

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання
Кафедра управління імені Олега Балацького

«До захисту допущено»

Завідувач кафедри

_____ Ігор РЕКУНЕНКО
(підпис) (Ім'я та ПРИЗВИЩЕ)

_____ 2024 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

(бакалавр / магістр)

зі спеціальності 073 Менеджмент,

(код та назва)

освітньо-професійної програми «Менеджмент»

(назва програми)

на тему: Підходи до удосконалення системи менеджменту сучасним освітнім центром (на прикладі навчального центру Study and Go)

Здобувача (ки) групи Мз-03-2с
(шифр групи)

Федорченко Наталії Володимирівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

(підпис)

Наталія ФЕДОРЧЕНКО
(Ім'я та ПРИЗВИЩЕ здобувача)

Керівник старший викладач кафедри,
к.е.н., доцент, Юлія МАТВЄЄВА

(підпис)

Суми – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Центр заочної, дистанційної та вечірньої форм навчання
Кафедра управління імені Олега Балацького

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри
Ігор РЕКУНЕНКО
(Ім'я та ПРІЗВИЩЕ)
_____ 2024 р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ
на здобуття освітнього ступеня **бакалавр**
(бакалавр / магістр)
зі спеціальності **073 Менеджмент**
(код та назва)
освітньо-професійної програми «Менеджмент»
(назва програми)

Здобувача (ки) групи **МЗ-03-2с**
(шифр групи)

Федорченко Наталії Володимирівни
(прізвище, ім'я, по батькові)

1. Тема роботи «Підходи до удосконалення системи менеджменту сучасним освітнім центром (на прикладі навчального центру Study and Go)» затверджена наказом №_№0563-VI від 21.05.2024 року.
2. Термін подання здобувачем закінченої роботи 7 червня 2024р.
3. Мета кваліфікаційної роботи: запропонувати сучасні підходи до удосконалення системи управління освітніми центрами на прикладі навчального центру Study and Go.
4. Об'єкт дослідження: навчальний центр Study and Go.
5. Предмет дослідження: система менеджменту навчального центру Study and Go.
6. Кваліфікаційна робота виконується на підставі документів центру Study and Go, програмного інструменту Google trends.
7. Орієнтовний план кваліфікаційної роботи, терміни подання розділів керівникові та зміст завдань для виконання поставленої мети.

№ пор.	Назва розділу	Термін подання
I	Загальнотеоретичні підходи до управління сучасними освітніми центрами	13.04.2024 р.
II	Аналіз системи менеджменту сучасного освітнього центру (на прикладі навчального центру Study and Go)	1.05.2024 р.
III	Підходи до удосконалення системи менеджменту навчального центру Study and Go	7.06.2024 р.

Зміст завдань для виконання поставленої мети кваліфікаційної роботи:

У розділі 1 студент повинен розглянути теоретичні підходи до управління освітніми центрами

У розділі 2 студент повинен проаналізувати систему управління навчального центру Study and Go.

У розділі 3 студент повинен запропонувати підходи до удосконалення системи менеджменту навчального центру Study and Go.

8. Консультації щодо виконання роботи:

Розділ	Прізвище, ініціали та посада керівника/консультанта	Підпис, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1			
2			
3			

9. Дата видачі завдання

Керівник кваліфікаційної роботи:

к.е.н., ст. викл. кафедри, доцент Юлія МАТВЄЄВА

_____ (підпис)

Завдання до виконання отримав Наталія ФЕДОРЧЕНКО

_____ (підпис)

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота «Підходи до удосконалення системи менеджменту сучасним освітнім центром (на прикладі навчального центру Study and Go)» присвячена розробленню рекомендацій до удосконалення системи управління освітнім центром в сучасних умовах.

Дана робота спрямована на визначення оптимальних методів та інструментів підвищення ефективності менеджменту в навчальних центрах.

Кваліфікаційна робота викладена на 64 сторінках, 10 таблиць, 20 рисунків, 27 використаних джерел, 2 додатки.

Об'єктом дослідження є навчальний центр Study and Go.

Предметом дослідження є система менеджменту навчального центру Study and Go.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є розроблення сучасних підходів до удосконалення системи управління освітніми центрами (на прикладі навчального центру Study and Go)

Практичне значення кваліфікаційної роботи бакалавра полягає в тому, що окремі положення висвітлені в роботі, опубліковані в тезах доповідей 19 міжнародної конференції «Social innovations for sustainable regional development» в Клайпедському університеті (Литва) на тему: «Determination of energy efficiency drivers using the case method» [20]. Запроваджено пропозиції, що сформовані на основі отриманих даних анкетування у робочій процесі центру Study and Go, а саме: клієнтоорієнтований підхід до управління освітнім центром, комплекс маркетингових заходів та ін. (Акт про впровадження, Додаток А). Авторське свідоцтво № 6965 дата реєстрації 21 січня 2024 р. в рамках проєкту № 0122U000769.

Ключові слова: МЕНЕДЖМЕНТ ОСВІТНІХ ЦЕНТРІВ, НАВЧАЛЬНИЙ ЦЕНТР STUDY AND GO, МЕНЕДЖМЕНТУ ЯКОСТІ, КЛІЄНТООРІЄНТОВАНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, ІННОВАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЙ, SWOT-АНАЛІЗ, GAP-АНАЛІЗ

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ОСВІТНІМИ ЦЕНТРАМИ	8
1. Дослідження та аналіз функціонування сучасних освітніх центрів.....	8
1.1. Особливості менеджменту сучасних освітніх центрів.....	14
1.2. Проблеми менеджменту сучасних освітніх центрів	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО ЦЕНТРУ (НА ПРИКЛАДІ НАВЧАЛЬНОГО ЦЕНТРУ STUDY AND GO)	22
2.1. Загальна характеристика діяльності навчального центру STUDY AND GO.....	22
2.2. Дослідження системи менеджменту навчального центру STUDY AND GO.....	25
2.3. Аналіз системи менеджменту якості освіти навчального центру STUDY AND GO.....	32
РОЗДІЛ 3. ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ НАВЧАЛЬНОГО ЦЕНТРУ STUDY AND GO	47
3.1. Обґрунтування необхідності удосконалення системи менеджменту навчального центру STUDY AND GO.....	47
3.2. Розвиток навчального центру STUDY AND GO на базі клієнтоорієнтованого менеджменту та інноваційних технологій.....	55
3.3 Удосконалення системи управління навчальним центром STUDY AND GO в контексті використання сучасних світових моделей управління розвитком освітніх систем.....	59
ВИСНОВКИ	65
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	67
ДОДАТКИ	69

ВСТУП

В сучасному світі освітні центри відіграють ключову роль у підготовці кваліфікованих кадрів для ринку праці та розвитку суспільства в цілому. Однак, з урахуванням швидкого темпу технологічного розвитку та змін у соціально-економічному середовищі, навчальні центри стикаються з необхідністю постійного удосконалення своїх систем управління для забезпечення якісної освіти та конкурентоспроможності своїх випускників.

Об'єктом дослідження є навчальний центр Study and Go.

Предметом дослідження є система менеджменту навчального центру Study and Go.

Метою кваліфікаційної роботи бакалавра є розроблення сучасних підходів до удосконалення системи управління освітніми центрами (на прикладі навчального центру Study and Go)

Актуальність теми обумовлена потребою в постійному удосконаленні освітнього процесу в умовах змінного соціально-економічного середовища та стрімкого технологічного прогресу. Ефективне управління навчальним центром є важливим фактором успіху його діяльності та досягнення поставлених цілей. Зазначені аспекти роботи висвітлюються у відповідних розділах дослідження, які ретельно аналізують загальнотеоретичні підходи до управління освітніми центрами, а також конкретні особливості та проблеми системи менеджменту навчального центру "Study and Go". Далі розглядаються можливі шляхи удосконалення цієї системи з використанням клієнтоорієнтованого менеджменту, інноваційних технологій та світових моделей управління розвитком освітніх систем.

Дипломна робота «Підходи до удосконалення системи менеджменту сучасним освітнім центром (на прикладі навчального центру Study and Go)» має наступні завдання:

- проведення аналізу сучасних підходів до управління освітніми центрами на теоретичному рівні з метою визначення ключових аспектів ефективного менеджменту;
- дослідження організаційної структури, методів управління та якості освітніх послуг навчального центру Study and Go;
- визначення проблем і викликів, з якими стикається система менеджменту навчального центру Study and Go, а також формулювання рекомендацій щодо їх вирішення;
- надання рекомендацій з удосконалення системи управління навчальним центром Study and Go на основі використання клієнтоорієнтованого менеджменту, інноваційних технологій та світових моделей управління розвитком освітніх систем;
- формулювання висновків щодо ефективності та доцільності запропонованих підходів до удосконалення системи менеджменту навчального центру Study and Go з метою підвищення якості освітніх послуг та конкурентоспроможності закладу на ринку освітніх послуг.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНОТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ СУЧАСНИМИ ОСВІТНІМИ ЦЕНТРАМИ

1.1 Дослідження та аналіз функціонування закладів освіти

Сучасне суспільство постійно стикається з необхідністю вдосконалення освітнього процесу та надання якісної освіти з метою постійного розвитку. Важливу роль у цьому процесі відіграють освітні центри, які надають широкий спектр можливостей для навчання та розвитку навичок широкому колу споживачів.

Різноманітність освітніх центрів є вагомим рисом сучасної системи освіти і відображає різні потреби, інтереси та цілі студентів. Вони відрізняються за багатьма параметрами, включаючи спеціалізацію, рівень навчання, методи викладання матеріалу, структуру власності та географічне розташування.

Аналіз динаміки та тенденцій розвитку закладів вищої освіти в Україні за період з 2020 по 2024 рік наведено в таблиці 1.1 [1].

Таблиця 1.1 – Кількість ЗВО в Україні.

Джерело: розроблено автором на основі даних [1]

	Кількість ЗВО, од.
2020/21	515
2021/22	386
2022/23	347
2023/24	314

Аналіз показує, що кількість закладів вищої освіти в Україні стабільно та суттєво зменшується протягом чотирьох років з 2020 по 2024 рік. Тенденцію графічно проілюстровано на Рисунку 1.1 який показує динаміку зменшення кількості закладів вищої освіти в часі.

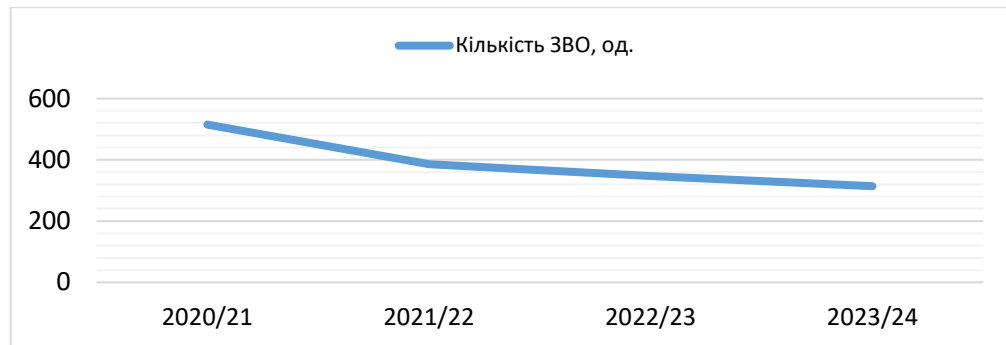


Рисунок 1.1 - Динаміка кількості ЗВО в Україні

Джерело: репрезентовано автором на основі даних [1]

За чотирирічний період з 2020 по 2024 рік кількість закладів вищої освіти в Україні зменшившись з 515 у 2020/21 році до 314 у 2023/24 році. Це свідчить про систематичне зменшення кількості закладів, яке можна пояснити низкою факторів, зокрема змінами у фінансуванні, демографічними тенденціями та стратегічними рішеннями органів управління освітою, пандемією та війною в Україні.

Зменшення може мати серйозні наслідки для доступу до освіти та освітнього рівня населення. Також може вплинути на структуру та якість освітніх послуг, зокрема призвести до зменшення різноманітності програм і спеціалізацій, а також професіоналізму викладацького складу. З огляду на ці тенденції, необхідно вдосконалити стратегії управління освітою та забезпечити цільове фінансування для забезпечення сталого розвитку вищої освіти в Україні.

Таблиця 1.2 – Кількість осіб, що навчаються у навчальних закладах України

Джерело: розроблено автором на основі даних [1]

	Кількість осіб у ЗВО, тис.
2020/21	1142
2021/22	1047
2022/23	1054
2023/24	1149

Для відслідковування динаміки, також пропоную розглянути Рисунок 1.2, що

відображає зміну показника в часі.

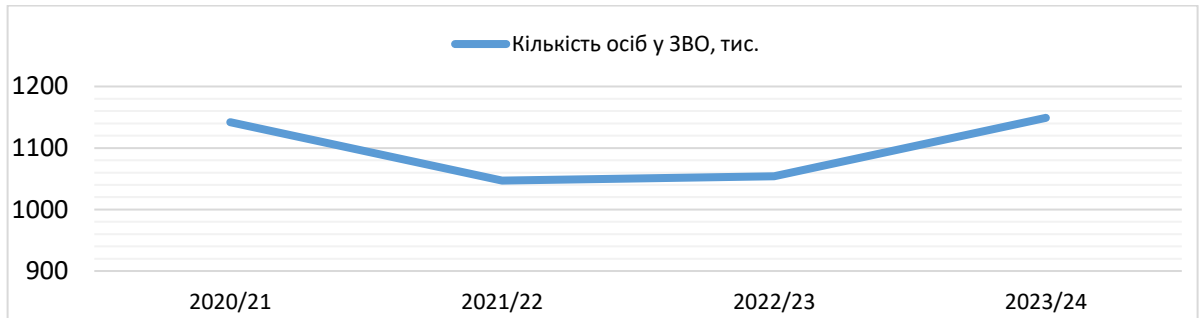


Рисунок 1.2 – Кількість осіб у ЗВО, що навчаються в Україні.

Джерело: репрезентовано автором на основі даних [1]

За період з 2020 по 2024 рік спостерігалися певні коливання кількості студентів, зарахованих до закладів вищої освіти. Спочатку кількість студентів становила 1142 у 2020/21 навчальному році, але потім несуттєво зменшилася, досягнувши 1047 у 2021/22 навчальному році. Однак у наступні два роки кількість студентів зросла, досягнувши 1054 у 2022/23 навчальному році та 1149 у 2023/24 навчальному році. Порівняння даних показує, що кількість студентів дещо зменшилася у 2021/22 навчальному році, але останні два роки має тенденцію до зростання. Такий розвиток подій є індикатором певних тенденцій у системі вищої освіти, таких як зміна попиту на освітні послуги, рівня доступності освіти та демографічні зміни.

Розглянемо кількість осіб прийнятих до вищих навчальних закладів за 2020-2024 роки в таблиці 1.3.

Таблиця 1.3 – Кількість осіб прийнятих до ЗВО в Україні

Джерело: сформовано автором на основі даних [1]

	Кількість осіб, прийнятих на навчання до ЗВО, тис.
2020/21	277
2021/22	239
2022/23	245
2023/24	252

Дивлячись на дані з таблиці 1.3 можна зробити низку спостережень та висновків. Загальна тенденція така що кількість вступників до закладів вищої освіти не є стабільно зростаючими, та не зменшуються, з значними коливаннями з року в рік. У 2021/22 навчальному році спостерігається значне зменшення кількості вступників з попередніми роком. Це пояснюється низкою факторів, таких як пандемія Covid – 19, зміни в системі прийому або можливо зміни в популярності певних спеціальностей. У наступних роках кількість починає знову зростати. Що можливо пов'язано з відновленням попиту на вищу освіту, виправлення деяких інституційних проблем або запровадження нових програм та привабливих стипендій.

