етапи планування, розробки та впровадження маркетингових програм, процесів і заходів, застосовуючи при цьому розширений, інтегрований підхід (табл.3.1).

Таблиця 3.1

Засади формування маркетингової стратегії Lingo Education з позицій  
холістичного маркетингу

Напрямок маркетингу	Впровадження
<i>Взаємовідносини</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Система управління взаєминами</li> <li>- Система управління партнерськими відносинами</li> <li>- Маркетингова система інформації</li> </ul>
<i>Інтеграція</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Оцінка потенціалу та цільових ринків</li> <li>- Оптимізація вибору рекламних інструментів</li> <li>- Розширення проведення ознайомчих заходів</li> </ul>
<i>Внутрішній маркетинг</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Впровадження принципів маркетингу на всіх рівнях управління та операційній діяльності</li> <li>- Призначення відповідальних за</li> </ul>

	розробку та реалізацію маркетингової стратегії
<i>Соціальна відповідальність</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Забезпечення дотримання нормативно-правових вимог для функціонування закладу</li> <li>- Розробка та впровадження локальних соціальних проектів</li> <li>- Забезпечення відповідності принципам справедливої конкуренції на ринку освітніх послуг</li> </ul>

Для успішної стратегії функціонування приватного освітнього закладу та просування його послуг необхідно виконати комплексний аналіз ринку та має бути чітке розуміння структури, ресурсів і потенційних можливостей.

Рекомендуємо здійснити аналіз Lingo Education на основі нижченаведеної схеми (рис. 3.1).