На основі цих спостережень, побудовано графік, який показаний на рисунку 1.3 для візуалізації динаміки вступу до вищих навчальних закладів у часі, що дасть змогу краще зрозуміти тенденції та зміни в цьому секторі освітнього ринку.



Рисунок 1.3 – Кількість осіб, прийнятих у ЗВО

Джерело: побудовано автором на основі даних [1]

Розглянемо показник випуску вищих навчальних закладів, що є важливим індикатором ефективності системи освіти та її впливу на суспільство і економіку. Аналіз кількості випускників за певний період часу дозволяє виявити тенденції та зміни у цій сфері.

Таблиця 1.4.- Кількість випускників із ЗВО в Україні

Джерело: сформовано автором на основі даних [1]

	Кількість осіб, випущених із ЗВО, тис.
2020/21	386
2021/22	262
2022/23	273
2023/24	211

Проводячи аналіз вище наведених даних, можна виявити кілька ключових аспектів. Очевидно, що існує тенденція зменшення кількості випускників у навчальних закладах, що вказує на можливі проблеми, що стоять перед системою вищої освіти в Україні.

Очевидно, що загальна тенденція зменшення випускників ЗВО. У 2020/21 році кількість випускників складала 386 тис., але до 2023/24 року кількість знизилась до 211 тис. Після спаду у 2021/22 році кількість випускників відновилася до певного рівня в 2022/23 році, але потім знизилась у 2023/24 році. Що свідчить про проблеми такі як COVID-19, економічні труднощі в країні, війна.

Візуалізація наведена на рисунку 1.4 для кращого усвідомлення динаміки зміни кількості випускників протягом вказаних років та виявити певні тенденції.

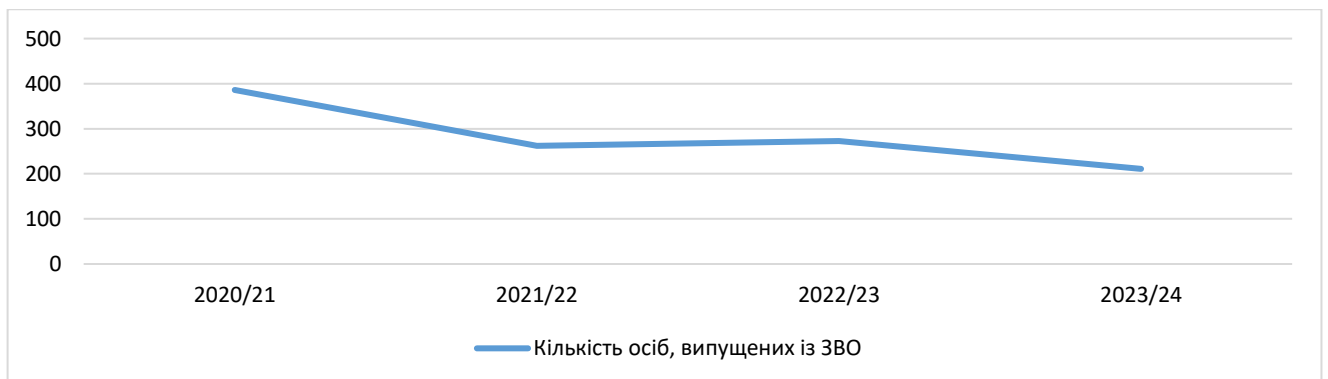


Рисунок 1.4 – Кількість випускників із ЗВО в Україні

Джерело: зображено автором на основі даних [1]

Дивлячись на Рисунок 1.4, то видно що кількість осіб, що випускаються із

ЗВО суттєво зменшується. Загальна тенденція до скорочення кількості закладів вищої освіти (ЗВО) в Україні та зменшення кількості абітурієнтів і випускників є тривожним явищем, яке потребує серйозного ставлення. Аналіз показує, що кількість ЗВО зменшиться з 515 у 2020/21 році до 314 у 2023/24 році. Таке скорочення можна пояснити низкою факторів, таких як економічні виклики, демографічні зміни, війна та пандемія COVID-19. Крім того, аналіз зарахування до закладів вищої освіти показав коливання з року в рік: Хоча у 2022/23 та 2023/24 роках спостерігалось незначне зростання, загальна тенденція не є задовільною.

Найбільш вражаючим є зменшення кількості випускників університетів за аналізований період. Кількість випускників зменшилася більш ніж на 45%, з 386 000 у 2020/21 році до 211 000 у 2023/24 році. Це може мати серйозні наслідки для доступу до освіти та освітніх стандартів населення.

Такі тенденції є складними та багатофакторними і можуть бути наслідком різних економічних, соціальних та політичних чинників. Тому для підтримки та підвищення якості освіти в Україні необхідні комплексні заходи з управління системою освіти, забезпечення сталого фінансування, стимулювання попиту на вищу освіту та вдосконалення освітньої політики.

Аналіз динаміки та тенденцій розвитку закладів вищої освіти в Сумській області наведено в табл. 1.6.

Таблиця 1.6 – Заклади вищої освіти у Сумській області

Джерело: сформовано автором на основі даних [8].

Рік	Кількість ЗВО, од	Кількість осіб у ЗВО, тис.	Кількість осіб, прийнятих на навчання до ЗВО, тис.	Кількість осіб, випущених із ЗВО, тис.
2020/21	7	18,9	4,7	8,4
2021/22	6	18,1	3,8	4,3
2022/23	6	19,2	4,9	5,4
2023/24	6	23,0	5,0	3,6

Проводячи аналіз за 4 роки, з 2020/21 по 2023/24, вищі навчальні заклади Сумської області продемонстрували цікаву динаміку розвитку. Їх кількість скоротилася з 7 до 6 протягом наступних 3 років з 2020/21 року, що може бути пов'язано зі структурними змінами або інтеграцією деяких навчальних закладів для підвищення ефективності та якості освіти.

Водночас кількість студентів вищих навчальних закладів зростала. У 2020/21 році його прочитали 18,9 тисячі осіб, а до 2023/24 року цифра збільшилась до 23,0 тисячі, що свідчить про зростаючий інтерес до вищої освіти в регіоні, а також про розширення можливостей навчального закладу.

Кількість людей, прийнятих на навчання, також демонструє позитивну тенденцію. У 2020/21 році у вищих навчальних закладах навчалось 4,7 тисячі осіб. Це число дещо знизилось до 3,8 тисячі в 2021/22 році, досягнувши 4,9 тисячі в 2022/23 році і 5,0 тисячі в 2023/24 році. Це свідчить про стабільний попит на вищу освіту в регіоні, незважаючи на коливання протягом декількох років.

Однак за цей період кількість випускників вищих навчальних закладів скоротилася. У 2020/21 році дипломи отримали 8,4 тисячі осіб, але до 2023/24 року ця цифра знизилася до 3,6 тисячі. Ця динаміка може бути пов'язана з підвищеними вимогами до якості освіти, змінами тривалості освітніх програм та демографічними факторами.

Таким чином, вищі навчальні заклади Сумської області переживають період змін та адаптації до нових реалій. Незважаючи на скорочення кількості навчальних закладів, кількість студентів та абітурієнтів зростає, що свідчить про високий попит на освіту в регіоні. Скорочення числа випускників може вказувати на підвищення рівня освіти і підвищення якості підготовки фахівців. Ці тенденції підкреслюють важливість постійного вдосконалення та адаптації освітніх програм до поточних вимог ринку праці та суспільства.

1.2. Особливості менеджменту сучасних освітніх центрів

З розвитком суспільства, технологій та ринку праці сучасні освітні центри стають не лише місцями передачі знань, але й динамічними осередками інновацій та розвитку. Діяльність таких освітніх центрів вимагає нових стратегій і підходів, що відповідають потребам сучасних учнів і динамічному навчальному середовищу. Перед навчальними закладами стоїть завдання не лише передавати знання, а й розвивати навички, необхідні для досягнення успіху в сучасному суспільстві, такі як критичне мислення та креативність.

Управління сучасними освітніми центрами лежить на перетині педагогіки, технологій та бізнесу. Гнучкість та адаптивність є ключовими елементами успішного управління, оскільки необхідно швидко реагувати на зміни в соціально-економічному середовищі та потреби учнів. Використання сучасних технологій, таких як платформи онлайн-навчання та віртуальна реальність, допомагає забезпечити доступність та ефективність навчання.

Партнерство з промисловістю стає не лише стратегічним, але й необхідним аспектом роботи сучасного навчального центру. Партнерство з компаніями та організаціями може надати студентам досвід роботи та можливості працевлаштуватися одразу після закінчення навчання.

Управління сучасним навчальним центром також вимагає стратегічного планування та аналізу даних. Дані про студентів, випускників і ринок праці можна використовувати для оптимізації навчальних програм і забезпечення успіху випускників.

Принципи будь-якого освітнього центру базуються на особливостях моделі вищої освіти. Сучасний стан розвитку систем вищої освіти у світі свідчить про використання двох основних моделей [2]:.

1. Моделі управління вищими навчальними закладами:
2. Пост адміністративний: напрямки підготовки у вищі начальні заклади

суворо дотримуються з державними стандартами; державне замовлення є обов'язковим; відсутність траєкторії індивідуального навчання; відсутність студентської мобільності і жорсткий рівень стандартизації.

Ліберальний: високий ступінь автономії вищих навчальних закладів; високий ступінь мобільності студентів ВНЗ; можливість планування та траєкторія індивідуального навчання; реалізація права на академічну мобільність.

Загалом в Україні переважає пост адміністративний підхід до управління вищими навчальними закладами. Згідно з цією моделлю, напрями підготовки в університетах суворо прив'язані до національних стандартів, а державне замовлення є обов'язковим. Ця модель також характеризується високим ступенем стандартизації та відсутністю індивідуальних траєкторій навчання або мобільності між студентами. Але в останні роки спостерігається інтенсивний рух до більш ліберального підходу, але він ще не став домінуючим.

Ціль сталого розвитку 4, що стосується якісної освіти, зосереджена на забезпеченні доступу всіх людей до якісного навчання та можливостей розвитку навичок, які є життєво важливими для побудови сталого суспільства. Якісна освіта лежить в основі особистісного розвитку, сприяє особистісному зростанню та підвищенню рівня життя, а також розвиває громадянську свідомість і навички, необхідні для розбудови мирних та інклюзивних суспільств.

Проведемо аналіз цілі сталого розвитку 4 «Якісна освіта» [3] за показниками:

- 4.4 підвищити якість вищої освіти та забезпечити її тісний зв'язок з наукою, сприяти формуванню в країні міст освіти та науки;
- 4.4.1. кількість українських міст, що є членами Глобальної мережі міст ЮНЕСКО, що навчаються, рисунку 1.6.
- 4.4.2 Населення за рівнем освіти та статтю, %.

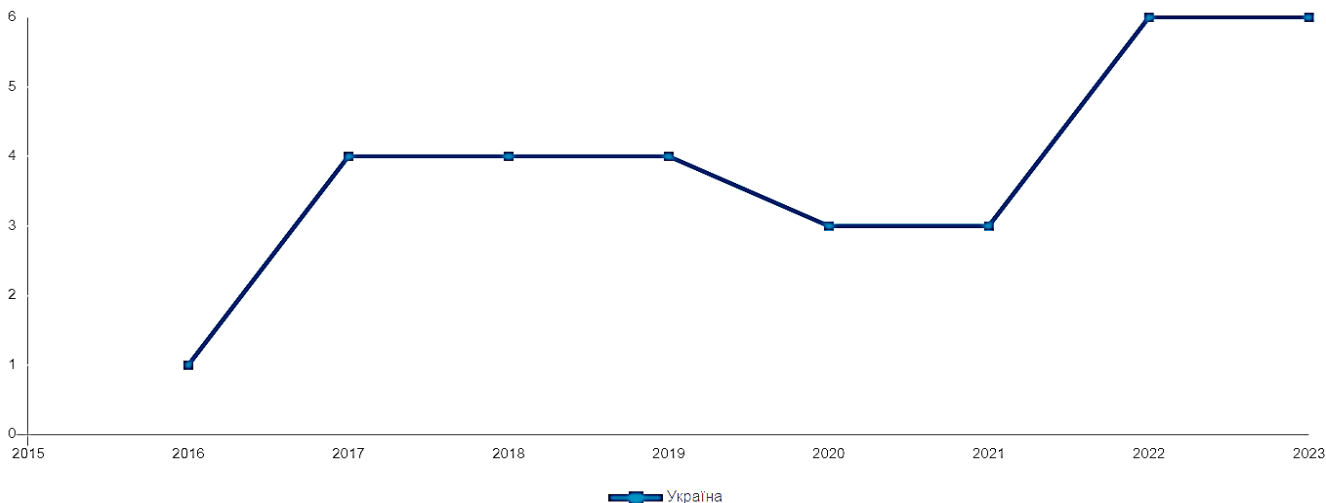


Рисунок 1.6 – Кількість українських міст, що є членами Глобальної мережі міст ЮНЕСКО

Джерело: розроблено автором на базі даних [3].

За даними можна відслідкувати, те що кількість міст зростає. У 2022 та 2023 роках відбувся значний стрибок у кількості українських міст, що приєдналися до Глобальної мережі міст ЮНЕСКО - відразу до неї приєдналися 6 міст.

Такий динамічний ріст може свідчити про збільшення зацікавленості українських міст у включенні до міжнародних ініціатив та співпраці у сфері культури, освіти та науки.

Загалом, динаміка участі українських міст у Глобальній мережі міст ЮНЕСКО свідчить про зростання зацікавленості та активність у розвитку культурно-освітньої співпраці на міжнародному рівні.

Таблиця 1.5 репрезентує данні показника 4.4.2 ЦСР 4.

Проводячи аналіз даних можна виявити тенденції у рівнях освіти для кожного вікового сегмента. Аналізуючи дані про рівень освіти за віковою групою від 15 до 64 років з 2015 по 2021 рік, можна виділити кілька важливих тенденцій. Спочатку розглянемо категорію повну вищу освіту. Серед молодих людей (15-24 років) рівень участі знизився з 10,5% у 2015 році до 7,3% у 2021 році, досягнувши піку в 2015

році та трохи підвищившись у 2019 році.

Таблиця 1.5 – Населення за рівнем і статтю у %, в Україні

Джерело: розроблено автором на основі даних [3].

Рік	Повна вища 15-24 роки	Базова вища 15-24 роки	Повна вища, 25-64 роки	Базова вища, 25-64 роки
2015	10,5	4,8	28,8	0,8
2016	9,7	5	29,3	0,8
2017	9,7	4,9	29,9	0,8
2018	9,1	5	30,8	1
2019	9,9	5,3	29,5	1,5
2020	7,8	5	29,9	1,4
2021	7,3	5,2	30,1	1,6
2022	-	-	-	-

Загальний рівень участі серед людей старшого віку (25-64 роки) зріс з 28,8% у 2015 році до 30,1% у 2021 році та значно знизився у 2020 та 2021 роках. Що стосується вищої базової освіти, загальний рівень участі залишався стабільним у групах аналізованого періоду, хоча були незначні коливання в обох вікових групах.

Молодша частина населення (15-24 роки) втрачає інтерес до серйозної вищої освіти. Це може бути пов'язано з різними факторами, такими як економічна нестабільність і зміна культурних і соціальних пріоритетів. Водночас інтерес до повної вищої освіти серед людей старшого віку (від 25 до 64 років) зростає, хоча останніми роками спостерігається незначний спад. Ці відмінності можуть відображати складні та мінливі потреби сучасного суспільства та ринків праці.

Управління сучасними освітніми центрами – складне завдання, яке вимагає комплексного підходу та постійного аналізу соціально-економічних змін.

Покращення освіти відіграє важливу роль у розвитку стійких суспільств і забезпеченні якості життя для всіх членів. Необхідно враховувати потреби сучасного суспільства та ринку праці, удосконалювати методи навчання та створювати умови для розвитку критичного мислення та креативності учнів.

Нові стратегії управління освітніми центрами повинні базуватися на гнучкості, адаптивності та партнерстві. Крім того, використання новітніх технологій та аналіз даних дозволить оптимізувати освітні програми та забезпечити успішність випускників у сучасному світі.

1.3. Проблеми менеджменту сучасних освітніх центрів

Менеджмент сучасних освітніх центрів стикається з багатьма складними завданнями. Ефективне управління ресурсами, підтримка мотивації вчителів та учнів, інтеграція сучасних технологій та підготовка до глобалізованого світу – все це вимагає раціональних стратегій та інноваційних підходів.

Управління освітою – це процес управління та організації функціональних навчальних закладів. Він пояснює всім, хто бере участь у системі, що потрібно робити і як це потрібно робити.

До ключових проблем освітнього менеджменту відносять [4]:

1. Фінансовий менеджмент в освітньому центрі – складне завдання, яке вимагає глибокого розуміння фінансових правил і положень. Існує багато управлінських завдань, які потребують повсякденної уваги і неможливо виділити час для вивчення протоколів фінансування. Брак фінансування в галузі освітнього процесу.
2. Управління персоналом. Проблеми є різноманітними і вимагають комплексного підходу для їх успішного вирішення. Управління персоналом вимагає глибокого розуміння підходу до людських стосунків, таких як чуйності, дружнього переконання, стійкого, але гнучкого ставлення до дотримання правил і положень

тощо. Проблеми підготовки та орієнтації викладачів університетів – відсутність фінансових ресурсів для проведення заходів таких як семінари, конференції і презентації для навчання та вдосконалення; відсутність у персоналу бажання відвідувати такі заходи; погана організація і проведення навчальних занять; низька якість навчальних матеріалів; втома персоналу від тренувань через безперервне навчання

3. Інституційний менеджмент. Ці проблеми актуальні для сучасного світу, і необхідно приділяти увагу ефективному управлінню, прозорості та боротьби з корупцією. Відсутність належних фінансових можливостей; відсутність бачення лідерства в освітнього менеджера призводить до поганого або надмірного делегування обов'язків; зіткнення з адміністративними проблемами в певних областях, таких як дослідження, розробки та управління неформальними аспектами освіти; недостатність використання інновацій та сучасних технологій.
4. Інклюзивна освіта. Забезпечення доступу до освіти для всіх груп населення, включаючи людей з інвалідністю, дітей з особливими освітніми потребами та інших вразливих категорій, що потребуватиме розробки програм та інфраструктури адаптації, а також підтримки вчителів у роботі з різними групами учнів.
5. Соціальна відповідальність. Необхідно приділяти увагу своєму впливу на соціальне та навколишнє середовище, що охоплює аспекти такі як енергоефективність будівель, стимулювання студентів або учнів до участі в громадських ініціативах та інші заходи корпоративної соціальної відповідальності.

Отже, проблеми освітнього менеджменту вимагають комплексного підходу. Управління освітою має бути не тільки інноваційним, орієнтованим на результат і гнучким, але і враховувати мінливі потреби сучасного суспільства та ринку праці. Ефективно вирішуючи зазначених проблеми може забезпечити якісну та доступну освіту для всіх верств населення і забезпечити сталий розвиток суспільства.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ СУЧАСНОГО ОСВІТНЬОГО ЦЕНТРУ (НА ПРИКЛАДІ НАВЧАЛЬНОГО ЦЕНТРУ STUDY AND GO)

2.1. Загальна характеристика діяльності навчального центру STUDY AND GO

Навчальний центр Study and Go є сучасним освітнім закладом, який надає широкий спектр курсів з різних предметів та пропонує різноманітні можливості для дозвілля, як дітей так і дорослих [5]. Почав своє існування 11 серпня 2022 року. Наразі центр має 2 філії. Перша філія розташована: м. Суми вул. Соборна 46 2 поверх; друга філія: м. Суми вул. Михайла Лушки 5, корпус 27.

Фізична особа-підприємець є організаційно-правовою формою підприємницької діяльності в Україні.

ФОП Голованова Валерія Ігорівна є власником та керівником навчального центру Study and Go.

Ідентифікаційний код: 3562104683 Адреса: 40004, Україна, 40004, Сумська обл., місто Суми, вулиця Революції Гідності, будинок 3, квартира 76 Статус: зареєстровано Реєстраційний номер: 201035000000371868 Дата реєстрації: 08.08.2023 Основний вид діяльності: 85.59 Інші види освіти, Додаткові: 63.99 Надання інших інформаційних послуг, 74.30 Надання послуг перекладу 47.91 Роздрібна торгівля, що здійснюється фірмами поштового замовлення або через мережу Інтернет 85.60 Допоміжна діяльність у сфері освіти

Навчальний центр має на меті сприяти особистому та професійному розвитку своїм учням, надаючи якісну освіту, створенні сприятливого середовища для самореалізації та розвитку, надання допомоги щоб досягти успіху у навчанні та житті, тримати баланс між навчанням та дозвіллям.

Основними цілями діяльності центру є:

- забезпечення якісної освіти. Заняття проводяться згідно до сучасних педагогічних методів та з врахуванням індивідуальних особливостей.
- підготовка до вступу у вищі навчальні заклади.
- мотивація навчання. Створення стимулюючого та цікавого навчального середовища.
- сприяння особистісному розвитку учнів та розвиток навичок та вмінь, які необхідні для успішного життя та кар'єри.
- організація різноманітного дозвілля, щоб учні змогли розслабитися та розважитися, для забезпечення гармонії між навчанням та часом для відпочинку та розваг.

Місія навчального центру Study and Go заснована на бажанні не тільки надати якісну освіту кожному учню, а й озброїти його навичками та цінностями, необхідними для досягнення успіху в сучасному суспільстві.

Навчальний центр Study and Go має різноманітність програм, пропонує широкий спектр програм навчання, майстер-класи, підготовку до іспитів, професійні курси та інші форми навчання. Працюють тільки кваліфіковані та досвідчені викладачі, які забезпечують якісне навчання. Навчальний центр відкритий для студентів, для проходження практики. Пропонує заняття малими та індивідуальними групами, що дозволяє отримати більш персоналізований підхід до навчання. Використовують тільки сучасні методи навчання, включаючи використання інтерактивних технологій. Надає сертифікати після успішного завершення курсів. Співпрацює з громадськими організаціями та благодійними фондами. Постійно оновлює та розширює свої програми навчання.

Навчальний центр є важливим ресурсом для навчання та розвитку як професійних, так і особистих навичок. Він надає можливості для покращення знань та вмінь у різних сферах життя.

Центр надає різноманітні послуги такі як: заняття англійської, іспанської, української та німецької мови (від 5 років); заняття з математики; підготовка дітей

до школи; підготовка до Кембриджських іспитів для підлітків; підготовка до НМТ(ЗНО) / ЄВІ; надає допомогу з домашнім завданням; корпоративна англійська; корпоративне тестування; консультації для вчителів; різноманітні заходи для дітей та дорослих.

Дозвілля дітей грає важливу роль у їхньому фізичному, емоційному та соціальному розвитку. Це час, коли вони можуть відпочити від навчання, розвивати свої інтереси та вміння, спілкуватися з однолітками та дорослими. Навчальний центр може запропонувати: дитячі табори для дітей віком від 7 до 13 років; різноманітні тематичні заходи; групу продовженого дня; майстер-класи з живопису та флористики; тренінги з психологом.

Дозвілля дорослих також є важливою складовою їхнього здоров'я та щастя, тим паче ми живемо в непростий час і тому треба відволікатися щоб зберегти і фізичне і психологічне здоров'я. Для дорослих центр пропонує: жіночі зустрічі; бранчі для вчителів; Speaking Club; Лекції про культуру та мову; Майстер-клас з флористики.

У центрі є книжковий клуб, який проводить регулярні зустрічі. Книжковий клуб є відмінною можливістю для любителів читання зустрітися з подібними за інтересами людьми, обговорити книги та знайти нові натхнення для свого читацького досвіду.

Енергозбереження є важливим компонентом екологічної стратегії навчального закладу Study and Go. Щоб забезпечити ефективне використання енергії і знизити негативний вплив на навколишнє середовище, навчальний центр використовує енергоефективне освітлення, тобто приміщення центру оснащені світлодіодними лампами, які значно знижують енергоспоживання в порівнянні з традиційними лампами розжарювання. У приміщеннях використані матеріали з високою теплоізоляцією, що також допомагає енергозбереженню, також інформування учнів та персонал про важливість енергозбереження та про те як зменшити її споживання.

2.2. Дослідження системи менеджменту навчального центру STUDY AND GO

Система управління навчальним центром Study and Go заснована на принципах ефективності, інноваційності та орієнтації на потребу студента. Внутрішнє середовище навчального центру Study and Go є одним з ключових факторів його ефективності та успіху в досягненні поставлених цілей. Важливими елементом цієї системи є організаційна структура, яка наведена на рисунку 2.1



Рисунок 2.1 – Організаційна структура навчального центру Study and Go [5].

Організаційна структура вказує на різні рівні управління та відділи навчального центру. Вона є лінійною структурою управління та характеризується чіткою ієрархією та підпорядкуванням

Засновник та директор Голованова В.І. Керує всім навчальним центром і паралельно виконує функції адміністратора, тобто відповідає за організаційні моменти, такі як реєстрація, звітність та інші адміністративні завдання. Їй підпорядковується старший викладач Чичикало А., який має змогу допомагати в управлінні та координації роботи.

Далі по ієрархії йдуть основні викладачі, які несуть відповідальність за управління окремими напрямками в освітньому центрі. Такими як, управління філією номер 2, онлайн-освіта, книжковий клуб та Speaking Club. У кожного з них є суб-викладач, відповідальний за навчальний процес.

Найманих працівників в навчальному центрі немає. Всі працівники працюють як фізичні-особи підприємці та керівник з ними заключає довгостроковий договір про надання послуг. Також є адміністратор, який працює на 0,5 ставки, заробітна плата прив'язна до мінімальної заробітної плати. В його обов'язки входить онлайн обробка дзвінків та повідомлень.

Стосовно заробітної плати працівників, вона залежить від кількості проведених занять. За одне індивідуальне заняття працівник отримує 160 грн., якщо це групове заняття, то отримує 40 % від ціни заняття. Це все чиста заробітна плата.

Методи та принципи роботи навчального центру Study and Go:

- у навчальному центрі працюють лише кваліфіковані викладачі з високим рівнем знань та досвідом у своїй галузі та несуть відповідальність за навчання студентів;
- методи індивідуалізації навчання. Гарантування індивідуального підходу, що враховує потреби, рівень знань і темп навчання кожного учня;
- використання сучасних технологій. Комп'ютерні програми, веб-сайти, онлайн- курси та інші сучасні технології, які використовуються для підвищення якості навчання та мотивації учнів;
- безперервний професійний розвиток вчителів. Надання можливості навчатися та професійно розвиватися за допомогою семінарів, тренінгів та конференцій.

- налагодження відкритої та прозорої системи комунікації з учнями, щоб вони мали можливість ставити питання, вносити пропозиції та скарги;
- створення мотиваційного навчального середовища, яке мотивує учнів до навчання та досягнення успіху;
- раціонально використовувати людські, матеріальні та фінансові ресурси, щоб досягти максимальної продуктивності та ефективності роботи навчального центру.

Центр пропонує багато різноманітних послуг, вартість яких відображено у таблиці 2.1.

Таблиця 2.1 – Вартість послуг навчального центру Study and Go

Джерело: сформовано автором

Послуга	1 заняття	4 заняття	8 занять	12 занять
Індивідуальне заняття	300 грн.	1200 грн.	2400 грн.	3000 грн.
Група до 5-ти осіб	220 грн.	850 грн.	1600 грн.	2200 грн.
Група від 5-ти осіб	200 грн.	800 грн.	1600 грн.	2200 грн.
Постійно діюча акційна пропозиція «Англійська + математика»	500 грн/2 години			
Акційна пропозиція «Батьки та дитина»	540 грн/година (Займаються у 2-х різних викладачів, протягом 1 години)			

Зовнішнє середовище навчального центру Study and Go, так як і внутрішнє залежить від багатьох факторів, які можуть безпосередньо впливати на роботу на функціонування центру.

До зовнішніх факторів прямого впливу належать споживачі, потенційні споживачі, конкуренти, та партнери.

Більшість користувачів освітніх послуг є студенти. Їх задоволення та задоволення їхніх освітніх потреб є ключовим успіхом для функціонування центру. Центр надає якісну освіту у різних напрямках, зручне розташування в центрі міста, комфортну атмосферу та доступність ресурсів, необхідних для навчання. Наразі в навчальному центрі навчаються 270 осіб, на різноманітних напрямках.

Потенційними споживачами також виступають здебільшого студенти, яким необхідно підтягнути знання з предметів, або підготуватися для успішного складання іспитів, таких як НМТ або ЄВІ. Також можуть виступати дітки, для яких необхідна допомога для того щоб підготуватися до школи та допомога, як батькам та дітям з домашніми завданнями. Також центр надає різноманітне дозвілля, таких наприклад як табір для дітей, майстер-класи, що також можуть зацікавити батьків та дітей.

Співпраця та партнери є ключовими елементами для успішного функціонування навчального центру. Навчальний центр співпрацює з такими організаціями:

- БФ «Українська фундація Мрія» – це організація, яка відіграє значну роль у розвитку громадянського суспільства в Україні, освіти та культури. В напрямку партнерства з навчальним центром, БФ надає у якості освітньої підтримки, дітям можливість вивчати англійську мову та готуватися до мультипредметного тесту [6].
- ІТ компанією Arptimized – відома своєю інноваційністю та передовим підходом до розробки на створення програмного забезпечення. Співпраця з цією компанією відкриває учням двері до світу високих технологій та професійного зростання в ІТ сфері [7].
- Арт-простір POGRIВ – це місце для творчості, яке об'єднує, створює та надихає. Він створює неймовірну атмосферу творчості, та надихає на сприяє розвитку художніх талантів та культурного розвитку. В концепції співпраці з навчальним

центром там неодноразово проходили різноманітні заходи, наприклад такі як збори книжкового клубу.

Наступним напрямком зовнішніх факторів розглянемо конкурентів. В умовах постійних змін та високої конкуренції, відчувається потреба в постійному удосконаленні та здатності ефективно реагувати на виклики.