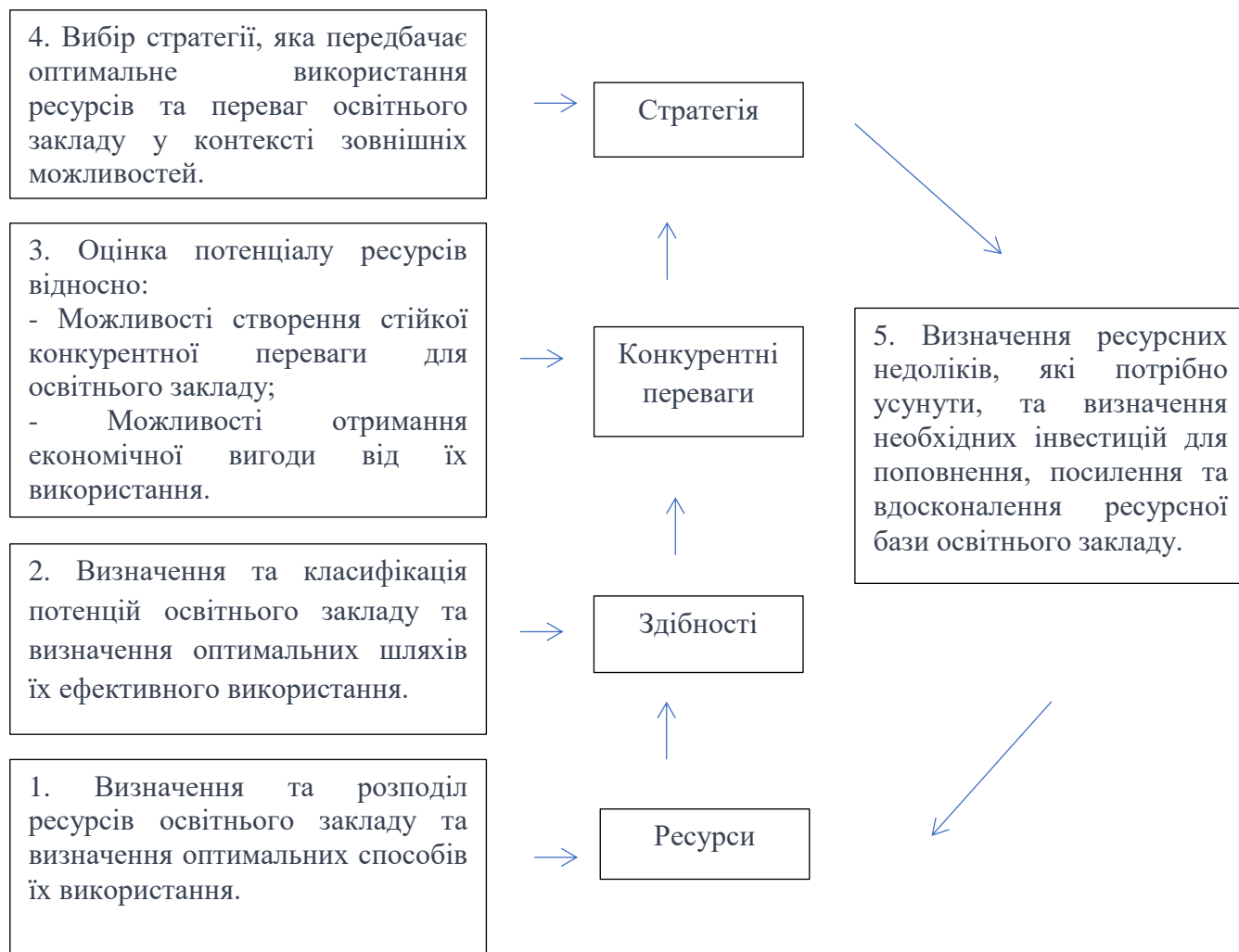


Рисунок 3.1. Схема стратегічного маркетингового аналізу Lingo Education

Серед них важливими факторами є конкурентоспроможна експертиза та унікальність освітніх послуг, наприклад, наявність висококваліфікованих викладачів. Такі аспекти можуть бути розвинуті в межах самої освітньої установи. Для цього важливо розробити ефективні стратегічні активи, які представляють собою комбінацію ресурсів та компетенцій, спрямованих на забезпечення конкурентної переваги освітнього закладу.

Інтегрований підхід до розробки маркетингової стратегії Lingo Education представлено на рисунку 3.2.

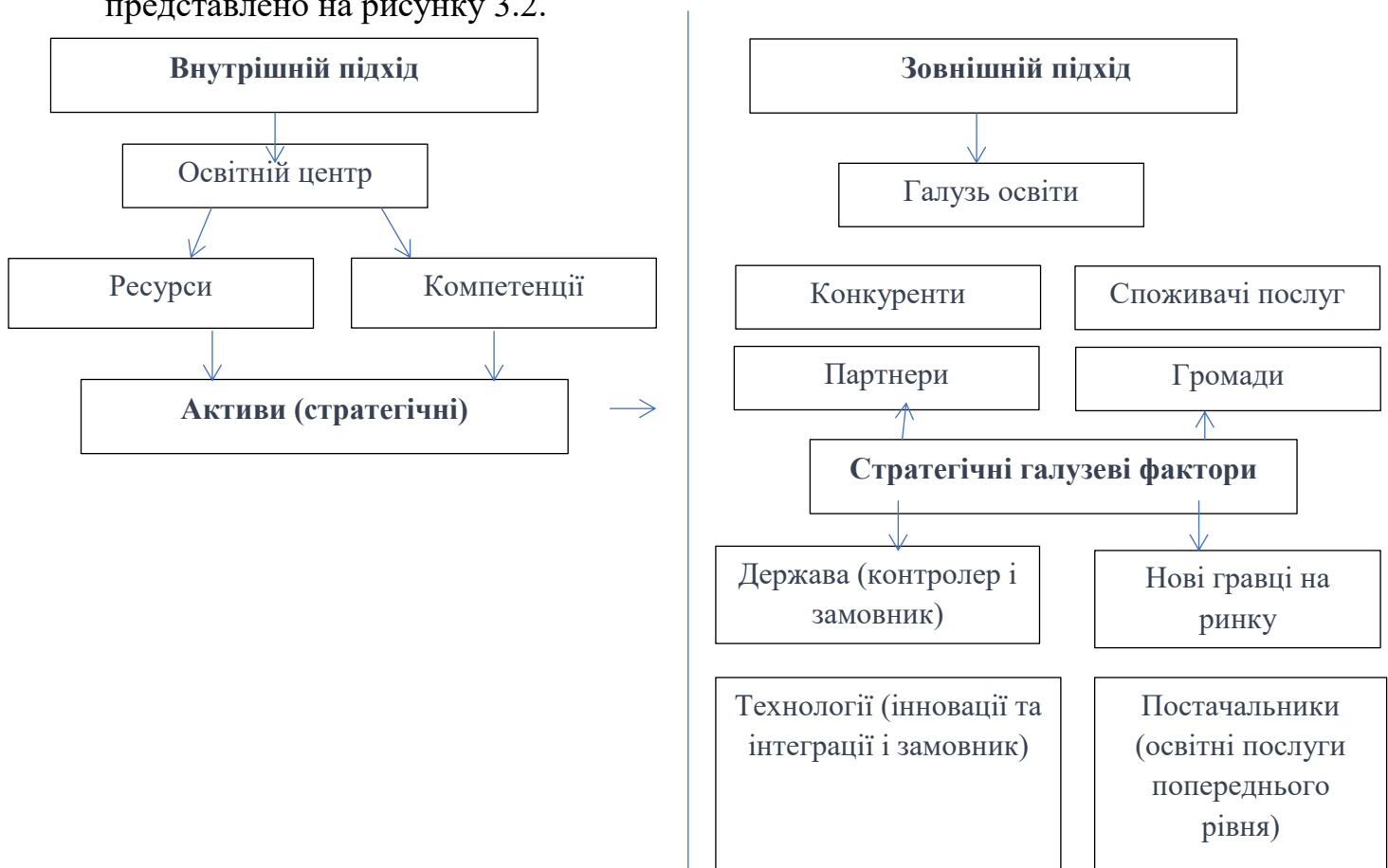


Рисунок 3.2. Інтегрований підхід до розробки маркетингової стратегії Lingo Education

Цікавим може бути досвід вищих навчальних закладів за кордоном, які активно залучають студентів за допомогою таких маркетингових стратегій:

- Виявлення уподобань цільової аудиторії за допомогою методу пост-клік персоналізації.

- Інформування потенційних здобувачів про прийняття рішень у режимі реального часу.
- Мобільний маркетинг, який включає в себе розсилку інтерактивних листівок та запрошень на особисті мобільні телефони потенційних студентів.
- Маркетингова підтримка протягом усього періоду навчання.
- Відмова від позиції "зробимо самі".

Для втілення концепції холістичного маркетингу, Lingo Education повинно вжити такі практичні заходи:

- Встановлення постійної роботи з розробки, впровадження та оцінки маркетингової стратегії.
- Поступове включення планової моделі стратегії до досвіду керівника навчального закладу.
- Використання комплексного підходу при розробці та виборі варіантів маркетингових стратегій.
- Використання різних стратегій, таких як лідерство за якістю, фокусована диференціація, захоплення незайнятих просторів та синхромаркетинг, для зміцнення позицій на ринку освітніх послуг.
- Підвищення якості освіти вибраними напрямками та регулярне оновлення переліку дисциплін відповідно до вимог зовнішнього середовища та зростання попиту споживачів освітніх послуг.
- Впровадження інноваційних концепцій навчання за допомогою стратегій розвиваючого та креативного маркетингу, а також стимулюючого маркетингу.
- Створення довірчої атмосфери між учасниками освітнього процесу.
- Регулярне підвищення кваліфікаційного рівня педагогів та забезпечення можливостей для їх особистісного і креативного розвитку.
- Покращення матеріально-технічної бази навчального закладу та благоустрій території його розташування.