Отже, конкурентами центру, є мовні школи, що пропонують подібні програми та послуги:

- школа Polyglot, яка також надає ідентичні послуги з вивченням мов. У цієї школи 3 філіали, один з яких також знаходиться в центрі міста, що може впливати на кількість учнів, котрі зацікавлені в вивченні іноземних мов.
- Центр розвитку «Всезнайко», котрий надає схожі послуги, такі як допомога у навчанні, підготовці студентів до НМТ, також такий напрямок як підготовка до школи, та вивчення іноземних мов.
- Центр англійської мови Present Simple, є прямим конкурентом навчального центру. Але він орієнтована більше на дітей, дорослі не мають змоги навчатися в цьому центрі. Цей центр навчає тільки англійської мови, в них набагато менше різноманітних додаткових послуг. Що може не так сильно впливати на конкурентоспроможність цього закладу.

Фактори зовнішнього середовища, які впливають на діяльність навчального центру Study and Go

Стан економічних факторів, суттєво впливають на діяльність центру. Економічна ситуація у місті Суми впливає на фінансову спроможність населення оплачувати навчання. Так як, в місті нестабільна ситуація в зв'язку з війною та тим що м. Суми прифронтове місто, люди не можуть дозволити собі платні послуги з навчання, тому що більшість може вважати що це не є доцільним. Тобто зменшиться попит на платні освітні послуги.

Існування та активність конкурентів у сфері платних освітніх послуг може впливати на привабливість центру Study and Go. Різноманітність шкіл та різні їхня

цінова політика може на це впливати. Конкуренція стимулює центр до постійного підвищення якості наданих послуг, різноманіття нових програм та їх розвитку.

Зміни в демографічній структурі населення м. Суми. У зв'язку з війною, багато населення виїхало з міста. Тобто зменшення кількості дітей та студентів, які є потенційними споживачами освітніх послуг.

Політичні чинники такі як зміни в законодавстві, які стосуються освіти або бізнесу, можуть впливати на функціонування та стратегію розвитку, зокрема щодо вимог до стандартів якості, сертифікації та ліцензування.

Культурні та соціальні чинники можуть вплинути на попит на певні види освітніх послуг, або на підходи у навчанні. Зріст інтересу до міжкультурного навчання може дати нові можливості в цьому напрямку.

Розуміння та поняття цих зовнішніх факторів допоможе центру Study and Go адаптуватися до мінливого середовища та дасть змогу розробити нові стратегії для досягнення успіху та розвитку центра.

З метою визначення слабких сторін, сил, загроз та можливостей Центру Study and Go сформовано SWOT-аналіз, який наведено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2 – SWOT-аналіз навчального центру Study and Go.

Джерело: розроблено автором.

+ Сильні сторони (Strengths)	Слабкі сторони (Weaknesses)
<ul style="list-style-type: none"> - висока якість освітніх послуг; - кваліфіковані та досвідчені викладачі; - широкий спектр навчальних курсів та програм; - сучасні технології та обладнання; - ефективна система підтримки учнів; 	<ul style="list-style-type: none"> - обмежена кількість фізичних приміщень центру; - обмежений бюджет на маркетинг; - недостатність розповсюдження бренду; - залежність від одного засновника;

Продовження таблиці 2.2

<i>Можливості(Opportunities)</i>	<i>Загрози (Threats)</i>
<ul style="list-style-type: none"> - зростання попиту на освітні послуги в регіоні; - розширення співпраці з університетами для стажування та практики; - розвиток онлайн- курсів та дистанційної освіти; - розширення центру, відкриття нових філіалів та співпраця з партнерами та спонсорами. 	<ul style="list-style-type: none"> - економічні нестабільності, що можуть вплинути на фінансові умови; - низький попит на мовні послуги та дозвілля; - несприятлива ситуація в країні (війна); - безпосередня близькість до кордону з країною-агресором, активізація ракетних обстрілів з боку рф. - затяжний характер війни поглибить наявні проблеми: фізичні втрати та виїзд населення, руйнування інфраструктури і житла, безробіття, занепад економіки, зменшення доходів мешканців, а відтак і споживачів освітніх послуг; - конкуренція з іншими навчальними закладами.

Отже, центр може гарантувати свій успіх, спираючись на свої сильні сторони, вивчаючи можливості розвитку, ефективно реагуючи на загрози та долаючи свої слабкі сторони.

2.3. Аналіз системи менеджменту якості освіти навчального центру STUDY AND GO

Впровадження ефективної системи управління якістю освіти є важливим фактором успіху будь-якого навчального закладу. Навчальний центр Study and Go прагне надавати освітні послуги на високому рівні, пропонуючи інноваційні методи та дотримуючись найвищих стандартів освіти.

Проведення анкетування є важливим кроком в оцінці ефективності та популярності навчального центру. Опитування проводилися за допомогою Google

форми для вивчення популярності центру та визначення рівня якості пропонованих послуг, що надає студентам та іншим зацікавленим сторонам цінну інформацію, особливо щодо освітнього процесу, рівня обслуговування та задоволеності загальною ефективністю центру. Результати дослідження допоможуть виявити сильні і слабкі сторони центру і надати рекомендації щодо подальшого розвитку освітніх послуг. Бланк опитування наведено у Додатку Б [9].

Кількість респондентів, що взяли участь в опитуванні складає 59 осіб.

Опитування складається з декількох блоків. Перша група питань визначає стать, вік, освіту і сферу діяльності. Другий блок питань спрямований на визначення якості послуг, що надаються Центром Study and Go, третій блок містить питання, що допомагають виявити напрямки удосконалення діяльності Центру.

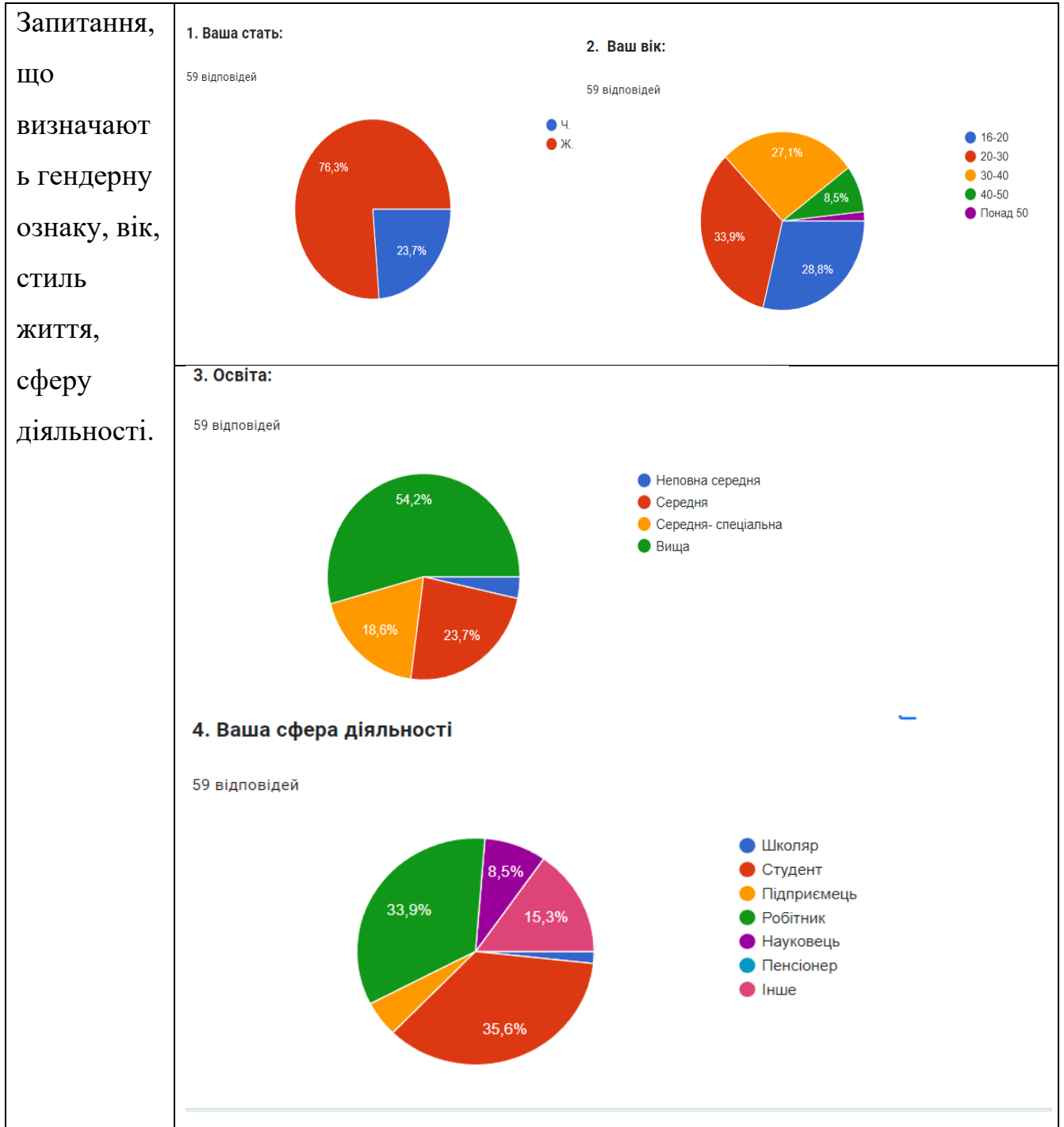
Серед опитуваних осіб 76,3 % - жінки, а 23,7 % чоловіки. За віковою структурою респонденти характеризуються наступним чином: 16-20 років –28,8%, 20-30 років –27,1 %, 30-40 років –33,9 %, 40-50 років – 8,5 %, понад 50 років –1,7%. Найбільша кількість респондентів у віці 30-40 років.

В опитуванні взяли участь 54,2% респондентів з вищою освітою, 18,6 % з середньо – спеціальною освітою, 23,7 % із середньою, 3,4 % з неповною середньою освітою, табл. 2.4. Таким чином в опитуванні прийняли участь респонденти із різним рівнем освіти та різною сферою діяльності. Так, за сферою діяльності визначено 35,6 % студентів, робітників 33,9 %, 15,3 % з іншою сферою діяльності, науковців 8,5%, підприємців 5,1% та школярів 1,7 %.

В питанні про інтерес до послуг Центру, який відображено на рисунках 2.5 та 2.6 велика частка респондентів 74,6 % виявила чіткий інтерес до запропонованих послуг, 20,3 % на відповіді можливо вказує на потенційну зацікавленість до цих послуг, а 5,1% на відповіді ні – просто не зацікавлена в потребі в таких послугах.

Таблиця 2.4 - Відповіді респондентів першого блоку анкети (розроблено автором на основі даних анкети Google форма)

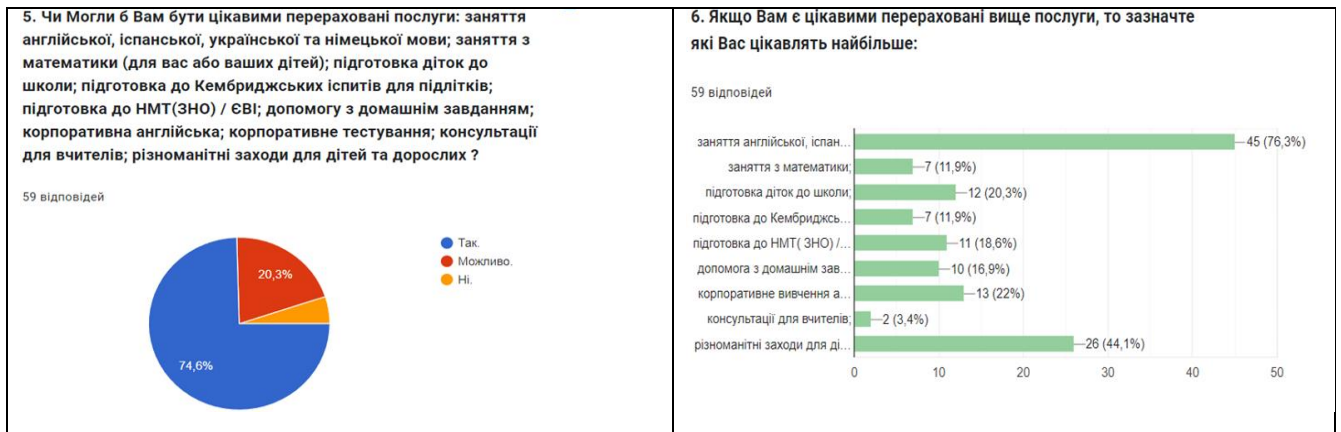
Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування



Найбільший інтерес з послуг – це заняття з англійської, іспанської, української та німецької мови.

Запитання стосовно послуг, які цікаві споживачам відображено в таблиці 2.5
Таблиця 2.5 – послуги, які цікавлять респондентів.

Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.



В таблиці 2.5 чітко показано що 45 осіб (76,3 %) вказують на найбільший інтерес до послугу занять з англійської, іспанської, української та німецької мови. Також до найбільш цікавих послуг для респондентів відносяться це – різноманітні заходи для дітей відповіли 26 осіб (44,1%) та корпоративне вивчення англійської мови 13 осіб (22%). Середній рівень популярності – це послуги з підготовки дітей до школи 12 осіб (20,3 %), підготовка до НМТ (ЗНО) / ЄВІ відповідає 11 осіб (18,6%) та допомога з домашнім завданням 10 осіб (16,9%). До менш популярних послуг можна віднести підготовку до Кембриджських іспитів та заняття з математики відповідають по 7 осіб (11,9%). Найменш популярна послуга виявилась консультації для вчителів тільки 2 респондента (3,4%) були зацікавлені.

Враховуючи важливість освітніх центрів, потрібно зрозуміти мету, з якою люди звертаються до них. Це допоможе центру краще під лаштувати послуги для своїх клієнтів. Отже, наступним питанням є з якою метою респонденти звернулися до будь – якого центру з розвитку та навчання, яке вказано на рис. 2.7.

7. З якою метою ви б звернулися до будь-якого Центру з розвитку та навчання?

59 відповідей

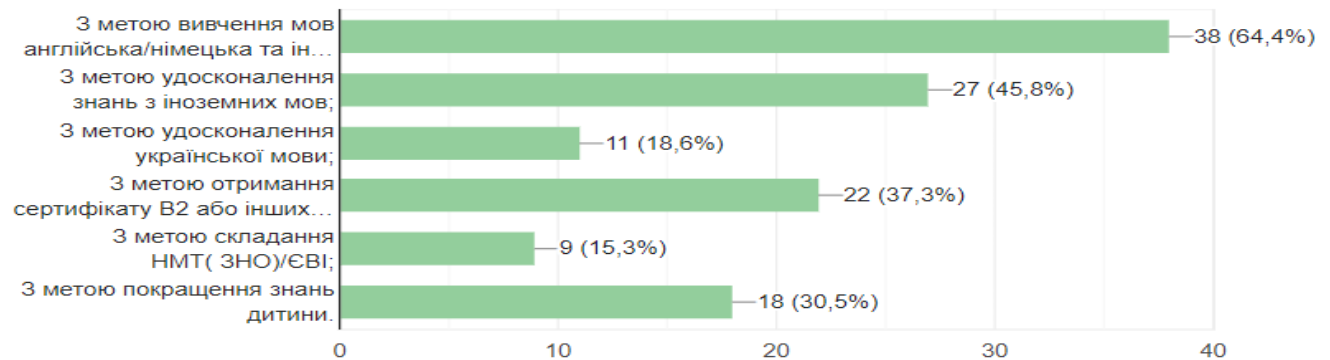


Рисунок 2.7 – Відповіді на питання з якою метою звернулись б респонденти до будь – якого освітнього центру.