Ми рекомендуємо Lingo Education використовувати європейський досвід у процесі організації навчання, зосереджуючись на наступних аспектах:

1. Сформування місії і бачення, яке полягає в створенні ціннісного середовища, де дорослі і діти можуть максимально реалізовувати свій потенціал та приносити позитивні зміни у світі.
2. Визначення цінностей, таких як креативність, розвиток, повага, взаємодія та глибокі знання.
3. Організація простору для занять, де діти активно взаємодіють та самостійно творять в робочих зонах у класах.
4. Створення "дому" для дітей, де вони виконують завдання, спілкуються один з одним та можуть отримувати консультації від "домашнього радника", який координує їхню роботу з профільними викладачами.
5. Відсутність системи оцінювання знань.
6. Розвиток особистісних якостей, таких як креативне, критичне та самостійне мислення, здатність вирішувати складні завдання, а також самостійно знаходити та приймати рішення.

### **3.2. Застосування інноваційних методів у мережі шкіл іноземних мов Lingo Education**

Впровадження новаторських методів Lingo Education може виглядати наступним чином:

- 1) Використання інтерактивних технологій: Застосування сучасних технологій у навчанні, таких як віртуальні класи, онлайн-ресурси, мультимедійні матеріали для створення ефективного та цікавого середовища для вивчення англійської мови.
- 2) Метод гейміфікації: Використання елементів гри для стимулювання інтересу та мотивації студентів. Це може включати в себе ігрові завдання, конкурси, та інші ігрові елементи у процесі навчання.
- 3) Адаптовані програми навчання: Створення індивідуальних програм вивчення, адаптованих до потреб та рівня знань кожного студента. Це може

включати в себе персоналізовані матеріали, завдання та індивідуальні консультації.

4) Використання мовленнєвих технологій: Застосування інструментів для розвитку навичок усного мовлення, таких як аудіо- та відеоматеріали, підтримка від інтерактивних мовленнєвих платформ, віртуальні розмовні клуби.

5) Інтеграція мультикультурного підходу: Залучення різноманітності та культурного контексту у процес навчання для збагачення лінгвістичного досвіду та розуміння різних варіантів використання мови.

6) Застосування проектно-орієнтованого навчання: Використання практичних проектів та завдань для розвитку практичних навичок та застосування отриманих знань у реальних ситуаціях.

Ці інноваційні методи допомагають створити стимулююче навчальне середовище, сприяють більш ефективному вивченню англійської мови та розвитку різноманітних навичок учнів.

Сьогодні набувають популярності різноманітні інтерактивні методи вивчення іноземних мов у вищих навчальних закладах. Серед них можна виокремити такі як "Dozensofquestions", "Project", "Interview", "Reflexive Circle", "Expert Groups", "Hotsummary", "Excursion" та інші, які сприяють формуванню необхідних навичок у студентів за допомогою активного взаємодії з вчителем.

В дидактичній грі максимально виявляється комунікативна роль мови як інструмента спілкування і, більше того, як сутності іноземної мови. З цього погляду можна визнати дидактичну гру як ефективний засіб для навчання усного мовлення [8]. Дидактична гра має великий потенціал для виконання практичних, навчальних та виховних завдань, які виникають у зв'язку з дисципліною "іноземна мова". Дискусійні методи займають особливе місце серед інноваційних методів, оскільки під час такої роботи здобувачі освіти мають уважно аналізувати свої думки, викладати їх та обов'язково обґрунтовувати свою позицію щодо різних питань.

У таблиці 3.2 представлено рекомендовані нами методики для дискусій, які можна імплементувати у мережі шкіл іноземних мов Lingo Education.

Таблиця 3.2

Методики для дискусій, які можна імплементувати у мережі шкіл іноземних мов Lingo Education

Методика	Опис
Scientific debate	<i>Дебатна взаємодія, під час якої кожен учасник представляє власну позицію та аргументує свої думки.</i>
Competition in small groups	<i>Мотиваційна гра, спрямована на активізацію початкової діяльності та стимулювання учнів, яку слід використовувати.</i>
Training	<i>Активно використовує диференційовані форми роботи для невеликих груп, сприяє розвитку умінь знаходити вихід із життєвих ситуацій, моделюваних педагогом.</i>
«Roundtable»	<i>Гра, що використовується під час колективної роботи і спрямована на вирішення дискусійних питань.</i>
Judicial sitting	<i>Форма роботи, спрямована на пошук конструктивних відповідей і передбачає розподіл ролей між учасниками процесу.</i>
«Brainstorm»	<i>Метод розвитку критичного мислення та підвищення розумової активності, що передбачає генерацію ідей при розв'язанні проблем та нестандартних ситуацій.</i>
Situation	<i>Гра, яка проводиться для розвитку швидкого реагування та фантазії.</i>