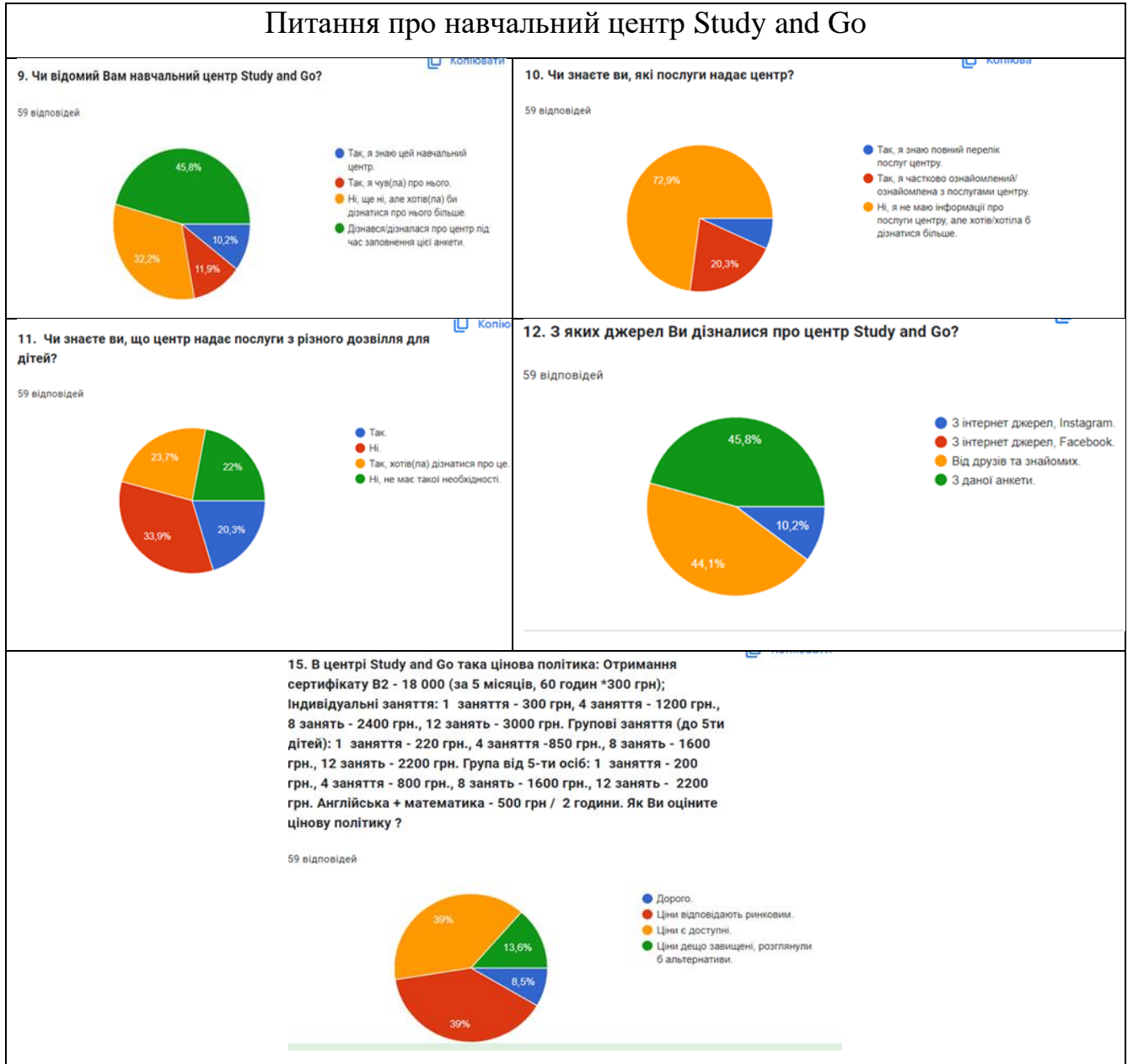
Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.

На рис. 2.7 видно що основна ціль з якою б звернулись респонденти це з метою іноземних вивчення мов, відповідають 38 осіб (64,4 %) та з метою удосконалення знань іноземних мов 27 осіб (45,8 %). Наступними по популярності цілей йдуть – отримання сертифікату B2 або інших 22 особи (37,35 %) та покращення знань дитини 18 осіб (30,5 %). Найменш популярні цілі це з метою складання НМТ (ЗНО)/ЄВІ відповідають 9 осіб (15,3%) та з мета удосконалення української мови 11 осіб (18,6%) .

Наступне питання є відкритого типу, що можливо допоможе виявити інші послуги з розвитку і навчання. Питання звучить так : «Якщо Вас цікавлять інші послуги з розвитку та навчання, зазначте будь-ласка які саме». Респонденти зазначають в основному вивчення англійської мови, вивчення на рівні C1-C2.

Наступний блок запитань про навчальний центр Study and Go. В ньому є такі запитання як чи відомий він респондентам, про послуги які надає, цінову політику. та інше. Все це можна побачити в таблиці 2.5.

Таблиця 2.5 – Блок питань про навчальний центр Study and Go.
Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.



Виходячи з даної таблиці видно що навчальний центр Study and Go не є популярним, тому що 45,8 % опитувальних дізнались про центр тільки з анкети. 32,2 % - не знали, але зацікавлені дізнатись більше. 11,9 % та 10,2 % чули про нього та знали цей навчальний центр. Про послуги, логічно що більшість респондентів тільки взнали про нього, та не знають про послуги які надає центр, але зацікавлені дізнатися про них 72, 9 % осіб так відповіли. Частково ознайомлені з послугами

центру є 20,3 %. А знає повний перелік лише 6,8 % респондентів. Як відомо, центр надає послуги з різного дозвілля для дітей і на це питання відповідають так: 33,9 % осіб не знають про ці послуги, 23,7 % - хотіли б дізнатися про них, 22 % не мають необхідності, можливо це зумовлено тим, що не мають дітей, і тільки 20,3 % осіб знають про такі послуги.

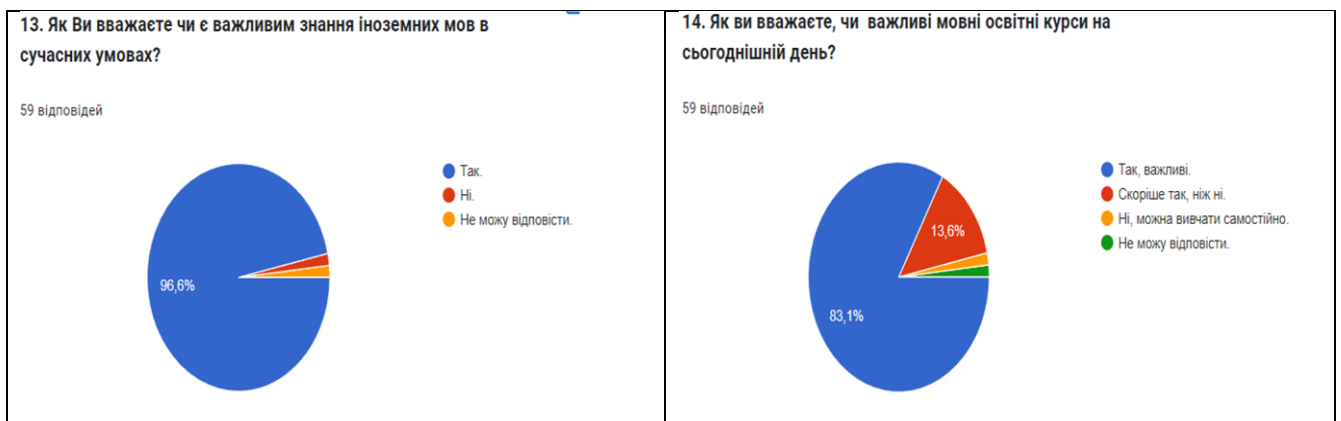
Наступним питання є про те з яких джерел респонденти дізнались про центр. 45,8 % осіб дізнались з даної анкети, що вказує що центр не є популярним. 44,1 % дізналися від друзів та знайомих і 10,2 % осіб дізналися з соціальної мережі Instagram. Видно що ні одна особа не дізналася про центр з мережі Facebook, що можна зробити висновок що реклама в мережі не працює.

Наступне питання є про цінову політику центру. Більшість тобто 39 % вважають що ціни відповідають ринковим та є доступні. 13,6 % вважають що ціни дещо завищені та 8,5% що в центрі дорого.

В анкеті є питання про важливість знань іноземних мов та освітніх мовних курсів, які відображені в таблиці 2.6 .

Таблиця 2.6 – Важливість знання іноземних мов.

Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.



Аналізуючи таблицю 2.6 – 96,6 відсотків респондентів вважає важливими знання іноземних мов в сучасних умовах. По одній особі 1,7 % на відповіді: не могу відповісти та ні. З приводу освітніх мовних курсів на рисю 2.9 – більшість

тобто 83,1 відсоток вважає що курси важливі, 13,6 % вважає що скоріше важливі, ніж ні, одна людина вважає що не може відповісти на це питання та ще одна, що мови можна вивчати самостійно.

Далі йдуть питання про відвідування навчальних центрів. Питання 16 показане на рис. 2.10.

16. Чи відвідуєте Ви або ваша дитина якісь навчальні центри ?

59 відповідей

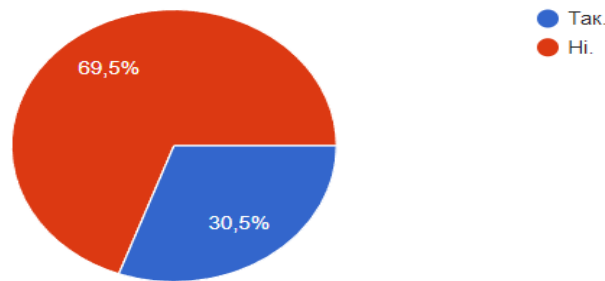


Рисунок 2.10 – Відвідування навчальних центрів. Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.

Як видно на рисунку 2.10 більшість респондентів або їх діти не відвідують навчальні центри, їх 69,5 %. А ось всього 30,5 % відвідують.

Питання 17 є відкритого типу : « Які навчальні центри відвідуєте Ви або ваша дитина». Респонденти відповідають що вони, або їх діти відвідують такі центри: центр Study and Go, дитячу студію «Розумник», логопедичний центр та реабілітаційний центр «Vidnova», відвідують онлайн курси «GoIT», центр «Smart kids». В основному, навчальні центри відвідують діти респондентів.

Питання 18 також є відкритого типу і допоможе зрозуміти, які освітні центри є відомими. Респонденти надали відповіді:

- лінгвістичний навчально-методичний центр (ЛНМЦ) СумДУ;
- мовна школа Green Apple;
- онлайн школу англійської English dom;

- центр іноземних мов POLYGLOT;
- навчальний центр Study and Go;
- дитяча студія Розумник;
- сімейний клуб « Умляндія»

Відповідь на питання 19 візуалізовано на рис. 2.11, яке вказує про методи навчання для респондентів.

19. Які методи навчання для Вас є більш притаманними

59 відповідей

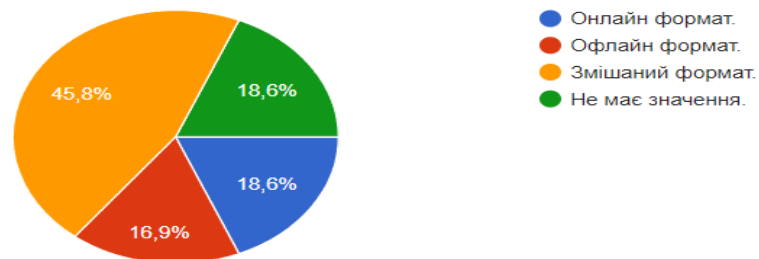


Рисунок 2.11 – Методи навчання, які є більш притаманними.

Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.

Аналізуючи це питання, видно що 45,8 % респондентів обирають змішаний формат навчання, далі по 18,6 % осіб обирають що для них немає значення, та онлайн формат. А інші 16,9 % обирають офлайн формат.

Питання 20, яке показано на рисунку 2.12, про відвідування навчального центру Study and Go.

20. Якщо Ви відвідуєте навчальний Центр Study and Go, то як часто?

59 відповідей

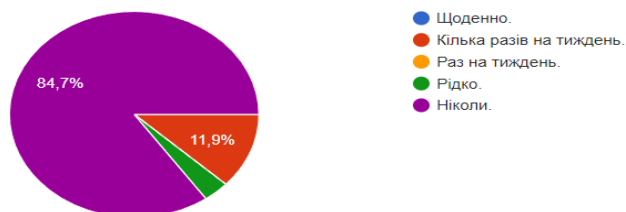


Рисунок 2.12 – Відвідування навчального центру Study and Go.

Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.

Виходячи з того, що центр є не дуже популярним то логічно, що 84,7 % респодентів ніколи не відвідують навчальний центр Study and Go. 11,9 % - відвідують центр кілька разів на тиждень, а рідко відвідують лише 3,4 %.

Далі питання 21, яке пов'язано з рекомендацією навчального центру Study and Go, що показано на рисунку 2.13.

21. Чи порекомендували б ви навчальний центр Study and Go іншим особам?

59 відповідей

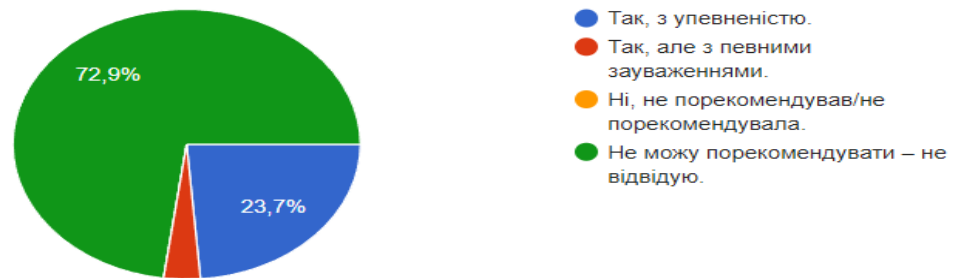


Рисунок 2.13 – Рекомендації навчального центру Study and Go іншим особам.
Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.

Як видно з рисунку 2.13 більшість, тобто 72,9 відсотка не можуть порекомендувати центр, так як не відвідують його. 23,7 % можуть з упевненістю його рекомендувати, та всього лиш 3,4 відсотка можуть порекомендувати, але з певними зауваженнями.

Питання 22 «Якщо Ви відвідуєте Центр то, які основні цілі або завдання ви хочете досягти завдяки навчанню в Study and Go?» відкритого типу. Респонденти вказують про свої цілі або завдання і вони звучать так:

- вивчення іноземної мови;
- отримання сертифікату B2;
- вивчення англійської мови, оволодіння ним в розмовній формі.

Питання 23, яке звучить так: «З яких рекламних джерел Ви частіше дізнаєтесь

про будь які навчальні центри?»).

Аналіз відповідей на запитання показав, що найбільш популярне джерело це соціальна мережа Instagram, від друзів та знайомих дізнаються 64,4% осіб, з платформи TikTok дізнаються 35,6 % респондентів, з веб-сайтів 30,5%, із розміщених білбордів, плакатів та інших рекламних матеріалів у популярних місцях міста 25,4 відсотка респондентів, 20,3 відсотка осіб дізнаються з соціальної мережі Facebook, та вього лиш 1 відсоток з соціальної мережі LinkedIn.