Висновок дослідження вказує на те, що успішність навчання студентів в аспекті вивчення іноземної мови в університеті залежить від технологічної готовності викладачів. Важливим чинником цієї готовності є застосування інноваційних технологій, включаючи впровадження передового педагогічного досвіду у навчальний процес. Серед таких інноваційних педагогічних технологій можна виокремити:

- тьюторство, мовне портфоліо,
- технології контекстно-мовного навчання,
- технології прямого навчання, технології мовного занурення,
- технології індивідуалізації та персоніфікації навчального процесу,
- технологію асоційованих символів,
- технологію асоціацій,
- технології побудови ментальних карт,
- креативно-діагностичні технології та інші [7].

Для підвищення рівня надання освітніх послуг рекомендуємо такий комплекс методів у мережі шкіл іноземних мов Lingo Education:

1. Інноваційні методики для вивчення іноземних мов Масові відкриті онлайн-курси (МООС):

- Інструменти для створення мультимедійних презентацій: Genially, Video Puppet, Screencast-o-Matic.

- Інструменти для створення інтерактивних вправ: Kahoot!, Plickers, Quizizz, Learningapps, Quizlet – платформа, яка дозволяє створювати свої словники, писати диктанти на слух, містить інтерактивні ігри та тести.

- Інструменти для створення тестів: OnlineTestPad, iLearn, Stepik, Testmoz, Google Forms, Socrative, Answergarden.

2. Платформи МООС для дистанційного навчання: Coursera, edX, XuetangX, FutureLearn, Udacity, Arzamas, General Assembly, Khan Academy.

3. Модульні цифрові навчальні середовища: PIES (персоналізована інтегрована освітня система); NGDLE (цифрове навчальне середовище наступного покоління).

4. Системи LMS (системи управління навчанням) та LCMS (система управління змістом навчання): Moodle, Adobe Captivate Prime, Claroline, Trello, Linoit, Padlet.

### **Висновки до розділу 3**

Сьогодні набувають популярності різноманітні інтерактивні методи вивчення іноземних мов у вищих навчальних закладах. Серед них можна виокремити такі як "Dozensofquestions", "Project", "Interview", "Reflexive Circle", "Expert Groups", "Hotsummary", "Excursion" та інші, які сприяють формуванню необхідних навичок у студентів за допомогою активного взаємодії з вчителем.

В дидактичній грі максимально виявляється комунікативна роль мови як інструмента спілкування і, більше того, як сутності іноземної мови. З цього погляду можна визнати дидактичну гру як ефективний засіб для навчання усного мовлення. Дидактична гра має великий потенціал для виконання практичних, навчальних та виховних завдань, які виникають у зв'язку з дисципліною "іноземна мова". Дискусійні методи займають особливе місце серед інноваційних методів, оскільки під час такої роботи здобувачі освіти мають уважно аналізувати свої думки, викладати їх та обов'язково обґрунтовувати свою позицію щодо різних питань.

Використання холістичного маркетингу формує додаткові конкурентні переваги, які можуть підвищити рівень прибутковості та ефективності. Концепція холістичного маркетингу включає етапи планування, розробки та впровадження маркетингових програм, процесів і заходів, застосовуючи при цьому розширений, інтегрований підхід

## ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

1. Освітні послуги представляють собою комплекс послуг, які надаються освітніми інституціями, такими як школи, університети, тренінгові центри та інші, з метою сприяння здобуттю та розвитку знань, навичок, компетенцій та інших аспектів освіти у споживачів. Цей спектр послуг може включати уроки, лекції, практичні вправи, консультації вчителів чи викладачів, доступ до навчальних матеріалів, оцінювання та інші заходи, спрямовані на процес навчання та розвиток особистості.

2. Проведення маркетингових досліджень для визначення потреб у конкретних компетенціях, реалізація фундаментальних і прикладних досліджень з аналізу шляхів їх задоволення є початковим етапом життєвого циклу. На цьому етапі також відбувається проектування та впровадження процесу надання освітніх послуг, включаючи ліцензійні та акредитаційні заходи, матеріально-технічне та методичне забезпечення, пошук основних і додаткових джерел фінансування, прогнозування вигод та інші аспекти.

3. У порівнянні з життєвим циклом товарів, життєвий цикл освітньої послуги є більш тривалим, гнучким та менш ризикованим завдяки наявності на кожному етапі тісного зворотного зв'язку між провайдерами та споживачами, а також значним можливостям для удосконалення. Тривалість життєздатності освітніх програм, реалізованих через послуги, скорочується, тоді як життєвий цикл освіти індивіда збільшується, при цьому попит на різноманітні освітні послуги тенденційно зростає.

4. Підприємці другої групи можуть займатися різноманітними видами діяльності. Важливо на етапі реєстрації вибрати відповідний КВЕД, щоб у податковій службі не виникало питань щодо відповідності фактичного виду діяльності законодавству. На відміну від першої групи, підприємець другої групи може надавати послуги в значних обсягах та самостійно виробляти різноманітні товари. Звітність ФОП другої групи обмежується первинною

документацією, на основі якої складається декларація. Річний звіт містить інформацію про отримані прибутки та сплачені податки.

5. Lingo Education - це мережа шкіл іноземних мов, яка може забезпечити своїх клієнтів: навчанням у форматі офлайн та онлайн; використанням власного інтернет-середовища для навчання (інтерактивні підручники, система оцінювання, онлайн домашні завдання); можливістю проведення пробного безкоштовного заняття перед початком курсу; наданням безкоштовного тестування рівня; формуванням мінімальної кількості студентів у групі; роботою з кваліфікованими викладачами; можливістю оплати навчання частинами; організацією розмовних занять з рідними носіями мови; забезпеченням повним супроводом викладача; проведенням сертифікації студентів.

6. Сильні сторони внутрішнього середовища Lingo Education охоплюють: наявність ліцензій на здійснення освітньої діяльності; доступність вартості навчання; можливість отримання освіти як онлайн, так і офлайн; видача атестатів та сертифікатів; зручне розташування поблизу міської транспортної мережі; чітко сформульовані мета, концепція і культура навчання, що відповідають сучасним вимогам ринку освітніх послуг; особливість у вивченні іноземних мов з молодших класів; сформований сильний колектив.

7. Успішність навчання студентів в аспекті вивчення іноземної мови в університеті залежить від технологічної готовності викладачів. Важливим чинником цієї готовності є застосування інноваційних технологій, включаючи впровадження передового педагогічного досвіду у навчальний процес. Серед таких інноваційних педагогічних технологій можна виокремити: тьюторство, мовне портфоліо, технології контекстно-мовного навчання, технології прямого навчання, технології мовного занурення, технології індивідуалізації та персоніфікації навчального процесу, технологію асоційованих символів, технологію асоціацій, технології побудови ментальних карт, креативно-діагностичні технології та інші