Питання 24 пропонує респондентам надати поради сучасним навчальним центрам з приводу методів навчання, цінової політики, послуг та реклами. Розглянемо відповіді респондентів: індивідуальний підхід, використання подарункових пробних матеріалів (пробних уроків, пробних онлайн версій), можливість обирати варіанти навчання (групові колективні) з динамічною ціновою політикою; різновиди послуг та індивідуальний підхід до кожної людини; більше уваги до людей під час навчання, а не під час запрошення; реклама, через веб сайти, сайти університетів та навчальних закладів; використання активних методів навчання, удосконалення навчального контенту; цікавий різноманітний матеріал в ігровій формі; цінова політика має відповідати якості навчання; сучасні методи навчання, різноманітні послуги, бути клієнтоорієнтованими.

Загалом, рекомендується, щоб сучасні освітні центри орієнтувалися на індивідуальні підходи, доступне ціноутворення, сучасні методи навчання та ефективну рекламу. Це допоможе покращити якість обслуговування, задовольнити потреби клієнтів та сприяти успіху та розвитку клієнтів.

Останнє питання зв'язане з факторами, якими супроводжуються респонденти при виборі навчального центру, яке показано на рисунку 2.15.

25. Які фактори під час вибору навчального центру на Вас впливають найбільше (оберіть не більше трьох) ?

59 відповідей

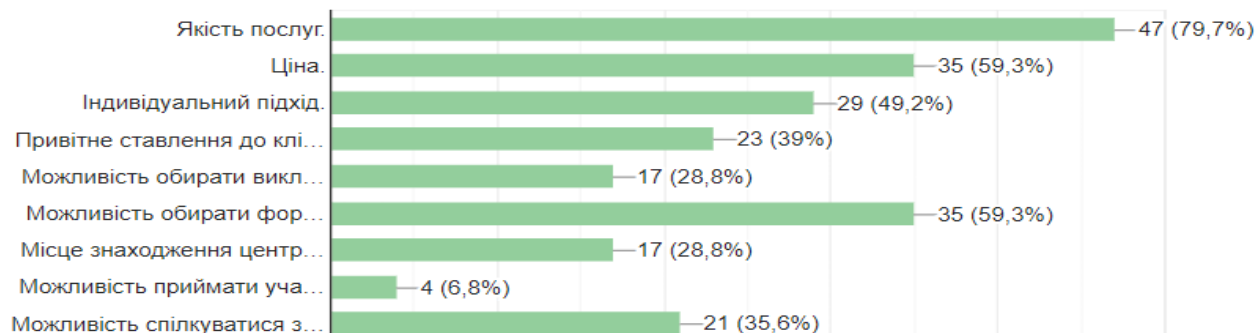


Рисунок 2.15 – Фактори під час вибору навчального центру.

Джерело: сформовано автором на базі результатів опитування.

Аналізуючи відповіді можна виокремити три основні фактори, які найбільше впливають на їх вибір навчального центру і це є якість послуг, ціна та можливість обирати формат навчання.

Проведене дослідження популярності навчального центру "Study and Go" та оцінка якості його послуг надає цінну інформацію для подальшого розвитку та удосконалення центру.

З аналізу анкети випливає, що більшість респондентів мають інтерес до послуг, які пропонує центр, зокрема заняття з іноземних мов та математики, підготовка до іспитів та допомога з домашнім завданням. Також важливим фактором є можливість отримання сертифікату та удосконалення мовних навичок.

РОЗДІЛ 3. ПІДХОДИ ДО УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ МЕНЕДЖМЕНТУ НАВЧАЛЬНОГО ЦЕНТРУ STUDY AND GO

3.1. Обґрунтування необхідності удосконалення системи менеджменту навчального центру STUDY AND GO

В сучасному світі ринок освітніх послуг навчальні центри повинні постійно вдосконалюватися та адаптуватися до мінливих потреб споживачів. Навчальні центри Study and Go не є винятком і стикаються з проблемами, пов'язаними з конкуренцією, зміною попиту на освітні послуги та зростаючими вимогами до якості надання послуг. Обґрунтування дослідження та необхідність вдосконалення системи управління навчальним центром Study and Go ґрунтуються на кількох ключових факторах. Перший з них є, що ринок освіти постійно змінюється, тому необхідно забезпечити адаптацію центру до нових вимог і тенденцій. Другий фактор є те що, конкуренція в сфері освітніх послуг зростає, тому для підтримки і збільшення бази клієнтів необхідно постійно вдосконалювати свої процеси і пропозиції.

З метою підвищення ефективності та конкурентоспроможності навчального центру Study and Go пропонуємо провести GAP-аналіз.

GAP-аналіз – метод аналізу первинної інформації, який визначає стратегічне розходження між бажаним, тобто чого хоче підприємство досягнути в своєму розвитку, та реальним, коли аналізується чого фактично може досягнути підприємство, не змінюючи свою теперішню політику [10].

Процес аналізу прогалин включає чотири основні етапи: визначення цілей організації, порівняльний аналіз поточного стану, оцінка даних про виявлені недоліки та підготовка звіту з їхнього аналізу. «Прогалина» в GAP-аналізі – це простір між тим, де знаходиться організація, і тим, де вона хоче бути в майбутньому [1].

Таблиця 3.1 – GAP - аналіз навчального центру Study and Go

Джерело: розроблено автором на основі аналізу інформації про конкурентів

№	Конкуренти	Послуги, цінова політика, особливості управління	Узагальнені особливості	GAP	Як подолати GAP
1.	Центр іноземних мов – Polyglot [11]	Центр пропонує окремі курси з англійської, німецької мови та пропонує окремі курси з підготовки до іспитів (IELTS, TOEFL, ЗНО, CAMBRIDGE), польської, іспанської та української, підготовку до НМТ(ЗНО)/ЄВІ. Є Speaking Club. Можливість взяти пробний безкоштовний урок. Формат занять можуть бути як онлайн так і офлайн. Заняття можуть проводитися як і групах (4-8 студентів), міні групах (2-4 студенти) та індивідуально. Цінова політика (пропонує брати тільки англійську мову): загальна англійська в групі 200 грн/урок; в	Як і в центрах, які ми розглянули в Study and Go є курси з англійської, німецької та української мов, також є підготовка до НМТ(ЗНО)/ЄВІ. Цінова політика приблизно однакова у всіх чотирьох шкіл. Як і Study and Go.	В центрі Polyglot є веб сайт, є безкоштовний пробний урок, є курси з польської мови (що є на даний час актуальним) та є подарункові сертифікати на навчання.	Я вважаю, Study and Go необхідно зробити веб сайт, де розмістити всю інформацію для своїх потенційних споживачів, зробити пробний безкоштовний урок, запровадити подарунковий сертифікат.-

		міні групі 250 грн/урок; індивідуально 300 грн/урок. В центра є веб сайт, в якому зазначено все, що може зацікавити потенційного споживача послуг. У центрі запроваджено 19 навчальних програм, є подарункові сертифікати на навчання. Також має 2 філіали, які розташовані в центральній частині міста Суми.			
2.	Школа англійської мови Present Simple[12]	Школа пропонує вивчення англійської мови для дітей. Розташована в центральній частині міста. Заняття у міні групах до 8 дітей. Є безкоштовний пробний урок. Цінова політика: діти 5- 6 років від 120 грн/урок; діти 7-10 р. від 125 грн/урок, підлітки 11-17 р. від 155грн./урок. Є веб сайт школи, де	Є веб-сайт школи, що зручно і є безкоштовний пробний урок.	Як і в порівнянні з цією школою потрібно розробити веб-сайт та запровадити зворотній зв'язок з потенційними клієнтами, котрі заходять на веб сайт.	

		є вся інформація та на сайті можна замовити дзвінок зі школи.			
3.	Курси іноземних мов Linguo Studio[13]	Пропонують курси навчання з англійської, німецької, польської, турецької, китайської мови. Один філіал у м. Суми, що розташований на Привокзальній вулиці 9. Є безкоштовна консультація. Цінова політика (англійська мова) індивідуальні заняття: базова – 245 грн/урок, профільна – 255 грн/урок, підготовка до міжнародних іспитів – 300 грн/урок. Групові заняття: базова – 210 грн/урок, профільна – 220 грн/урок, підготовка до міжнародних іспитів 265 грн/урок.		Є веб сайт, більше курсів з іноземних мов.	Розробити навчальному центру Study and Go веб сайт.
4.	Мовний центр Успіх [14]	Центр розташований у центрі міста. Є веб сайт. Надають		Є веб сайт мовного центру.	Розробити веб сайт навчальному центру Study

		<p>послуги такі як : комплексний курс з англійської, німецької, підготовка до іспиту Goethe-Institut та курс бізнес англійської. Вартість групових занять від 1000 грн/місяць та курс бізнес англійської від 3000 грн/місяць. Вартість індивідуальних занять від 3000 грн/ місяць.</p>			and Go.
--	--	--	--	--	---------

Отже, для того щоб допомогти навчальному центру Study and Go стати більш конкурентоспроможним на ринку та залучити більше потенційних споживачів, забезпечуючи їх якісними послугами та зручними умовами навчання пропонується: створити повноцінний веб сайт з детальною інформацією про всі курси та послуги, можливість запису на заняття або консультацію та замовлення зворотного дзвінка; запровадити подарункові сертифікати на навчання для залучення нових клієнтів та збільшення лояльності існуючих; розглянути можливість відкриття нових філіалів в інших частинах міста для розширення географічного охоплення.

Наступним елементом дослідження є використання методу Google Trends. Він є одним із ефективних інструментів, що дозволяє відстежувати популярність різних пошукових запитів у реальному часі, надаючи цінні дані про поведінку користувачів в інтернеті.

1. Аналіз популярності та динаміки інтересу до запитів "Підготовка до НМТ (ЗНО)" та "Підготовка до ЄВІ" за останні 12 місяців. Зображено на рис. 3.1.

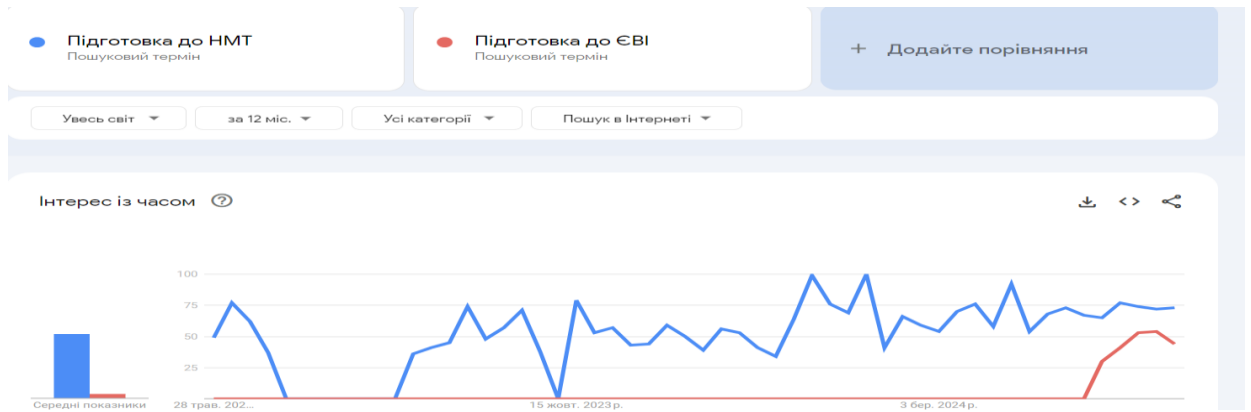


Рисунок 3.1 – Google Trends – порівняння запитів «Підготовка до НМТ» та «Підготовка до ЄВІ».

Джерело: сформовано автором на базі власних досліджень та програмного інструменту Google Trends [26].

Як видно з рис. 3.1 більший по популярності запит підготовки з НМТ, що вказує на більший інтерес або популярність серед користувачів порівняно з підготовкою до єдиного вступного іспиту. Зрозуміло, що НМТ буде популярніший, тому що його повинні складати всі, хто хоче вступати до вищих навчальних закладів, а ось ЄВІ потрібно складати для здобуття ступеня магістра.

Порівняння за регіонами зображено на рис. 3.2

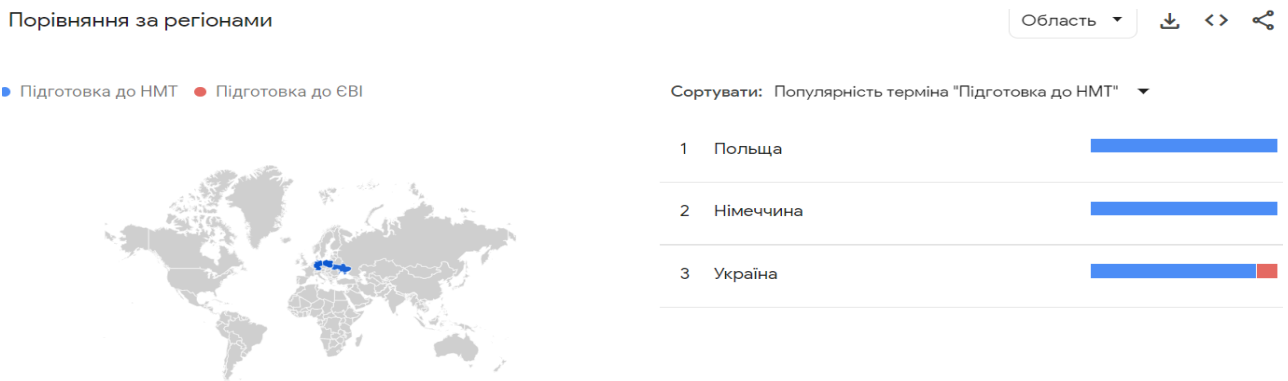


Рисунок 3.2 – Порівняння за регіонами. Джерело сформовано автором на базі власних досліджень.

Джерело: сформовано автором на базі власних досліджень та програмного інструменту Google Trends [26].

Як видно з рис. 3.2 - в таких країнах як Польща і Німеччина на 100 відсотків переважає запит підготовки до НМТ, це може бути зв'язано з тим, що багато людей з дітьми, яким потрібно в цьому році здавати НМТ, в зв'язку з повномасштабним вторгненням виїхало з України. А ось в Україні інша ситуація, 89 % шукають запит підготовку до НМТ, а 11 % підготовку до ЄВІ.

Аналіз запитів про сертифікати A1,B2, C1,C2 відображено на рис. 3.4

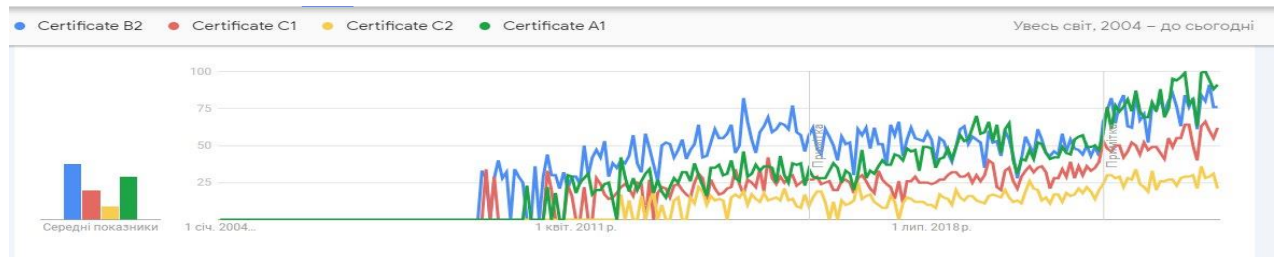


Рисунок 3.4 – Google Trends – порівняння запитів сертифікатів A1,B2, C1,C2 у всьому світі.

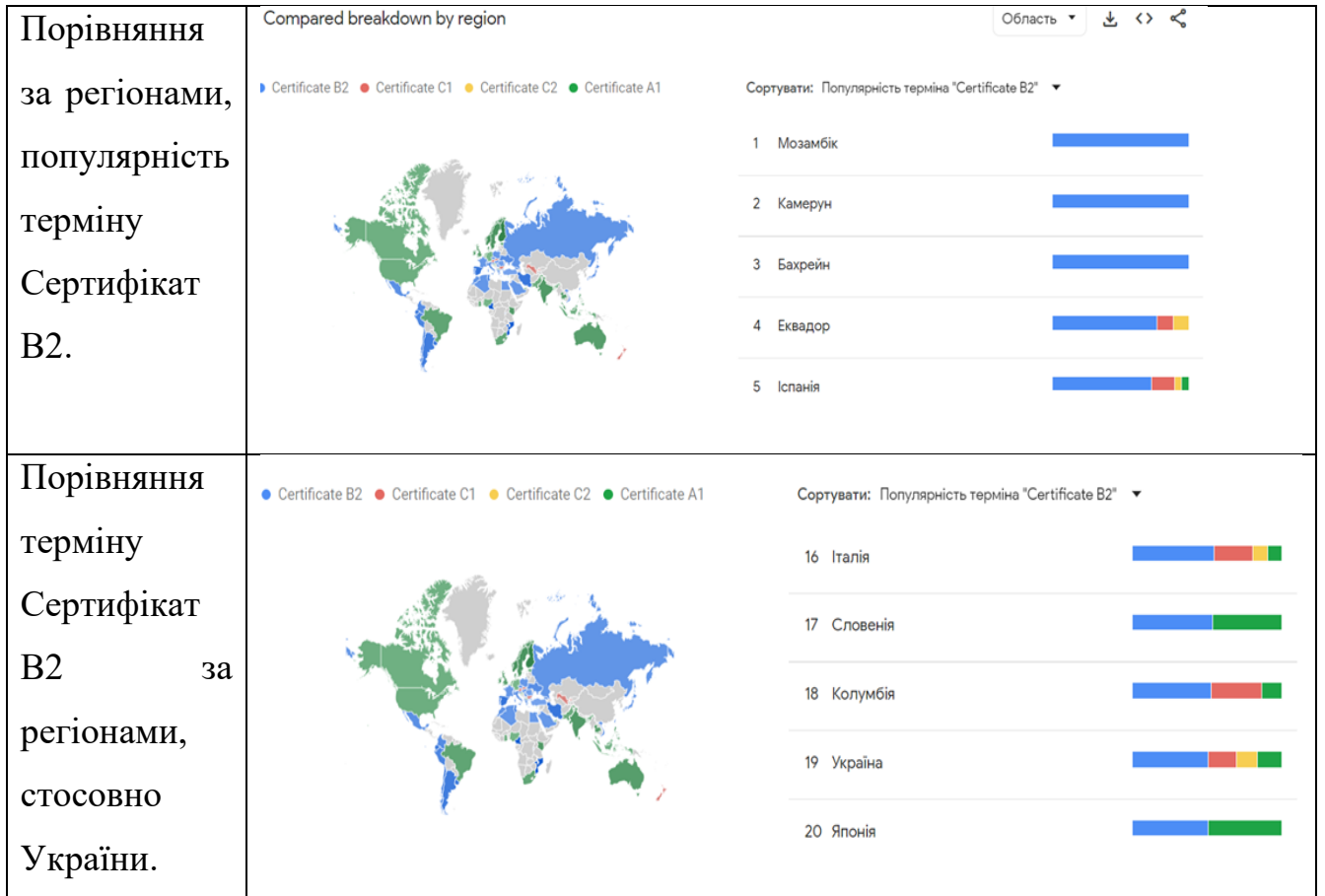
Джерело: сформовано автором на базі власних досліджень та програмного інструменту Google Trends [27].

Як видно з рис.3.4. порівнювались запити з 2004 року- до сьогодні у всьому світі. Найпопулярнішим запитом є сертифікат B2 він вказує на високий середній рівень володіння іноземною мовою і відповідає впевненому користувачу, який може ефективно спілкуватися в більшості ситуацій. Наступним по популярності запитів є сертифікат A1, що є початковим рівнем володіння іноземної мови. Третім є, сертифікат C1, що є одним з найвищих рівнем володіння іноземною мовою. Найбільш непопулярним є запит сертифікату C2, що є найвищим рівнем володіння іноземною мовою.

Пропонується розглянути сертифікат B2, так як він є найбільш популярним, в таблиці 3.2

Таблиця 3.2 – Порівняння за регіонами терміну.

Джерело: сформовано на базі досліджень.



Як видно, з таблиці 3.2 – найбільш популярним запит є у Мозамбіку. Україна знаходиться у списку 19 номером, як видно з рис. 3.6. В Україні переважає за популярністю сертифікат В2 (відсоток від усіх пошукових термінів - 51%), сертифікат С1 (відсоток від усіх пошукових термінів – 19%), сертифікат А1 (відсоток від усіх пошукових термінів – 16%) та сертифікат С2 (відсоток від усіх пошукових термінів - 14%).

Отже, стосовно України можна зробити висновок, що найбільш популярним по запиті стосовно сертифікатів є сертифікат В2. Він є найпоширенішим.

3.2. Розвиток навчального центру STUDY AND GO на базі клієнтоорієнтованого менеджменту та інноваційних технологій

Клієнтоорієнтованість в сучасному управлінні бізнесом стала ключовою концепцією. Вона передбачає активне вивчення бажань та потреб клієнтів, також встановлення стратегій і тактик спрямованих на задоволення цих потреб. Глибоко розуміють клієнтів, компанії можуть не тільки залучати нових клієнтів, але й утримувати існуючих.

Компанія, які прагне довгострокового успіху, повинна зосередити свою діяльність у таких сферах:

- заохочення відвертого діалогу зі споживачами;
- організація та навчання персоналу, для більш ефективної співпраці з клієнтами;
- розвивати диференційований маркетинговий менеджмент у споживчому сегменті;
- залучати споживача для створення споживчої цінності;
- виконувати свої зобов'язання перед споживачами за будь-яких обставин.

Клієнтоорієнтованість [16] - один з критеріїв, який описує здатність і спроможність підприємствам максимізувати продажі та отримати прибуток за рахунок підвищення якості обслуговування клієнтів. Якість що визначає успіх підприємства, полягає в тому наскільки добре розуміють та допомагають вирішувати потреби своїх клієнтів. Тому потрібно бути орієнтованим на них, має бути не тільки стратегією, а природною частиною підприємства.

Компанії та команди, що орієнтовані на клієнтів щоб акцентувати увагу на найбільш вигідних, доступних або швидких методах підтримки клієнтів, настільки глибоко розуміють їхні потреби, що їхня взаємодія з клієнтами виглядає простою та неймовірно ефективною. Багато підприємств використовують підхід, орієнтований на продажі. Замість того, щоб акцентувати увагу на клієнтах та їхніх потребах, ці компанії обирають те, що максимізує їхні фінансові результати. Це

може виглядати так, що команда, що займається успіхом клієнтів, фактично концентрується на показниках збереження та розширення, замість того, щоб фокусуватися на сприйнятті продукту та історіях, які відображають справжню цінність компанії для клієнтів [22].

Для досягнення успішних відносин із клієнтом компанії повинні дотримуватися стратегії, що базується на таких чотирьох принципах [21]:

1. Знання потреб клієнта
2. Уважне вислуховування клієнта
3. Усвідомлення потреб компанії
4. Поєднання маркетингу та стратегій взаємин

Дивлячись на стратегію, реалізація цих принципів в навчальному центрі Study and Go може значно підвищити якість послуг та рівень задоволеності клієнтів:

- усі співробітники центру розуміють важливість своєї ролі, для забезпечення якісного навчання та обслуговування клієнтів. Що означає проявляти ініціативу у вирішенні питань клієнтів і постійно прагнути до особистого розвитку та вдосконалення навичок.
- у навчальному центрі налагоджена система постійного контакту з клієнтами через таку соціальну мережу як “Instagram” та “Facebook”, тобто можна про контактувати через direct соціальної мережі, або напряду подзвонити адміністратору навчального центра для вирішення питань, або для запису на заняття.
- навчальний центр розраховано більше для студентів або для молоді, які прагнуть вивчати іноземні мови або для підготовки для вступних іспитів. Але центр також має різне дозвілля та навчання для дітей.
- центр завжди уважний до деталей, та готовий піти на зустріч своєму клієнту.
- навчальний центр завжди намагається здивувати своїх учнів і завжди має свіжі концепції для відпочинку.

Отже, принципи клієнтоорієнтованості є ключовими для успіху для навчального центру та допомагає підвищувати якість навчання та задоволеності клієнтів.

Покращення управління навчальними центрами Study and Go шляхом застосування інноваційних технологій є стратегічним кроком для підвищення їхньої продуктивності, якості та конкурентоспроможності. Що передбачає використання передових технологічних рішень та інновацій, які допомагають оптимізувати процеси, покращити обслуговування студентів та забезпечити якісну освіту.

Digital-маркетинг ще ніколи не був таким важливим, як у XXI столітті, столітті передових та інноваційних технологій. Вкладення у цифрові технології та використання різних мереж щоб залучити та утримати цільову аудиторію допоможуть навчальному центру розвиватися. Щоб створити авторитетну присутність в Інтернеті, потрібно впроваджувати грамотні та сучасні маркетингові стратегії.

Одна з найпопулярніших і найефективніших каналів цифрового маркетингу це Інтернет. Завдяки його здатності охоплювати та залучати клієнтів через популярних блогерів, веб-сайти і соціальні мережі.

Найчастіше навчальний центр використовує такі види digital-маркетингу [15]:

- маркетинг у соціальних мережах.
- партнерський маркетинг.

Для підвищення рівня популярності центру пропонуються такі інструменти таргет реклама; задіяння блогерів до інстаграм переглядів та ін. Ефективність запропонованих інструментів можна розрахувати за допомогою таких метрик ефективності реклами [22]:

1. ROAS (рентабельність інвестицій у рекламу) показує, чи отримав бізнес більше чи менше від вкладених у рекламу коштів.

Формула визначення (3.1):

$$\text{Др} / \text{ВРК} \times 100\% \quad (3.1)$$

Де Др - дохід від реклами;

ВРК - витрати на РК (рекламну компанію).

Наприклад, ROAS навчального центру Study and Go: (6000 грн/2000 грн)*100% = 300%, це означає що на кожну вкладену гривню, центр отримує три гривні доходу.

2. VTR — коефіцієнт переглядів відеореклами.

Формула визначення (3.2):

$$\text{КП} / \text{ЧП} * 100 \% \quad (3.2)$$

Де КП - кількість переглядів

ЧП - число показів

Наприклад, VTR навчального центру Study and Go: $100/300 * 100\% = 33,3\%$, це означає що 33,3% показів відеореклами призвели до переглядів.

3. CRR (Cost Revenue Ratio) визначає співвідношення між витратами на рекламу та отриманим від неї прибутком. Цей показник демонструє, який відсоток від загального доходу компанії становлять витрати, спрямовані на маркетингові заходи.

Формула визначення (3.3):

$$\text{ВР} / \text{Пр} * 100\%. \quad (3.3)$$

Де ВР - витрати на рекламу;

Пр - прибуток від реклами.

Наприклад, CRR навчального центру Study and Go: $2000 \text{ грн} / 6000 \text{ грн} * 100\% = 33,3 \%$, тобто цей відсоток загального доходу навчального центру складають витрати на рекламні заходи.

3.3 Удосконалення системи управління навчальним центром STUDY AND GO в контексті використання сучасних світових моделей управління розвитком освітніх систем

В умовах швидкого розвитку технологій, навчальні центри стикаються з новими викликами та потребують удосконалення системи управління для того, щоб забезпечити високу якість освіти. Використовуючи світові практики та інноваційні моделі управління навчальний центр Study and Go зможе забезпечити високий рівень надання освітніх послуг, підвищити конкурентоспроможність своїх випускників та сприяти їх професійному розвитку на міжнародній арені.

Для цього запропоновано розглянути декілька світових моделей освіти.

- 1) Модель освіти Фінляндії [17]. Освітня політика Фінляндії базується на наданні всім громадянам рівних можливостей. Ключовими словами фінської освітньої політики є якість, ефективність, справедливість та інтернаціоналізація. Політика побудована на принципах безперервної освіти та безоплатної освіти. Освіта розглядається як ключ до конкурентоспроможності та добробуту суспільства. Існує широкий консенсус щодо основних основ освітньої політики, і ця політика характеризується співпрацею та наступністю – еволюцією, а не революцією. Тристороннє партнерство між Урядом, профспілками та організаціями роботодавців є невід’ємною частиною формування політики. Участь і консультації з широким колом різних зацікавлених сторін відіграють центральну роль у реформі освіти.

Основна мета освітньої політики Фінляндії – надати всім громадянам рівні можливості для отримання освіти. Структура системи освіти відображає ці принципи. Система є високопроникною, тобто немає тупиків, які перешкоджають просуванню на вищі рівні освіти. В освіті основна увага приділяється навчанню, а не тестуванню. У Фінляндії немає національних іспитів для учнів базової освіти.

Єдиний національний іспит - іспит на атестат зрілості - проводиться наприкінці загальної старшої середньої освіти. Зазвичай вступ до вищих навчальних закладів здійснюється за результатами атестату зрілості та вступних випробувань. Більшість освіти та навчання фінансується державою. Плата за навчання відсутня на будь-якому рівні освіти.

- 2) Освітня система Данії [18]. Система освіти Данії є свідком постійних дебатів щодо методів оцінювання та стандартизації. Критики стверджують, що наголос на стандартизованому тестуванні та жорстких рамках навчального плану може обмежити автономію та креативність викладачів, що призведе до вузького фокусування на підготовці до іспитів. Зростає визнання необхідності більш цілісного підходу до оцінювання, що охоплює різноманітні навички та здібності учнів.

Данія досягла значного прогресу в цифровізації своєї системи освіти. Доступ до цифрових ресурсів, професійний розвиток викладачів та цифровий розрив між студентами потребують уваги. Забезпечення справедливого доступу до технологій, навчання викладачів і ефективна інтеграція цифрових інструментів у навчальні програми є ключовими кроками для використання потенціалу технологій для покращення результатів навчання.

- 3) Освітня система Канади [19]. Освітня система Канади є однією з найкращих у світі. Він був визнаний ЮНЕСКО номером один. Цей успіх зберігся завдяки міцній основі та твердій прихильності до високоякісної освіти для всіх громадян. Канада є другою за величиною англomовною країною у світі з населенням близько 36 мільйонів і шостою економікою у світі. За останні кілька років її освітня система зробила собі ім'я завдяки блискучим результатам у звітах PISA, які перевищили середні показники в Європі та були значно вищими, ніж у Сполучених Штатах.

У Канаді немає конкурсних іспитів, і вибір викладачів визначається з урахуванням високих стандартів.

Канадська система освіти орієнтована на практику та активну участь студентів. Велика увага приділяється емоційному вихованню, що сприяє запобіганню булінгу та розвиває позитивну соціальну поведінку.

У Канаді не існує національної системи освіти – кожна провінція (область) працює автономно та має всі повноваження в освіті та 100% наявного бюджету. Також є блочне планування, тобто, кожен студент, відповідно до обраних предметів, може мати різний розклад.

Отже, для навчального центру Study and Go можна винести кілька ключових аспектів, дивлячись на світові моделі освіти Фінляндії, Данії та Канади.