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Балабанов К. В. Модернізація вищої освіти України в умовах євроінтеграції: на прикладі діяльності Маріупольського державного університету. Педагогічна і психологічна науки в Україні. 2012. Т. 5 : Вища школа. С. 143-157.
2. Боднар О. С. Менеджмент педагогічного загальноосвітнього навчального закладу: навч.-метод. посіб. / За заг. ред. О. С. Боднар. Тернопіль: Астон, 2011. 320 с.
3. Братаніч Б. В. Маркетинг в освіті як предмет філософського аналізу: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня доктора філософських наук: 09.00.10 –«Філософія освіти». К. : Інститут вищої освіти АПН України, 2006.
4. Вікарчук О.І., Калініченко О.О., Пойта І.О. Розвиток освітнього маркетингу в сучасному українському суспільстві. Вісник Житомирського державного технологічного університету. Житомирський державний технологічний університет. 2016. № 4. С. 248-250.
5. Вітер М. Приватні ВНЗ в освітньому просторі України. Науковий вісник НЛТУ. 2007. № 17. С. 24-29.
6. Войтович І. С., Трофименко Ю. С. Особливості використання Google Classroom для організації дистанційного навчання студентів. Науковий часопис НПУ імені М.П. Драгоманова. Серія 2: Комп'ютерно-орієнтовані системи навчання. 2019. №20 (27). С. 39-43.
7. Гарасим Ю. А. Інноваційні методи навчання англійської мови у вищій школі. IV міжнародна науково-практична конференція. 2022. С. 128-130.
8. Державна національна програма «Освіта» («Україна ХХІ століття»). Історія української школи і педагогіки : хрестоматія / уклад. О. О. Любар; ред. В. Г. Кремень. К. : Знання, 2005. С. 600-623.
9. Дмитрів А. Я. Дослідження тенденцій на ринку послуг вищої освіти: між якістю та демографією. Прометей. Донецьк : ДЕГІ, 2010. Вип. 1 (31). С. 238– 244.

10. Національна доповідь про стан і перспективи розвитку освіти в Україні / заг. ред. В. Г. Кременя. Київ : Педагогічна думка, 2016. 448 с.
11. Паращенко Л., Громовий В. Приватні школи в Україні: уверх сходами, які ведуть донизу. URL: <http://education-ua.org/ua/articles/143-privatnishkoli-v-ukrajini-uverkh-skhodami-yaki-vedut-donizu>
12. Матвійв О. Стан та розвиток сучасної системи вищої освіти на макрота мікрорівнях економіки. Економіка освіти : зб. наук. пр. Тернопіль : НДЦ "Економіка освіти", 2006. Т. 1. С. 32.
13. Матвійв М. Я. Методологія та організація маркетингового менеджменту у сфері вищої освіти : монографія. Тернопіль : Економічна думка, 2005. 560 с.
14. Дайновський Ю. А., Крикавський Є.В., Стець О.М. Стратегія маркетингу цінності: концептуальна модель впровадження. Щомісячний інформаційно-аналітичний наукометричний журнал «Економіка. Фінанси. Право», 1/2, 2019. С. 35-41
15. Курепін В. М., Синякова В. С., Ус С. В. Організація освітнього процесу в закладах професійної (професійно-технічної) освіти на період карантину. Актуальні проблеми життєдіяльності людини в сучасному суспільстві: тези доповідей ..., м. Миколаїв, 18-20 листопада 2020 р. Миколаїв: Миколаївський національний аграрний університет, 2020. С. 132-135
16. Сенчук О.В. Створення нових можливостей підвищення якості освіти через сприяння розвитку приватних шкіл та особливості управління ними. Світологічний дискурс, 2010, №2. С. 165-175.
17. Мартинець Л.А. Управлінська діяльність керівника навчального закладу : навч. посібн. Вінниця, 2018. 196 с.
18. Єльнікова Г. В. Управлінська компетентність. К.: Редакції загальнопедагогічних газет, 2005. 128с.
19. Алескерова Ю.В., Вигівська А.О. Управління фінансуванням приватної школи та її вдосконалення. Гроші, фінанси і кредит. Випуск 17. 2018.