Якщо впровадити фінську модель оцінювання, то це допоможе адаптувати навчальні програми індивідуально до потреб кожного студента, що підвищить якість навчання. З досвіду Данії, Study and Go, може більше інвестувати у розвиток цифрових інструментів та ресурсів навчання, що дозволяє покращити доступ до якісної освіти та підвищити компетентність викладачів у використанні технологій. Запровадити систему підготовки та постійного контролю викладачів, як у Канаді, це забезпечить високу якість викладання та відповідність освітнім цілям.

Впровадження програм емоційного виховання сприятиме формуванню здорового навчального середовища та розвитку соціально важливих навичок у студентів.

Використання блокового планування навчальних програм, як у Канаді, дозволить студентам мати індивідуальні розклади, що відповідають їхнім потребам та інтересам.

ВИСНОВОК

Отже, ураховуючи всі аспекти даної роботи було проведено комплексний аналіз теоретичних та практичних аспектів управління освітніми центрами. Аналіз теоретичних підходів до управління освітніми центрами показав, що ефективне управління вимагає врахування багатьох факторів, включаючи організаційну структуру, методи управління та якість освітніх послуг. Сучасні освітні центри повинні бути гнучкими та адаптивними до змін у соціально-економічному та технологічному середовищі.

Дослідження системи менеджменту навчального центру Study and Go виявило як сильні сторони, так і проблемні аспекти його управлінської діяльності. Серед сильних сторін можна відзначити високий рівень освітніх послуг, наявність кваліфікованих викладачів та орієнтацію на потреби клієнтів. Водночас, було виявлено ряд проблем, зокрема, недостатня інтеграція інноваційних технологій в управлінські процеси та покращення маркетинг стратегії для впізнаваності центру.

Запропоновані підходи до удосконалення системи менеджменту включають впровадження клієнтоорієнтованого менеджменту, що передбачає активну роботу з відгуками клієнтів, підвищення рівня сервісу та персоналізацію освітніх послуг. Також рекомендується використовувати інноваційні технології для автоматизації управлінських процесів та поліпшення якості навчання.

Розроблені рекомендації щодо розвитку навчального центру Study and Go включають вдосконалення організаційної структури, підвищення кваліфікації персоналу, впровадження нових освітніх програм та технологій, а також активну роботу з клієнтами для підвищення їх задоволеності та лояльності.

Використання світових моделей управління розвитком освітніх систем дозволяє адаптувати найкращі практики до специфіки роботи навчального центру Study and Go, що сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності на ринку освітніх послуг.

Результати дослідження підтверджують ефективність запропонованих підходів до удосконалення системи менеджменту навчального центру Study and Go.

Реалізація рекомендацій сприятиме підвищенню якості освітніх послуг, ефективності управління та задоволеності клієнтів, що в кінцевому підсумку забезпечить сталий розвиток центру та його успішну діяльність на ринку освітніх послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Державна служба статистики України. Статистична інформація. Освіта. URL : <https://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 15.04.2024)
2. Nestorenko, T. 2.6. Modern management models of higher education institutions. URL:https://www.researchgate.net/publication/364995989_Modern_management_models_of_higher_education_institutions
3. Індикатори цілей сталого розвитку. Ціль 4 – Якісна освіта URL: <https://sdg.ukrstat.gov.ua/uk/4>
4. Educational Management: Principles, Problems, and Solutions. URL: <https://medium.com/datatobiz/educational-management-principles-problems-and-solutions-22836c981a2e>
5. Фото та відео в Instagram (@study.and.go) URL: <https://www.instagram.com/study.and.go/>
6. Мрія – Благодійний фонд «Мрія» URL: <https://mriya.team/>
7. Expert Software Lifecycle Management & Applications Packaging – Apptimized. URL: <https://apptimized.com/en/>
8. Управління статистики в Сумській області. URL: <http://sumy.ukrstat.gov.ua/?menu=1064&level=3> (дата звернення 16.05.2024)
9. Дослідження популярності навчального центру Study and Go та визначення рівня якості послуг, що надаються. URL: <https://docs.google.com/forms/d/1KbbauSssF9FttCZRGDIZjJVOws3KcTCvrwOZLbHJRas/edit>
10. Використання аналітичних модулів у функціональному забезпеченні менеджменту підприємства Н.М. Пелешко 2010 р. с. 281. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/32616558.pdf>
11. POLYGLOT – центр іноземних мов №1. URL: <https://polyglotschool.com.ua/>
12. Мережа сучасних шкіл англійської для дітей Present Simple у місті Суми. URL:

- <https://children.present-simple.com.ua/sumy>
13. Курси іноземних мов в Сумах. Мовна школа в місті Суми. URL: <https://linguo-studio.sumy.ua/>
 14. Мовний центр Успіх. Режим доступу: <https://www.uspih.org/>
 15. Didgital – маркетинг для бізнесу. URL: <https://wezom.com.ua/ua/blog/digital-marketing-6-preimuschestv-dlja-biznesa>
 16. Клієнтоорієнтований менеджмент: навчальний посібник для здобувачів ступеня вищої освіти бакалавра спеціальності «Менеджмент» освітньо-професійних програм «Менеджмент зовнішньоекономічної діяльності», «Менеджмент організацій і адміністрування» / укладачі: Д. Т. Бікулов, О. О. Головань, С. В. Маркова, О. М. Олійник, А. С. Чкан. Запоріжжя: ЗНУ, 2019.
 17. Introduction to Finland Education. URL: <https://www.ccefinland.org/introductiontofinlandeducation>
 18. Educational challenges in Denmark. URL: <https://brokenchalk.org/educational-challenges-in-denmark/>
 19. 7 ключових факторів Канадської системи освіти. URL: <https://additioapp.com/en/7-key-success-factors-of-canadian-education-system/>
 20. Matvieieva Yu., Oranasiuk Yu., Rosokhata A., Fedorchenko N. Determination of energy efficiency drivers using the case method. 19 міжнародна конференція «Social innovations for sustainable regional development». Conference SISRD'23 Klaipeda University. URL: <https://shmf.ku.lt/uploads/documents/files/Determination%20of%20energy%20efficiency%20drivers%20using%20the%20case%20method.pdf>
 21. 4 Principles of Customer Relationship Management. URL: <https://www.walkme.com/blog/4-principles-of-customer-relationship-management/>
 22. Як визначити ефективність реклами: 20 ключових показників. URL: <https://wizeclub.education/blog/yak-viznachiti-efektivnist-reklami-20-klyuchovih-pokaznikov/>

23. Building a Customer-Oriented Company: Strategies & Examples. URL: <https://www.helpscout.com/blog/customer-oriented/>
24. What Is a Gap Analysis?. URL: <https://www.investopedia.com/terms/g/gap-analysis.asp>
25. Матвеева Ю.Т. Опанасюк Ю.А., Вакуленко І.А., Федорченко Н.В. Свідотцтво про реєстрацію авторського права. Науково-методичний підхід щодо оцінювання ефективності передачі енергетичних інновацій з урахуванням системи оцінки на основі рівня декарбонізації економіки. № 6965 дата реєстрації 21 січня 2024 р. Видане Національним органом інтелектуальної власності Державної організації «Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій (УКРНОБІ). URL: <http://six/nipo/gov.ua>
26. Trends.google. Огляд. «Підготовка до НМТ» та «Підготовка до ЄВІ» URL: <https://trends.google.com.ua/trends/explore?date=all&q=Certificate%20B2,Certificate%20C1,Certificate%20C2,Certificate%20A1&hl=uk> (дата звернення 12.04.2024)
27. Trends.google. Огляд. А1, В2, С1,С2 URL: <https://trends.google.com.ua/trends/explore?date=all&q=Certificate%20B2,Certificate%20C1,Certificate%20C2,Certificate%20A1&hl=uk> (дата звернення 12.04.2024) Аналіз запитів про сертифікати

ДОДАТОК А

Акт про впровадження результатів дипломної роботи в освітню програму
центру Study and Go

"16" травня 2024 р.

АКТ
впровадження результатів дипломної роботи

Розглянувши матеріали дипломної роботи на тему: «Підходи до удосконалення системи менеджменту сучасним освітнім центром (На прикладі навчального центру Study and Go)», яка виконувалась студенткою Сумського державного університету Федорченко Наталією Володимирівною, гр. Мз-03-2с констатуємо, що результати анкетування становлять особливий інтерес. Готові запроваджувати пропозиції авторки, що сформовані на основі отриманих даних анкетування у робочій процес, а саме:

- клієнтоорієнтований підхід до управління освітнім центром;
- комплекс маркетингових заходів;
- персоналізовані навчальні платформи, що базуються на алгоритмах штучного інтелекту та машинного навчання;;
- динамічне навчання в контексті комплексного використання таких інструментів, як гейміфікація, дискусійні форуми, web-quest-технології, проєктне навчання, проблемне навчання, case study.

Директор навчального центру Study and Go



Голованова В.І.

ДОДАТОК Б

Бланк анкети, розміщеної у додатку Google

Дякуємо за вашу участь в цьому опитуванні. Дослідження проводиться студенткою 4-го курсу СумДУ спеціальності «Менеджмент» в рамках розробки дипломного проєкту. Метою анкетування є дослідження популярності навчального центру Study and Go та визначення рівня якості послуг, що надаються. Ваша думка є дуже важливою і допоможе сформуванню певних рекомендацій для удосконалення системи управління навчальним центром Study and Go. Study and Go – це навчальний центр, який надає різноманітні освітні програми та курси з різних предметів, та дозвілля. <https://www.instagram.com/study.and.go/>

<p>1. Ваша стать: Ч. Ж.</p> <p>3. Освіта: Неповна середня Середня Середня- спеціальна Вища</p>	<p>2. Ваш вік: 16-20 20-30 30-40 40-50 Понад 50</p> <p>4. Ваша сфера діяльності Школяр Студент Підприємець Робітник Науковець Пенсіонер Інше</p>
--	---

<p>5. Чи Могли б Вам бути цікавими перераховані послуги: заняття англійської, іспанської, української та німецької мови; заняття з математики (для вас або ваших дітей); підготовка дітей до школи; підготовка до Кембриджських іспитів для підлітків; підготовка до НМТ(ЗНО) / ЄВІ; допомогу з домашнім завданням; корпоративна англійська; корпоративне тестування; консультації для вчителів; різноманітні заходи для дітей та дорослих ? Так. Можливо. Ні.</p> <p>7. З якою метою ви б звернулися до будь-якого Центру з розвитку та навчання? З метою вивчення мов англійська/німецька та інших; З метою удосконалення знань з іноземних мов; З метою удосконалення української мови; З метою отримання сертифікату B2 або інших рівнів З метою складання НМТ(ЗНО)/ЄВІ; З метою покращення знань дитини.</p> <p>9. Чи відомий Вам навчальний центр Study and Go? Так, я знаю цей навчальний центр. Так, я чув(ла) про нього. Ні, ще ні, але хотів(ла) би дізнатися про нього більше. Дізнався/дізналася про центр під час заповнення цієї анкети.</p> <p>11. Чи знаєте ви, що центр надає послуги з різного дозвілля для дітей?</p>	<p>6. Якщо Вам є цікавими перераховані вище послуги, то зазначте які Вас цікавлять найбільше: заняття англійської, іспанської, української та німецької мови; заняття з математики; підготовка дітей до школи; підготовка до Кембриджських іспитів для підлітків; підготовка до НМТ(ЗНО) / ЄВІ; допомога з домашнім завданням; корпоративне вивчення англійської та тестування; консультації для вчителів; різноманітні заходи для дітей та дорослих.</p> <p>8. Якщо Вас цікавлять інші послуги з розвитку та навчання, зазначте будь-ласка які саме [Вільне поле для відповіді]</p> <p>10. Чи знаєте ви, які послуги надає центр? Так, я знаю повний перелік послуг центру. Так, я частково ознайомлений/ознайомлена з послугами центру. Ні, я не маю інформації про послуги центру, але хотів/хотіла б дізнатися більше.</p> <p>12. З яких джерел Ви дізналися про центр Study and Go? З інтернет джерел, Instagram. З інтернет джерел, Facebook. Від друзів та знайомих. З даної анкети.</p> <p>14. Як ви вважаєте, чи важливі мовні освітні курси на сьогоднішній день? Так, важливі. Скоріше так, ніж ні. Ні, можна вивчати самостійно.</p>
---	--

<p>Так. Ні. Так, хотів(ла) дізнатися про це. Ні, не має такої необхідності. 13. Як Ви вважаєте чи є важливим знання іноземних мов в сучасних умовах? Так. Ні. Не можу відповісти.</p>	<p>Не можу відповісти.</p>
--	----------------------------

<p>15. В центрі Study and Go така цінова політика: Отримання сертифікату B2 - 18 000 (за 5 місяців, 60 годин *300 грн); Індивідуальні заняття: 1 заняття - 300 грн, 4 заняття - 1200 грн., 8 занять - 2400 грн., 12 занять - 3000 грн. Групові заняття (до 5ти дітей): 1 заняття - 220 грн., 4 заняття -850 грн., 8 занять - 1600 грн., 12 занять - 2200 грн. Група від 5-ти осіб: 1 заняття - 200 грн., 4 заняття - 800 грн., 8 занять - 1600 грн., 12 занять - 2200 грн. Англійська + математика - 500 грн / 2 години. Як Ви оціните цінову політику ? Дорого. Ціни відповідають ринковим. Ціни є доступні. Ціни дещо завищені, розглянули б альтернативи. 17. Які навчальні центри відвідуєте Ви або ваша дитина [Вільне поле для відповіді] 19. Які методи навчання для Вас є більш притаманними Онлайн формат. Офлайн формат. Змішаний формат. Не має значення. 21. Чи порекомендували б ви навчальний центр Study and Go іншим особам? Так, з упевненістю. Так, але з певними зауваженнями. Ні, не порекомендував/не порекомендувала. Не можу порекомендувати – не відвіую.</p>	<p>16. Чи відвідуєте Ви або ваша дитина якісь навчальні центри ? Так. Ні. 18. Які освітні центри Вам є відомими [Вільне поле для відповіді] 20.Якщо Ви відвідуєте навчальний Центр Study and Go, то як часто? Щоденно. Кілька разів на тиждень. Раз на тиждень. Рідко. Ніколи. 22. Якщо Ви відвідуєте Центр то, які основні цілі або завдання ви хочете досягти завдяки навчанню в Study and Go? [Вільне поле для відповіді] 23. З яких рекламних джерел Ви частіше дізнаєтеся про будь-які навчальні центри ? Соціальної мережі на платформі Facebook. Соціальної мережі на платформі Instagram. Соціальної мережі на платформі LinkedIn. Платформа TikTok. Із веб-сайтів. Із розміщених білбордів, плакатів та інших рекламних матеріалів у популярних місцях міста. Від знайомих та друзів. 24. Що б Ви порадили використовувати сучасним навчальним Центрам (методи навчання, цінова політика, послуги, реклама)? [Вільне поле для відповіді]</p>
<p>25. Які фактори під час вибору навчального центру на Вас впливають найбільше (оберіть не більше трьох) ? Якість послуг. Ціна. Індивідуальний підхід. Привітне ставлення до клієнтів. Можливість обирати викладача. Можливість обирати формат навчання (онлайн/офлайн/змішане). Місце знаходження центру, дизайн офісу та сучасне обладнання. Можливість приймати участь у Speaking Club. Можливість спілкуватися з носіями мови.</p>	