20. Войцех Мархлевські, Олег Процак. Стратегія розвитку освіти в громаді : практичний порадник. К., 2018 56 с.
21. Грекова І., Брусенцова Я., Жабенко Л., Ковшова О., Мацокін А., Полторак В., Пуцова А., Яцковський С. Створюємо орган управління освітою в громаді: Порадник для голів та управлінців освітою територіальних громад. К. : ТОВ «Агентство Україна», 2020. 66 с.
22. Телетова С.Г., Телетов О.С. Педагогічний маркетинг у діяльності навчальних закладів. Маркетинг і менеджмент інновацій. 2011. № 3. Т. 2.
23. Державна служба статистики України : офіційний веб-сайт. URL: [www.ukrstat.gov.ua](http://www.ukrstat.gov.ua). 20. Савельєв Є.В. Новітній маркетинг. К. : Знання, 2008. 420 с. Романюк С. М. Дистанційне навчання іноземної мови: порівняльний аналіз сучасних платформ та онлайн-сервісів. Вісник Дніпропетровського університету імені Альфреда Нобеля. Серія: Педагогіка і психологія. 2016. № 1. С. 318-325.
24. Оболенська Т.Є. Маркетинг у сфері освітніх послуг. Рукопис. Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.06.02 «Підприємництво, менеджмент та маркетинг». Харківський державний економічний університет, Харків, 2002.
25. Пойта О. І. Основні тенденції розвитку маркетингу в освітній сфері. Матеріали ІХ Міжнародної науково-практичної конференції. Конкурентоспроможність в умовах глобалізації: реалії, проблеми та перспективи. ЖФ КІБІТ. 2015. С. 76-78.
26. Роль і місце приватних навчальних закладів у системі неперервної освіти. URL: <http://ukped.com/statti/zagalna-pedagogika/2256-rol-i-mistse-privatnihnavchalnih-zakladiv-u-sistemi-neperervnoyi-osviti.html>
27. Рябова З. В. Маркетингові дослідження в управлінні навчальним закладом. Теорія та методика управління освітою. Вип. 5(23). URL: [https://umo.edu.ua/images/content/nashi\\_vydanya/metod\\_upr\\_osvit/v\\_5/23.pdf](https://umo.edu.ua/images/content/nashi_vydanya/metod_upr_osvit/v_5/23.pdf) 28.
28. Гончарова О.В. Маркетинг на ринку освітніх послуг. Вчені записки Університету «КРОК». 2018. Вип. 49. С. 169-178.

29. Науменко У. В. Інноваційні методи навчання англійської мови у вищій школі в умовах модернізації. Молодий вчений. 2018. № 3.1. С. 118-122.
30. Фішман Л.І. Підвищення якості освітніх послуг на основі делегування зворотних зв'язків (теорія та методологія). Автореферат дисертації на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. 2009. 44 с.
31. Цвях Л. В., Яковенко Н. В., Дьомкін О. Л., Карасьова Л. А. Використання електронної платформи Moodle у процесі навчання іноземної мови здобувачів вищої освіти. Молодий вчений. Серія: Педагогічні науки. 2020. №6 (82). С. 135-139.
32. Yuldashova Umida Bakhtiyor kizi, Bozorova Muborak Sharapovna, Mansurova Nodira Anvarovna, Ahmedova Zulayho Abdugaffor kizi, Shoazizova Aziza Shomurod qizi. (2020). Language teaching methods: theory and practice. *Journal of Critical Reviews*, 7 (5), pp. 768-775, available at: doi:10.31838/jcr.07.05.157 [in English].
33. Larysa, O. A., Oksana, B. V., Olga, T. M., Olena, M. I., Tetiana, P. D. (2020). Interactive methods of teaching foreign languages in higher education institutions. *Revista Tempos E Espaços Em Educação*, 13(32), pp. 1-15, available at: <https://doi.org/10.20952/revtee.v13i32.14960> [in English].
34. Solieva, M. A. (2020). Features of role-playing games in teaching a foreign language. *Vestnik nauki i obrazovaniya*, № 7(85). Chast 2. pp. 57-59. [in English].
35. Kalimulina, O.V. (2003). Role-plays in teaching dialogic speech. *Foreign languages at school*, № 3. pp. 17-20. [in English].
36. Yuzkiv, H. I., Ivanenko, I. M., Marchenko, N. V., Kosharna, N.V., Medvid, N. S. (2020). Innovative Methods in Language Disciplines During Profile Training Implementation. *International Journal of Higher Education*, Vol. 9, No. 7; pp. 230-242, available at: <https://doi.org/10.5430/ijhe.v9n7p230> [in English]